

Christina Pickl-Herk

**Verknüpfung und Pflege von Geschäftskontakten in
Österreich – Ungarn / ein Leitfaden**

Bachelorarbeit

an der

HOCHSCHULE MITTWEIDA (FH)

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Fakultät Wirtschaftswissenschaften

Mittweida, 2012

Erstprüfer: Prof. Dr. rer. pol. René-Claude Urbatsch

Zweitprüfer: Prof. Dr. rer. pol. Ulla Meister

I Bibliographische Beschreibung und Referat

Bibliographische Beschreibung

Pickl-Herk, Christina

Verknüpfung und Pflege von Geschäftskontakten in Österreich – Ungarn / ein Leitfaden – 2012 – 56 Seiten.

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), Fakultät Wirtschaftswissenschaften, Bachelorarbeit, 2012.

Referat

Ziel dieser Arbeit ist es, kulturelle, gesellschaftliche und wirtschaftliche Unterschiede zwischen Österreich und Ungarn zu erkennen, aufzuarbeiten und zu dokumentieren. Diese Erkenntnisse fließen in einen Leitfaden ein. Mit Hilfe des erstellten Handbuchs soll die Verknüpfung und Pflege von Geschäftskontakten zwischen Österreich und Ungarn erleichtert werden.

In der vorliegenden Arbeit sind alle Personenbezeichnungen geschlechtsneutral verwendet.

II Inhaltsverzeichnis

I Bibliographische Beschreibung und Referat	I
II Inhaltsverzeichnis	II
III Abbildungsverzeichnis	IV
IV Tabellenverzeichnis	V
V Abkürzungsverzeichnis.....	VI
1 Einleitung.....	- 1 -
1.1 Problemstellung	- 1 -
1.2 Zielsetzung	- 2 -
1.3 Methodisches Vorgehen	- 3 -
2 Leitfaden zur Verknüpfung von Geschäftskontakten in Österreich und Ungarn unter Einbeziehung interkultureller Unterschiede.....	- 4 -
2.1 Grundlagen	- 4 -
2.1.1 Leitfaden	- 4 -
2.1.2 Geschäftskontakte	- 7 -
2.1.3 Interkulturelle Unterschiede	- 13 -
2.2 Wesentliche interkulturelle Unterscheide einer vergleichbaren Betrachtung Österreich - Ungarn	- 20 -
2.2.1 Kultur, Werte und Normen.....	- 20 -
2.2.2 Kulturzwiebel	- 22 -
2.2.3 Sprache.....	- 28 -
2.2.4 Soziodemographie in einer kartographischen Betrachtung	- 31 -
2.2.5 Wirtschaftliche Eckdaten.....	- 42 -

2.3 Leitfaden zur Verknüpfung und Pflege von Geschäftskontakten	- 49 -
2.3.1 Fallstudie und deren Auswertung	- 50 -
2.3.2 Konzeption des Leitfadens	- 52 -
2.3.3 Mögliche Alternativen zur Umsetzung	- 53 -
3. Schluss	- 55 -
3.1 Ergebnisse.....	- 55 -
3.2 Maßnahmen.....	- 55 -
3.3 Konsequenzen.....	- 56 -
VI Literaturverzeichnis	VII
VII Selbständigkeitserklärung.....	XVIII

