

Schriftenreihe  
Interkulturelle Wirtschaftskommunikation

**Christopher M. Schmidt**

# **Kognitive Modelle in der Wirtschaftskommunikation**

Eine kognitionslinguistische Fundierung  
kulturbedingter Konzeptionalisierung

Verlag Wissenschaft & Praxis



# Kognitive Modelle in der Wirtschaftskommunikation

Eine kognitionslinguistische Fundierung kulturbedingter Konzeptualisierung

**Schriftenreihe**  
**Interkulturelle Wirtschaftskommunikation**

herausgegeben von:

Prof. Dr. Jürgen Bolten, Universität Jena

Prof. Dr. Peter Oberender, Universität Bayreuth

**Band 15**

Christopher M. Schmidt

# **Kognitive Modelle in der Wirtschaftskommunikation**

Eine kognitionslinguistische Fundierung  
kulturbedingter Konzeptualisierung

Verlag Wissenschaft & Praxis



## **Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-89673-559-1

© Verlag Wissenschaft & Praxis  
Dr. Brauner GmbH 2010  
Tel. +49 7045 93 0093 Fax +49 7045 93 0094  
[verlagwp@t-online.de](mailto:verlagwp@t-online.de) [www.verlagwp.de](http://www.verlagwp.de)

Alle Rechte vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Printed in Germany

## Vorwort des Verfassers

Beschäftigt man sich heutzutage ernsthaft mit interkulturellen Fragestellungen, so wird dies kaum ohne eine interdisziplinäre Verankerung möglich sein. Gleichzeitig begibt man sich in der Schnittstelle zwischen interkultureller und interdisziplinärer Forschung in gefährliche Fahrwasser. Wohl kaum sind inzwischen andere Begriffe so intensiv ge- und missbraucht worden wie gerade die der Interkulturalität und Interdisziplinarität. Diese Feststellung gilt auch bezüglich der Verwendung dieser Begriffe außerhalb des eigentlichen Forschungsbetriebs.

Dessen ungeachtet bildet das interkulturelle Forschungsspektrum immense Möglichkeiten, um aktuelle und für die Praxis umsetzbare Antworten auf immer neue (sowie auch fortwährend offene) Fragen und Herausforderungen in einer sich ständig verändernden Welt zu finden. Denn gerade Veränderlichkeit an sich ist die Grundlage der Interaktion zwischen Menschen. Was heute als Maßstab gilt, kann morgen veraltet sein. Was bleibt, ist der ‚rote Faden‘. Und um genau diesen geht es in der vorliegenden Arbeit. Wie sich zeigen wird, setzt dies eine grundsätzliche und kritische Auseinandersetzung mit überkommenen und weitestgehend festgefahrenen theoretischen Ansätzen im Bereich intra- und interkultureller Kommunikation voraus.

Unternimmt man den Versuch, diesen ‚roten Faden‘ in der zwischenmenschlichen Kommunikation sowohl in synchroner als auch in diachroner Hinsicht zu fassen, so ist es verständlich, dass dieses Unterfangen nicht nur seine Zeit der Reifung braucht, sondern ebenfalls dem Prozess gründlichster externer Kontrolle unterworfen werden muss. Für eine interkulturell und interdisziplinär ausgerichtete Arbeit versteht es sich von selbst, dass so ein Prüfungsweg auf internationaler Ebene beschritten werden sollte. Dies ist dann auch im Rahmen des Entstehungsprozesses der hier vorliegenden Arbeit unternommen worden.

So möchte ich meinen Dank zusammenfassend allen denen aussprechen, die mich auf diesem Weg begleitet und auf den verschiedenen Etappen zum Gelingen dieses Buchs beigetragen haben. Zusätzlich möchte ich besonders Prof. Jürgen Bolten für die Bereitschaft danken, diese Arbeit in das Habilitationsverfahren im Namen seines Instituts aufgenommen zu haben. Im Dezember 2009 wurde sie von der philosophischen Fakultät der Friedrich-Schiller-Universität Jena als Habilitationsschrift angenommen. Im Februar 2010 wurde das Habilitationsverfahren erfolgreich abgeschlossen.

Weiterhin gilt mein Dank der großzügigen finanziellen Unterstützung durch die Forschungstiftung der Universität Åbo Akademi/Finnland. Durch die Druckle-

gung des vorliegenden Werks konnte dieses langjährige Projekt einer breiten Leserschaft zugänglich gemacht werden.

