

INHALTSVERZEICHNIS

I. Dein Bild in meinem Auge

<i>Tsann-ching Lo</i>	
Kulturelle Aspekte deutsch-taiwanesischer Wirtschaftskommunikation	1

<i>Liying Wang</i>	
Begegnung mit China oder den Chinabildern?	
Deutsche Reiseberichte über China in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts	19

<i>Jin Zhao</i>	
Das Deutschlandbild in einem deutsch-chinesischen Jointventure	47

II. Kommunikation als Brücke voller Stolpersteine?

<i>Shing-lung Chen</i>	
Wie verhandelt man das Gehalt bei der Stellenbewerbung?	
Eine Analyse chinesischer und deutscher Bewerbungsgespräche	71

<i>Dezhang Liu</i>	
Sprachkompetenz als Schlüsselqualifikation in der interkulturellen Kommunikation	93

<i>Jin fu Tan</i>	
Rituale und symbolische Handlungen in der interkulturellen Geschäftskommunikation am Beispiel Deutschland-China	105

III. Werbewelt als Wertewelt

<i>Chifeng Han</i>	
Werberecht in der VR China	127

<i>Wenjian Jia</i>	
Traditionalität und Modernität in der chinesischen Werbung:	
Chinesische Werbung im Zeichen des Zeitgeistes	153

Autorenverzeichnis	183
---------------------------	-----