III Abbildungsverzeichnis

ABB. 1: ENDE DER DOPPEL- MONARCHIE ÖSTERREICH - UNGARN.....	- 21 -
ABB. 2: MODELL KULTURZWIEBEL VON HOFSTEDE	- 22 -
ABB. 3: FLAGGE ÖSTERREICH	- 23 -
ABB. 4: WAPPEN ÖSTERREICH.....	- 23 -
ABB. 5: FLAGGE UNGARN	- 23 -
ABB. 6: WAPPEN UNGARN	- 23 -
ABB. 7: HERMANN MAIER (SPORTLER).....	- 24 -
ABB. 8: WOLFGANG AMADEUS MOZART (MUSIKER).....	- 24 -
ABB. 9: LÁSZLÓ CSEH (SPORTLER).....	- 24 -
ABB. 10: PETOFI SANDOR (DICHTER).....	- 24 -
ABB. 11: BEGRÜßUNG.....	- 25 -
ABB. 12: WERTESYSTEM ÖSTERREICH	- 26 -
ABB. 13: WERTESYSTEM UNGARN	- 26 -
ABB. 14: OSTERBRAUCH ÖSTERREICH	- 27 -
ABB. 15: TRADITIONELLE HOCHZEIT ÖSTERREICH	- 27 -
ABB. 16: OSTERBRAUCH UNGARN	- 27 -
ABB. 17: TRADITIONELLE HOCHZEIT UNGARN.....	- 27 -
ABB. 18: BEVÖLKERUNGSSTRUKTUR IN ÖSTERREICH	- 31 -
ABB. 19: GLAUBENSSTRUKTUR IN ÖSTERREICH.....	- 32 -
ABB. 20: BEVÖLKERUNGSSTRUKTUR IN UNGARN.....	- 33 -
ABB. 21: GLAUBENSSTRUKTUR IN UNGARN	- 33 -
ABB. 22: PRO-KOPF-BRUTTO- UND -NETTONATIONALEINKOMMEN	- 38 -
ABB. 23: WICHTIGKEIT DER ARBEIT	- 39 -
ABB. 24: WICHTIGKEIT DER ARBEIT UND BILDUNGSABSCHLUSS.....	- 40 -
ABB. 25: ZUSTIMMUNG ZUR AUSSAGE; „MENSCHEN, DIE NICHT ARBEITEN WERDEN FAUL.“	- 40 -
ABB. 26: EINSTELLUNGEN ZU ARBEIT UND BERUF VERGLEICH ÖSTERREICH – UNGARN	- 41 -

IV Tabellenverzeichnis

TAB. 1: BEVÖLKERUNGSWACHSTUM ÖSTERREICH – UNGARN, 1997 BIS 2011	- 34 -
TAB. 2: GEBURTENZIFFER ÖSTERREICH – UNGARN. 1997 BIS 2008	- 35 -
TAB. 3: ALTERSSTRUKTUR: ÖSTERREICH – UNGARN, 1997 BIS 2007	- 35 -
TAB. 4: BILDUNGSNIVEAU DER BEVÖLKERUNG, ÖSTERREICH – UNGARN, 1997 BIS 2007	- 36 -
TAB. 5: PRO-KOPF-BRUTTONATIONALEINKOMMEN ÖSTERREICH - UNGARN.....	- 37 -
TAB. 6: WIRTSCHAFTSPROFIL ÖSTERREICH	- 43 -
TAB. 7: WICHTIGSTE HANDELSPARTNER EXPORT, ÖSTERREICH	- 43 -
TAB. 8: WICHTIGSTE EXPORTPRODUKTE ÖSTERREICHS	- 43 -
TAB. 9: WICHTIGSTE HANDELSPARTNER IMPORT, ÖSTERREICH.....	- 44 -
TAB. 10: WICHTIGSTE IMPORTPRODUKTE ÖSTERREICH	- 45 -
TAB. 11: ÖSTERREICHISCHER AUßENHANDEL GESAMT	- 45 -
TAB. 12: WIRTSCHAFTSPROFIL UNGARN	- 46 -
TAB. 13: WICHTIGSTE HANDELSPARTNER EXPORT	- 47 -
TAB. 14: WICHTIGSTE EXPORTPRODUKTE UNGARN	- 48 -
TAB. 15: WICHTIGSTE HANDELSPARTNER IMPORT	- 48 -
TAB. 16: WICHTIGSTE IMPORTPRODUKTE UNGARN.....	- 49 -
TAB. 17: UNGARISCHE AUßENHANDEL GESAMT	- 49 -