Im Monat Mai des Jahres 2010 in der samtigen Meeresluft auf *Solstrand* im südfinnischen Schärengarten,

*Houtskär/Hästö*

Christopher Schmidt

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einführung .....</b>	<b>11</b>
<b>2. Erkenntnistheoretische Ausgangspunkte .....</b>	<b>21</b>
2.1 Die gesellschaftliche Verankerung von Wissen .....	21
2.2 Die primäre und sekundäre Intersubjektivität .....	25
2.3 Idealtypen als Grundlage der Vermittlung von Erfahrung .....	28
2.4 Interdisziplinäre Konsequenzen .....	30
<b>3. Kognitionslinguistische Fundierung kulturgebundener Konzeptualisierung .....</b>	<b>35</b>
3.1 Konzeptualisierung als Übertragungsvorgang von Bekanntem zu Unbekanntem .....	35
3.2 Kognitionsmetaphorische Konsequenzen .....	42
3.3 Der Konzeptbegriff in seiner kulturtheoretischen Dimension .....	49
3.4 Gestalttheorie und Prototypikalität als Wirkungsvoraussetzung für Modellhaftigkeit und Kulturrelevanz kognitiver Modelle .....	53
3.5 Die Kulturgebundenheit Idealisierter Kognitiver Modelle .....	60
3.6 Die Stellung der Theorie der Bild-Schemata in Bezug auf angrenzende Theoriebereiche .....	81
<b>4. Vom dyadischen zum triadischen Kulturbegriff .....</b>	<b>87</b>
4.1 Die Rolle der Indigenität zur Erweiterung bisheriger Kultur- Dimensionalität .....	87
4.2 Die Rolle der Bild-Schemata im interkulturellen Konzeptualisierungs- modell .....	99
<b>5. Kommunikationstheoretische Implikationen des Konzeptualisierungsmodells .....</b>	<b>107</b>
<b>6. Fachsprachentheoretische Implikationen der Kommunikation über Wirtschaft .....</b>	<b>127</b>



<b>7. Semiotische Schlussfolgerungen für die Konzeptualisierung über die Wirtschaft und in der Wirtschaft .....</b>	<b>145</b>
<b>8. Die Kulturspezifik kognitiver Modelle am Beispiel der deutschen und schwedischen Organisationstheorie .....</b>	<b>153</b>
8.1 Kulturspezifische Konzeptualisierungen in der deutschen Organisationstheorie .....	158
8.1.1 Organisation im ganzheitlichen Sinn mit ihrer Funktion und Struktur zur organisationalen Zielerreichung .....	158
8.1.2 Konzeptualisierung der Führungstätigkeiten und des Hierarchieverständnisses .....	170
8.1.3 Durchführungsmöglichkeiten von Arbeitsorganisation .....	189
8.2 Kulturspezifische Konzeptualisierungen in der schwedischen Organisationstheorie .....	196
8.2.1 Organisation im ganzheitlichen Sinn mit ihrer Funktion und Struktur zur organisationalen Zielerreichung .....	198
8.2.2 Konzeptualisierung der Führungstätigkeiten und des Hierarchieverständnisses .....	206
8.2.3 Durchführungsmöglichkeiten von Arbeitsorganisation .....	224
8.3 Vergleich der Ergebnisse mit anderen Untersuchungen zum Management in Schweden und Deutschland .....	234
8.3.1 Ergebnisse aus Befragungen von Entscheidungsträgern in der Wirtschaft .....	235
8.3.2 Ergebnisse aus anderen interkulturellen Untersuchungen .....	241
<b>9. Konzeptualisierung in der integrierten Unternehmenskommunikation .....</b>	<b>247</b>
9.1 Das kommunikationsstrategische Modell der Integrierten Kommunikation nach Bruhn .....	254
9.2 Vom Werbeslogan zum Markenslogan .....	258
9.3 Der bild-schematische Markenslogan als kommunikationsstrategisches Instrument für die Marken-Kommunikation am Beispiel Hitachi .....	265

9.4 Die Markenprofilierung in der Offline-Werbung von Hitachi auf der Basis der bild-schematischen Kernaussagen .....	280
<b>10. Konzeptualisierung im diachronen Wandel von Zielgruppenansprachen .....</b>	<b>297</b>
10.1 Die <i>Briefe an die Aktionäre</i> zum Geschäftsjahr 2005 .....	299
10.2 Die <i>Briefe an die Aktionäre</i> zu den Geschäftsjahren 1974-1980 .....	332
10.3 Zusammenfassende Auswertung der Konzeptualisierungen zu den <i>Briefen an die Aktionäre</i> .....	352
<b>11. Schlussbetrachtung .....</b>	<b>357</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>365</b>



# 1. Einführung

Der Handlungsbereich der Wirtschaft gehört vor allem seit den letzten zwei Jahrzehnten zu den sich am schnellsten entwickelnden Gesellschaftsbereichen, weit über einzelne Kulturräume hinweg. Grund hierfür sind nicht nur die sich rasant vollziehende technische Entwicklung und die immer wieder beschworene Globalisierung. Grund hierfür sind auch miteinander in Berührung kommende Gesellschaftsbereiche, die nicht losgelöst von der Wirtschaft existieren, wie z. B. die Internationalisierung von Forschung und Lehre an Universitäten (in Europa nicht zuletzt seit dem Bologna-Prozess), die sich ständig verändernden Besitzverhältnisse internationaler Unternehmen oder auch Migrationsbewegungen aufgrund wirtschaftlicher, politischer oder klimatischer Veränderungen mit entsprechenden Herausforderungen für Kommunikationstätigkeiten in allen Gesellschaftsbereichen.

