

INHALT

| | |
|---|------------|
| VORWORT | 9 |
| EINLEITUNG | 15 |
| TEIL 1 ASPEKTE DER INTERKULTURELLEN (WIRTSCHAFTS-) KOMMUNIKATION ZWISCHEN DEUTSCHEN UND RUSSEN | 19 |
| Kapitel 1 Die kulturelle Barriere | 19 |
| Mit welcher Kultur haben wir es eigentlich zu tun? | 19 |
| Ist Rußland der „multikulturelle Schmelzriegel des Ostens“? | 24 |
| Das Verhältnis der Russen zu anderen Völkern | 30 |
| Die deutsch-russischen/russisch-deutschen Beziehungen | 34 |
| Das Bild Rußlands vom Westen. Die russische Interpretation der westlichen Auffassung von Demokratie | 43 |
| Die Hauptströmungen der russischen Philosophie und Religion | 44 |
| Die rätselhafte „russische Seele“ | 48 |
| Kultur und Volkscharakter. Elemente des russischen Volkscharakters | 50 |
| Kultur und Sprache | 82 |
| Kultur und Etikette | 85 |
| Zu Geschichte und Wurzeln der russischen Etikette | 85 |
| Was Russen und Deutsche voneinander denken (Metabild) - „Menschenkenntnis im Alltag“ | 88 |
| Gesellschaftlicher Umgang und soziale Wertvorstellungen | 100 |
| Die Familie | 101 |
| Die Einstellung zu Behörden, Institutionen und zum Staat | 102 |
| Die Einstellung zu Gesetzen | 103 |
| Statussymbole | 105 |
| Kleidung | 107 |
| Humor | 108 |
| Geschenke | 109 |
| Kapitel 2 Kulturelle Unterschiede und ihre Auswirkungen auf die Geschäftsbeziehungen | 111 |
| Sprachbarrieren und Übersetzungsprobleme | 111 |
| Das Phänomen des Kulturschocks | 115 |
| Sozio-kulturelle Barrieren im Geschäftsleben - Wenn zwei dasselbe sagen, müssen sie noch lange nicht dasselbe meinen! | 117 |
| Akzeptanz von Ausländern | 119 |
| Die Wahl eines Geschäftspartners in Rußland | 123 |

| | |
|--|------------|
| Das „Eigene“ und das „Fremde“ im russischen Business | 124 |
| Die kulturgebundene Anpassung von Produkten für den russischen Markt | 125 |
| Die menschliche Komponente im Geschäftsverkehr | 126 |
| Die Verhandlung als wichtigste Form der geschäftlichen Kommunikation - | |
| Russen als Verhandlungspartner | 132 |
| „Zeit ist Zeit und Geld ist Geld“ - Zum Zeitverständnis im russischen | |
| Geschäftsleben | 148 |
| Kapitel 3 Die russische Geschäftsetikette | 151 |
| Die nichtsprachliche (non-verbale) Etikette - die Körpersprache | 151 |
| Die sprachliche Etikette | 153 |
| Begrüßung und Verabschiedung | 153 |
| Anrede | 156 |
| Vorstellung | 159 |
| Glückwunsch | 161 |
| Einladung | 163 |
| Entschuldigung | 167 |
| TEIL 2 WISSENSWERTE | |
| HINTERGRUNDINFORMATIONEN ÜBER RUSSLAND | 169 |
| Kapitel 1 Politische Rahmenbedingungen | 169 |
| Rußland - eine Transformationsgesellschaft auf dem Weg von der | |
| Zentralverwaltungs- zur Marktwirtschaft | 169 |
| Projekte mit Rußland - der sicherste Weg zum Bankrott oder | |
| vielversprechende Option auf die Zukunft? | 198 |
| Großbetriebe und neue Wirtschaftsstrukturen | 198 |
| Der Arbeitsmarkt. Arbeitskräfte. Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen | 202 |
| Kapitel 2 Aus der russischen Unternehmenspraxis | 207 |
| Zur Lage der ehemaligen Staatsbetriebe | 207 |
| Rechtsformen von Unternehmen in der Russischen Föderation | 208 |
| Unternehmensstruktur. Organisation und Führung | 214 |
| Kontrolle und Management-Informationssysteme (MIS) | 217 |
| Problemlösung und Entscheidungsfindung | 218 |
| Planung | 220 |
| Delegation von Verantwortung | 222 |
| Arbeitsbeziehungen. Einstellung zu Kooperation und Konkurrenz. | |
| Kritikverhalten | 222 |
| Dienstbesprechungen | 224 |
| Kommunikation | 225 |
| Frauen im Unternehmen | 225 |
| Rentner im Unternehmen | 227 |
| Beruflicher Aufstieg | 227 |
| Qualifikation und Fortbildung | 228 |
| Akzeptanz ausländischer Partner in russischen Unternehmen | 229 |
| Die Einstellung zu Gemeinschaftsunternehmen mit Ausländern | 231 |

| | |
|---|------------|
| ANHANG | 234 |
| Wichtige Adressen | 234 |
| Verzeichnis der umbenannten Städte | 237 |
| Neue Bezeichnungen der national-staatlichen und national-territorialen Gebiete der Russischen Föderation und deren Hauptstädte | 237 |
| Quellenverzeichnis | 239 |
| Literaturverzeichnis | 244 |
| Stichwortregister | 251 |