V Abkürzungsverzeichnis

a.a.O.	am angegebenen Orte
Abb.	Abbildungsverzeichnis
AMS	Arbeitsmarktservice
BIP	Bruttoinlandprodukt
ca.	circa
d.h.	das heißt
ETZ	Europäische Territoriale Zusammenarbeit
EU	Europäische Union
EU27	Europäische Union 27 Mitgliedsländern
EUR	Euro
ff.	fortfolgend
Ft.	Forint
Hrsg.	Herausgeber
Kfz	Kraftfahrzeug
km ²	Quadratkilometer
K. u. K.	kaiserlich und königlich
Mio.	Million
Mrd.	Milliard
UK	United Kingdom
USA	United State of America
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
S.	Seite
Vgl.	Vergleich

1 Einleitung

Österreich – Ungarn zwei Ländern mit einer gemeinsamen historischen Geschichte aber mit grundlegenden unterschiedlichen Kulturen. In dieser Arbeit bekommen Sie einen Einblick in die wichtigsten interkulturellen Unterschiede zwischen Österreich und Ungarn.

1.1 Problemstellung

Je mehr die Globalisierung und Internationalisierung an Bedeutung zunimmt umso mehr gewinnt die kulturelle Identität der Länder an Bedeutung. Die Globalisierung und die Europäische Union legen die Basis für die Internationalisierung sowie bilaterale Standortentwicklungen zwischen Österreich und Ungarn. Die grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen Österreich – Ungarn haben in den letzten Jahren stetig zugenommen.

So nah kann auch so fern sein: Die geographische Nähe und die gemeinsame Geschichte bedeuten noch lange nicht Gleichheit in soziokultureller Sicht. Die Herausforderungen liegen in der interkulturellen Zusammenarbeit, Toleranz und gegenseitigem Verständnis (Verstehen wollen). Trotz der geographischen Nähe sind oftmals kulturelles Unverständnis und gesellschaftliches Missverständnis gegeben. Die Offenheit für die Kultur und das gesellschaftliche sowie wirtschaftliche Wertesystem ist unerlässlich für die Anbahnung neuer Geschäftsbeziehungen.

Um die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und zu verbessern müssen Unterschiede und Gemeinsamkeiten beider Länder erkannt werden um die Markteintrittsstrategie dementsprechend anzupassen. Die Problematik liegt wie schon erwähnt in der Erkennung und Wahrnehmung der Unterschiede und Gemeinsamkeiten. Dass es Unterschiede gibt ist allgemein bekannt, nur welche für eine positiv verlaufende Geschäftsanbahnung maßgeblich sind, müssen erst aufgedeckt werden.

Unternehmen, die in aktiven Internationalen Geschäftskontakten stehen sind stets bemüht eine gute Beziehung zu den Geschäftspartnern aufzubauen. Wichtig dabei ist es, auf Unterschiede im kulturellen und gesellschaftlichen Bereich (Normen, Werte) und im speziellen auf das Wirtschaftssystem und die Wirtschaftsgebräuche des jeweiligen Landes zu achten und diese bei den ersten Geschäftskontakten zu kennen. Fehlinterpretationen in diesen Bereichen können Geschäftsanbahnungen schon im Frühstadium zunichtemachen oder massiv erschweren. Um eine erfolgreiche Geschäftsanbahnung zu gewährleisten, ist interkulturelle Kompetenz unumgänglich.

1.2 Zielsetzung

Die Zielsetzung der Bachelorarbeit ist es, kulturelle, gesellschaftliche und wirtschaftliche Unterschiede zwischen Österreich und Ungarn zu erkennen, aufzuarbeiten und zu dokumentieren. Diese Erkenntnisse fließen in einen Leitfaden ein. Mit Hilfe des erstellten Leitfadens soll die interkulturelle Kommunikation im Rahmen zukünftiger Geschäftsanbahnungen zwischen Österreich und Ungarn erleichtert werden.

Die Zielgruppe für den Leitfaden sind österreichische und ungarische Klein- und Mittelbetriebe. Unternehmen, die im aktiven bilateralen Geschäftskontakt stehen oder an einer Geschäftsanbahnung interessiert sind.