Damit befindet sich die Kommunikation über die und in der Wirtschaft schon längst nicht mehr ausschließlich in einem intrakulturellen Bezugsrahmen. Nicht nur ist der multikulturelle Kontakt im Wirtschaftsalltag eher Normalität als Abweichung. Darüber hinaus stehen auch traditionelle Handlungsbereiche der Wirtschaft vor der Herausforderung, Sachfragen mit Fragen der Kommunizierbarkeit, Versprachlichung und Vertextung von Wissen unter einem interkulturellen Primat umsetzen zu müssen. Hiervon ist sowohl der unternehmensinterne wie auch -externe Bereich betroffen. Fragen z. B. der Personalführung und innerbetrieblichen Organisation und Kommunikation werden ebenso durch kognitive Modelle im Kommunikationsakt betroffen wie auch unternehmens-externe Kommunikationsstrategien in Bezug auf diverse Anspruchsgruppen. Damit ist die Kulturbezogenheit von Kommunikation – sei es aus landes-, unternehmens- oder branchenkultureller Perspektive heraus – zum unhintergehbaren Faktum geworden. Dies hat dann Auswirkungen auf die Kommunizierbarkeit von Fachwissen, ebenso wie auf die Verstehbarkeit über Kulturgrenzen hinweg. Damit lassen sich jedoch Sachfragen z. B. der Betriebswirtschaft nicht mehr ohne Einbezug sprachwissenschaftlicher, kommunikationstheoretischer und kulturtheoretischer Erkenntnisse gewinnbringend im heutigen internationalen Spektrum der Wirtschaft behandeln. Dies gilt insbesondere dann, wenn es um die konkrete Umsetzung von Handlungsanweisungen in der Wirtschaft geht. Aus diesem Grunde ist im Bereich der Wirtschaft eine interdisziplinäre Verzahnung verschiedener Fachbereiche nachvollziehbar wie kaum in einem anderen gesellschaftlichen Handlungsbereich. Bezüglich der Kommunizierbarkeit von Wissen und der Vertextung von Kommunikationsinhalten ist an dieser Stelle die Sprachwissenschaft herausgefordert, neue Möglichkeiten aufzuzeigen. Dies kann jedoch

weder durch ein traditionelles, enges linguistisches Interesse an Sprache, das auf einem ausschließlich propositionalen Konzept von Sprache fußt,<sup>1</sup> noch durch Ausschalten der interkulturellen Dimension in der Sprach- und Texttheorie geleistet werden.

Durch die Verzahnung verschiedenster Sachbereiche mit der Wirtschaft ist es außerdem fraglich, ob Problemlösungen in einzelnen Bereichen der Wirtschaft überhaupt noch ohne eine interdisziplinäre Breite langfristig überzeugend gefunden werden können. Außerdem ist durch die globale Dimension der neuen Medien und der nicht mehr wegzudenkenden Internationalität menschlicher Kontakte wie auch unternehmerischer Kommunikationstätigkeiten die Frage nach der Relevanz von Kulturspezifika in der menschlichen Kommunikation aktueller denn je geworden. Die vorliegende Arbeit geht weiterhin davon aus, dass gerade durch die zunehmende Internationalisierung in allen Bereichen die kulturtheoretische Perspektive auch in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Sachfragen eine mittlerweile fundamentale Bedeutung für Problemlösungen erreicht hat.

Interdisziplinarität und Interkulturalität werden somit nicht zum schmückenden Beiwerk, sondern zur methodologischen Voraussetzung für den wissenschaftlichen Diskurs schlechthin. Dies zeigt sich auch in internationalen Forschungstätigkeiten.<sup>2</sup> Gleichzeitig wie die Relevanz eines interdisziplinären und interkulturellen Zugriffs einleuchtet, stellt sich die Frage nach der Methodenwahl als eine entscheidende. Hier knüpft die vorliegende Untersuchung an die Forschungen im Bereich der kognitiven Linguistik an, vornehmlich an die Theorie der Bild-Schemata aus der kognitiven Metapherntheorie sowie an die Prototypentheorie und diskutiert u. a. diese Theorien in ihrer Anwendbarkeit für das interkulturelle Spektrum. Dabei wird sich zeigen, dass vor allem in der kognitiven Metaphern-

---

<sup>1</sup> Unter dem Begriff ‚Proposition‘ bzw. ‚propositional‘ wird in der vorliegenden Arbeit im allgemeinen linguistischen Sinn der logisch-semantische Gehalt von Aussagen, als die Bezugnahme auf Entitäten oder Handlungen, Zustände etc. in Welt, verstanden, ohne auf den sprechakttheoretischen Gehalt dieser Begriffe abzielen.

