

Inhalt

Einleitung	9
Teil I: Methodologische Ansätze	11
1. Einleitende Bestimmung des Kulturbegriffs	11
2. Theoretische Zugänge	21
2.1 Habitus und Diskurstheorie	22
2.2 Kommunikationswissenschaft	24
2.3 Xenologie	25
2.4 Kulturstandards: Kognitive Anthropologie	27
2.5 Interpretative Anthropologie	31
2.6 Erforschung von Arbeit	35
2.7 Wissen, Sinn und Identität	39
2.8 Neue Phänomenologie	44
2.9 Stereotype, Vorurteile und Images	55
3. Exkurs: Zwischen Wissenschaft und Knigge	58
Teil II: Methodisches Vorgehen	67
1. Orte der Erhebung	67
1.1 Attraktivität als Wirtschaftsstandort	70
1.2 Attraktivität für Arbeitssuchende im Vergleich	73
2. Forschungssituation	75
3. Annäherung ans Feld	76
3.1 Fremder unter Fremden: Deutsche	77
3.2 Fremder unter Fremden: Chinesen	80
4. Die Interviewten	83
4.1 Deutsche Interviewpartner	84
4.2 Chinesische Interviewpartner	86

5.	Die Interviewsituation	88
5.1	Gespräche mit Deutschen	90
5.2	Gespräche mit Chinesen	93
6.	Sprachlicher Zugang	95
7.	Einfluss von Räumen und Orten auf die Interviewsituation	98
8.	Die Begriffe Kultur und Interkulturelle Kommunikation: Verständnis der Befragten	101

Teil III: Darstellung und Auswertung der Interviews 103

1.	Voraussetzungen für einen Chinaeinsatz	104
1.1	Gründe für den Chinaeinsatz – zwischen Abenteuerlust und Zwang	104
1.2	Vorbereitung auf den Chinaeinsatz	107
1.3	Die Auswahl des Entsandten	117
1.3.1	Kriterien deutscher Befragter	117
1.3.2	Kriterien chinesischer Befragter	123
1.4	Ankunft der Entsandten – erste Schritte	128
1.5	Zusammenfassung	133
2.	Gestaltung des Privaten	135
2.1	Die Wohnsituation der Entsandten	135
2.2	Freizeit	144
2.3	Ausländergemeinschaft	153
2.4	Orte der Begegnung	164
2.5	Freundschaften	170
2.6	Zusammenfassung	176
3.	Zusammenarbeit	180
3.1	Qualifikation	180
3.2	Notwendigkeit von Expatriates	188
3.3	Führen	194
3.4	Arbeitsstile	221
3.5	Unternehmenskultur und Arbeitsatmosphäre	236
3.6	Materielle Anreize oder Selbstverwirklichung: Motive chinesischer Mitarbeiter in einer deutschen Firma zu arbeiten	244
3.7	Fluktuation	246
3.8	Verhandlungen und Verträge	257
3.9	Organisationsstruktur	271
3.10	Zusammenfassung	280

4. Kommunikation	286
4.1 Informationsaustausch	286
4.2 Sprache	302
4.3 Zusammenfassung	315
Teil IV: Der hybride Raum als Chance	317
Anhang	325
Literaturverzeichnis	325
Statistische Jahrbücher	341
Internetquellen	341