Für die Erstellung des Leitfadens werden Interviews auf beiden Seiten, Österreich – Ungarn, durchgeführt. Die Interviewpartner sind Unternehmen, die bereits im aktiven bilateralen Geschäftskontakt stehen. Mittels eines Leitfadens gewährleistet man einen korrekten Ablauf der Interviews. Die Auswertungen der Ergebnisse dieser persönlichen Umfragen stellen die Basis für die Verfassung des interkulturellen Österreich – Ungarn Leitfadens dar.

1.3 Methodisches Vorgehen

Mittels einer Fallstudie werden wichtige Informationen und Ergebnisse gesammelt, ausgewertet und analysiert. In die Fallstudie sind Unternehmen mit aktiven Geschäftskontakten auf beiden Seiten involviert.

Leitfaden - Nutzen

Der neue Leitfaden soll eine Hilfestellung zum besseren interkulturellen Verständnis, im gemeinsamen Lebens- und Wirtschaftsraum sein.

Zielgruppen

Unternehmen, die im aktiven internationalen Geschäftskontakt Österreich – Ungarn stehen zur Verbesserung der Kommunikation Unternehmen die Ungarn als neuen Wirtschafttraum und potentiellen Markt sehen, zur Erleichterung der Geschäftsanbahnung. Durch den interkulturellen Kompetenzaufbau soll eine Optimierung der Geschäftsbeziehungen und eine Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit erreicht werden. Durch die Verbesserung und Vertiefung der Wirtschaftsbeziehungen mittels des Leitfadens kommt es auch zu einer Senkung der Kooperationskosten.

2 Leitfaden zur Verknüpfung von Geschäftskontakten in Österreich und Ungarn unter Einbeziehung interkultureller Unterschiede

Gezielte Effizienzsteigerung von bilateralen Kooperationen zum besseren interkulturellen Verständnis im gemeinsamen Lebens- und Wirtschaftsraum, Optimierung der grenzüberschreitenden Geschäftsbeziehungen zwischen Österreich - Ungarn und Ungarn – Österreich, mittels eines Leitfadens.

2.1 Grundlagen

Kulturelle Unterschiede sind zu überwinden, da die Wirtschaft heute global ist, doch nationale Spielregeln gelten nach wie vor. Mit Hilfe des verfassten Leitfadens soll die Kommunikation und die Kommunikationskompetenz für zukünftige Geschäftsanbahnungen oder bereits bestehende Kontakte zwischen Österreich und Ungarn erleichtert werden. Mittels einer Primärerhebung, Interview österreichischer und ungarischer Unternehmen, konnten wichtige Informationen und Erkenntnisse gesammelt und ausgewertet werden. Ziel ist es, die dabei erhobenen Probleme mit Lösungen und Lösungsvorschlägen zu beschreiben.

Die soziokulturellen Unterschiede beider Länder werden in einem Leitfaden zusammengefasst. Der Leitfaden umfasst umfangreiche Informationen über die Geschäftsanbahnung und Verknüpfung von Geschäftskontakten wie über die Pflege der bestehenden bilateralen Kontakte. Ziel ist es, Geschäftspartner besser zu verstehen und kulturelle Missverständnisse zu vermeiden.

2.1.1 Leitfaden

Für jedes Unternehmen stellt sich vor Beginn jeder Auslandstätigkeit die Frage der internationalen Kommunikationspolitik. Das Erkennen und auch Anerkennen von kulturellen Unterschieden ist eine wichtige Voraussetzung für den geschäftlichen Erfolg international tätiger Unternehmen.

Kommunikation, Netzwerke und die Unterscheidung zu anderen Anbietern sind notwendig für eine erfolgreiche Geschäftsabwicklung. Wenn man auf einem neuen

Markt erfolgreich agieren will, müssen die kulturellen Unterschiede und Eigenheiten des jeweiligen Landes berücksichtigt und geschätzt werden. Die Interkulturelle Kompetenz ist durch die Internationalisierung immer wichtiger geworden.