<sup>2</sup> So ist z. B. die Forschungs Kooperation *Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation* (gegründet 2001) aus dieser Grunderkenntnis hervorgegangen. Ursprünglich von Germanisten aus verschiedenen europäischen Ländern gegründet, vereint sie mittlerweile Forscher u.a. aus den Bereichen allgemeine und angewandte Sprachwissenschaft, Fachsprachentheorie, Übersetzungstheorie, interkulturelle Kommunikation, Psychologie, Organisationstheorie, Marketing und Personalwesen. (vgl. [www.wirtschaftskommunikation.net](http://www.wirtschaftskommunikation.net)). Interessanterweise hat sich gezeigt, dass gerade durch die systematische Verbindung interdisziplinärer mit interkulturellen Fragestellungen auch ein Dialog zwischen Theorie und Praxis in der Wirtschaft innerhalb dieser Kooperation aufgebaut werden konnte (u.a. Janich 2005, Crijns et al. 2006, Boenigk et al. 2006 sowie Schmidt et al. 2007).

theorie eine Theorienerweiterung, besonders was die Funktion der Bild-Schemata betrifft, erfolgen muss, bevor diese Theorie gewinnbringend für die interkulturelle Sprachforschung angewandt werden kann (mehr dazu weiter unten). Voraussetzung hierfür ist eine kulturtheoretische Bewertung der Rolle der Bild-Schemata für Kommunikationsprozesse mit ihren jeweiligen interdisziplinären Implikationen. Für die methodologischen Aspekte interkulturellen Forschens bietet sich hier eine Möglichkeit, überkommene Forschungskategorien gerade aus den Rahmenbedingungen interkulturellen Arbeitens heraus zu revidieren, um somit auch im Bereich interkultureller Theorienbildung Weiterentwicklungsperspektiven aufzeigen zu können.

Dabei muss das Theorienfundament interkultureller Kategorisierungen kritisch überarbeitet werden, bevor diese interdisziplinär und problemlösend angewandt werden können. Diese Notwendigkeit ergibt sich aus dem immer noch aktuellen Entwicklungsbedürfnis einer so jungen Disziplin wie die der interkulturellen Kommunikation. Dieses Entwicklungsbedürfnis zeigt sich im fortwährend dominierenden dyadischen Denken anhand von Kategorisierungen von Kultur, die in ihren sehr unterschiedlichen Ausprägungen jeweils ein Resultat kategoriellen Denkens ihrer Autoren darstellen. Trotz der relativen Gültigkeit und teilweise gegenseitigen Ausschließlichkeit in der Begriffshantierung werden auch die bekanntesten interkulturellen Kategorisierungen nebeneinander verwendet und jeweils von ihren Autoren im Sinne kulturtheoretischer Dimensionen als absolut gesetzt.<sup>3</sup> Diese Kategorisierungen basieren immer noch vor allem auf einer prinzipiellen Zweiteilung in universalen und kulturspezifischen Phänomenen gesellschaftlichen Handelns. Anhand des kognitionslinguistischen Ansatzes in der vorliegenden Arbeit wird hier die Notwendigkeit einer Erweiterung zu einem triadischen kulturtheoretischen Modell anhand der Rolle der Indigenität für interkulturelle Untersuchungen aufgezeigt werden können, das die starre Polarisierung in der interkulturellen Theorienbildung überwinden und den kognitionslinguistischen Ansatz für die Kommunikationstätigkeit in der und über die Wirtschaft anwendbar machen kann.

Interessanterweise lässt sich die interdisziplinäre Weiterentwicklung der fachspezifischen Fragestellungen in der vorliegenden Arbeit aufgrund der zentralen Funktion der Bild-Schemata, so wie sie von Mark Johnson (1987) eingeführt wurden, realisieren. Dabei ist bisher weder die texttheoretische noch die interkulturelle Bedeutsamkeit der Bild-Schemata in der Forschung zur kognitiven

---

<sup>3</sup> Es existieren in der interkulturellen Forschung z. T. sehr unterschiedliche Kategorisierungen zur Untersuchung kultureller Phänomene, die als Konstrukte ihrer Autoren angesehen werden müssen, was erkenntnistheoretisch die Gültigkeit dieser Kategorisierungen relativiert. Zur Übersicht bestehender Untersuchungskategorien im Bereich interkultureller Forschung s. Layes 2003. Näheres dazu in Kap. 4 der vorliegenden Arbeit.