Für die Erstellung des Leitfadens wurden österreichische und ungarische Unternehmen verschiedenster Unternehmensgrößen und Branchen interviewt. Alle Interviewpartner stellten sich freiwillig und kostenlos dieser Befragung zur Verfügung.

Mit systematisch gewählten Interviewfragen, kann man positive, kritische und problematisch erlebte Situationen mit ausländischen Geschäftspartnern leichter ermitteln. Die Reaktionen der anderen Partei stellen oft eigenartige, unverständliche oder auch unerwartet unangenehme Situationen dar.

Die nachstehenden Interviewfragen veranschaulichen die Abfolge der persönlichen Interviews mit ausgewählten bilateralen Unternehmen aus Österreich und Ungarn.

Interviewfragen¹

- Background zum Befragten:

Informationen zum Geschlecht (männl./weibl.) und der Altersgruppe (unter 35, zwischen 36 und 50, über 51) des Befragten füllt der Interviewer im Fragebogen aus. Weiters wird die Position im Unternehmen und die damit verbundenen Tätigkeiten (Aufgaben-, Verantwortungsbereiche) erhoben. Insbesondere Tätigkeiten im Rahmen der internationalen Geschäftstätigkeit.

- Informationen zum Unternehmen des Befragten:

Seit wann besteht das Unternehmen und wie viele Mitarbeiter sind derzeit beschäftigt?

In welchem Wirtschaftssektor und Branche ist das Unternehmen tätig?

¹ Eigene Darstellung unter Einbezug des ETZ-Programm "Europäische Territoriale Zusammenarbeit" 2007 bis 2013 -Grenzüberschreitende Kooperationen AUT:HU

- Information über die Auslandsaktivitäten des Unternehmens:

Stehen Sie schon im aktiven Geschäftskontakt mit Österreich/Ungarn?

Wenn ja, seit wann und wie oft sind Sie mit Ihren ausländischen Partnern in Kontakt?

Welche Art der Interaktion haben Sie mit Ihren österreichischen/ungarischen Unternehmen?

Wie hoch ist Ihre derzeitige Exportquote?

Wahrnehmung der österreichischen - ungarischen Kultur

- Aus Ihrer Erfahrung, welche Kulturunterschiede verursachen die meisten Schwierigkeiten bei österreichisch-ungarischen Wirtschaftskontakten (geschäftsbefugten privaten Kontakten)?
- In allgemeinen, welche Business Situation finden Sie am problematischsten? Warum?
- Was würden Sie österreichischen (ungarischen) Geschäftsleuten raten, die mit Ungarn (Österreich) Geschäfte machen möchten? Können Sie einige absolute Do's und Don'ts für die ungarische (österreichische) Geschäftskultur nennen?

Critical incidents

- An welche konkreten positiv oder negativ Situationen können Sie sich erinnern?
- Wie lässt sich Ihrer Meinung nach das unerwartete Verhalten des österreichischen (ungarischen) Interaktionspartners erklären?
- Wie haben Sie sich in dieser Situation gefühlt? Welche Strategie haben Sie angewandt, um einem Konflikt zu entgehen? (Frage wird nur gestellt, falls eine negative Interaktionssituation beschrieben wurde.)

Wie überall gibt es gewisse gesellschaftliche und kulturelle Grund- und Spielregeln, an die man sich halten muss. Diese Regeln unterscheiden sich von Kultur zu Kultur – von Land zu Land.

2.1.2 Geschäftskontakte

Damit Geschäftskontakte zwischen Österreich und Ungarn nicht bereits bei der Anbahnung scheitern, gibt es einige Regeln, die zu beachten sind.

Wichtige Grundregeln für eine Geschäftsanbahnung und Geschäftsabwicklung²

- Erstklassige Vorbereitung auf den gezielten Markt mittels Aus- und Weiterbildungen.
- Vielfach ist die Einschaltung des Mittelmanagement sinnvoll, bevor die eigentlichen Entscheidungsträger aufeinandertreffen.
- Da stets Sprachbarrieren bestehen, sind Bilder (Fotos, Diagramme, Kataloge, Bücher, Filme und Videos) oder auch Produktproben sehr nützlich.
- Wesentlich ist es, sich nie in einen Kontakt „hineindrängen“ zu lassen. Manchmal ist es einfach trotz besten Willens notwendig, Geschäftsbesprechungen oder Vertragsverhandlungen abubrechen.

Die Übertragung von unternehmensphilosophischer Managementmethoden, Aufbauorganisation und Ablauforganisation, von einer Kultur in eine andere ist nicht möglich. Voraussetzung für eine erfolgreiche internationale Unternehmensführung ist, eine kulturspezifische Auswahl von Führungsinstrumenten. Es müssen an die Kultur angepasste Führungsinstrumente auserwählt werden. „Jede Kultur kennt ihre eigenen Antworten und Fragen.“³

Um ein Unternehmen erfolgreich führen zu können, kommt es nicht nur darauf an, welchen Führungsstil man praktiziert, sondern ob es einem gelingt, seine Vorstellungen in den Alltag zu integrieren. Die zusätzlichen Herausforderungen bei Auslandaktivitäten sind, sich auf unterschiedliche Erwartungen der neuen Umwelt einzustellen.⁴

² Vgl. Schnitt, Peter/ Himmelfrontpointner Rainer: Interkulturelles Marketing: In aller Welt, Hrsg. Walter Korean AWO, Wien, 2008, S. 54 ff

³ Blom, Hermann/ Meier, Harald: Interkulturelles Management: Interkulturelle Kommunikation, internationales Personalmanagement, Diversity-Ansätze im Unternehmen, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe, München, 2004, S. 48 ff

⁴ Vgl. Jung, Hans: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Oldenbourg Wissenschaftsverlag, Auflage 10, München, 2006, S. 163 ff

Interkulturelle Führungskompetenzen

Nach Alexander Thomas wird in der interkulturellen Führungskompetenz zwischen vier Reaktionstypen unterschieden⁵

„Der Ignorant: Jeder, der nicht so denkt und handelt wie er selbst oder wie er es gewohnt ist und wie es für ihn richtig ist, ist entweder dumm, unfähig oder unwillig. Wer sich nach allen erdenklichen Bemühungen immer noch „falsch“ verhält, dem ist nicht zu helfen. Es kommt als Partner nicht in Betracht. Kulturell bedingte Verhaltensunterschiede werden nicht wahrgenommen oder einfach ignoriert.“⁶

Der Universalist: Alle Menschen auf diesem Kontinent sind gleich. Probleme verschiedenster Anlässe lassen sich mit Freundlichkeit, Toleranz und Durchsetzungsvermögen meistern. Interkulturelle Unterschiede haben nur eine sehr geringe Bedeutung.⁷

„Der Macher: Ob kulturelle Einflüsse das Denken oder Verhalten bestimmen oder nicht, ist nicht wichtig. Entscheidend ist, dass man weiß was man will, dass man klare Ziele hat und sie überzeugend vermitteln kann und sich überall durchsetzen kann. Wer den eigenen Wettbewerbsvorteil erkennt und ihn zu nutzen versteht, gewinnt unabhängig davon, in welcher Kultur man lebt und tätig ist.“⁸

Der Potenzierer: Jede Kultur hat seine eigenen Arten des Denkens und Handelns, die von den Menschen gelernt und als richtig anerkannt werden. Es geht darum, in der globalen Kooperation unterschiedliche Denk- und Handlungsweisen zu erkennen und ernst zu nehmen.⁹

⁵ Vgl. Alexander, Thomas: Interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Verlag Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG, Göttingen, 2005 S. 37 ff

⁶ Rothlauf, Jürgen: Interkulturelles Management: Mit Beispiel aus Vietnam, China, Japan, Russland und den Golfstaaten, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, Auflage 3, München, 2009, S. 225 ff

⁷ Vgl. Alexander, Thomas: a.a.O., S. 38 ff

⁸ Rothlauf, Jürgen: a.a.O., S. 225 ff

⁹ Vgl. Alexander, Thomas: a.a.O., S. 38 ff

„Die Reaktionstypen unterscheiden sich in den Dimensionen

- Einfachheit,
- Komplexität,
- Reflexivität und interkulturelle Dominanz,
- Interkulturelle Kompetenz.“¹⁰

Der einzige Reaktionstyp, der den kulturellen Unterschieden Bedeutung beimisst, ist der Potenzierer. Für alle anderen Typen sind kulturbedingte Einflussfaktoren nicht ernstgenommen oder einfach ignoriert.¹¹

Österreich und Ungarn unterscheiden sich elementar im Umgang von Macht, Hierarchie und Autorität.

Die Ungarn bezeichnen sich selbst als sehr respektvoll gegenüber Autoritätspersonen, Lehrern und Eltern. Andererseits fühlen sie sich weniger politisch Autoritätsangehörig und Widerstandsfähiger gegenüber der Bürokratie. Die Distanz zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern wird durch bestimmte essenzielle Statussymbole und extremen Gehaltsunterschieden deutlich bestimmt.¹²

Österreicher berichten von einer größeren Hierarchie zwischen Lehrern und Schülern in Ungarn, sowie stärkerer Hierarchiebetonung in ungarischen Unternehmen. Im Vergleich zu Österreich gibt es in Ungarn eine Tendenz der höheren Machtdistanz. Österreichische Manager, die versuchten, einen kooperativeren Führungsstil in ungarischen Unternehmen einzuführen, stießen schnell auf Widerspruch. Die Ungarn sind detaillierte Anweisungen, die sie auszuführen haben, gewohnt. Einerseits spiegeln sich in den Unternehmen Überreste des autoritären Systems wider, andererseits sind die Mitarbeiter materiell abhängig und haben Angst ihren Arbeitsplatz zu verlieren.¹³

¹⁰ Rothlauf, Jürgen: a.a.O., S. 225 ff

¹¹ Vgl. Alexander, Thomas: a.a.O., S. 38 ff

¹² Vgl. Frankl, Gabriele: Grenzenlose Kommunikation – Kommunikation ohne Grenzen? Ungarn, Wien, 2004, S. 34 ff

¹³ Vgl. Frankl, Gabriele, S. 35 ff

Verknüpfung und Pflege von Geschäftskontakten

Eine Verhaltensform, worauf fast alle Ungarn sehr sensibel reagieren ist, wenn österreichische Partner ihnen mit großem Selbstbewusstsein, Herablassung und patronisierender Attitüde gegenüber treten. Noch heute kommen sich Ungarn gegenüber ihren österreichischen Nachbarn als ungerecht behandelt vor, ob es das Leben in Österreich ist oder die Wirtschaftlichkeit des Landes. Wenn ein österreichischer Geschäftspartner mit ihnen herablassend umgeht oder sich ihnen gegenüber so verhält, als ob er ihnen übergeordnet wäre, so assoziieren sie es auf die vergangene historische und wirtschaftliche Unterordnung. Sie sehen sich oft und gerne in der untergeordneten Rolle, dies kann auch zu Schwierigkeiten führen. Die Österreicher sehen die Ungarn als gleichwertige Geschäftspartner. Betrachtet man sie als gleichwertigen Partner, schenken sie sehr schnell Vertrauen aufgrund ihrer Geschäftskultur.¹⁴

Geschäftsanhaltung Österreich- Ungarn

Mögliche Kommunikationsschwierigkeiten und kulturelle Unterschiede im Zusammenhang mit der Vorbereitung und Abwicklung eines österreichisch-ungarischen Treffens:

Geschäftsanhaltung mit Österreich

Die Österreicher trennen strikt Geschäfts- und Privatleben. Die Auswahl der geeigneten Ansprechperson ist ein Schlüsselfaktor für einen erfolgreichen Geschäftsabschluss. Die vertretende Person muss die österreichisch-ungarische Geschäftskommunikation verstehen, berücksichtigen und längerfristig der Ansprechpartner sein. Es ist ratsam Angestellte, die gut Deutsch sprechen, zu wählen, da sich die Österreicher viel sicherer in ihrer eigenen Sprache fühlen, wenn sie verhandeln. Im Unterschied zu Ungarn, ist die Unternehmensstruktur auf der Ebene der Entscheidungskompetenz in Österreich nicht so strikt gegliedert. Österreichische Vertreter haben eine viel höhere Entscheidungsbefugnis. Für die ungarischen Unternehmen sind die Österreicher beinhardt Verwandter, die immer bestens vorbereitet sind. Der Dialog wird bevorzugt, so erkennt der Geschäftspartner die

¹⁴ Vgl. Csaba, Babós: Handbuch Österreich-Ungarn, Hrsg. Vállalkozói Központ, Szombathely, 2011, S. 19-20

Kompetenz der anderen Partei. Firmenpräsentationen informieren über die aktuelle Lage des Unternehmens, dessen Vorhaben und Pläne, Firmendaten und Zahlen.¹⁵

Geschäftsanhaltung mit Ungarn

Für Ungarn sind menschliche Beziehungen nicht nur im Privatleben sehr wichtig, sondern auch im Berufsleben. Deshalb ist die Auswahl der entsprechenden Kontaktperson eine Schlüsselfrage, die über den zukünftigen Erfolg oder Misserfolg der Geschäftsanhaltung entscheidet. Der Charakter soll offen und freundlich sein, der Auftritt mit einer gewissen Business-Eleganz. Außerdem steht die gewählte Kontaktperson dem Geschäftspartner längerfristig zur Verfügung. Eine entsprechende Geschäftskleidung ist beim ersten Treffen äußerst wichtig. Es ist ein großer Fauxpas, wenn der österreichische Partner in Alltagskleidung erscheint. Bei der zeitlichen Planung ist zu berücksichtigen, dass die Ungarn den Besprechungen mehr Zeit widmen als die Österreicher. Bei Firmenpräsentationen ist es nicht üblich über Geschäftshintergründe, Daten und Fakten der Firma zu sprechen. Präsentationsunterlagen fokussieren sich hauptsächlich auf die Dienstleistungen und die Produkte des Unternehmens. Österreichische Geschäftsleute werden darauf hingewiesen. Es ist zu empfehlen, sich vor dem ersten Geschäftsabschluss über die Angelegenheiten der ausgewählten ungarischen Firma zu informieren. Weiters sind Bankdaten, Bonitäten und Referenzen einzuholen. Verhandlung als Dialog Verhandlungen finden meist im Dialog statt. Besprechungen verlaufen sehr flexibel, man versucht je nach Verlauf der Besprechung auf die aktuelle Situation spontan zu reagieren und weniger vorzuplanen. Die Basis ist, dass jeder Partner seine positiven und negativen Meinungen offen formuliert.¹⁶

Die folgenden Aufzählungen veranschaulichen die positiven kulturellen Eigenschaften aus der Sicht des jeweiligen Landes.

¹⁵ Vgl. Csaba, Babós: Manual Ungarn Geschäftskultur, Hrsg. AUT:HU ETZ Projekt, Szombathely, 2011, S. 7

¹⁶ Vgl. Csaba, Babós: Manual Österreich Geschäftskultur, Hrsg. AUT:HU ETZ Projekt, Szombathely, 2011, S. 6

Kulturelle Besonderheiten in der ungarischen Geschäftskultur, aus der Sicht der Österreicher¹⁷

- Ungarn sind flexibel, gute Problemlöser, sind Spezialisten im Improvisieren.
- Findet das Geschäftsgespräch in Ungarn statt, wird der Partner mit der traditionellen, herzlichen Gastfreundschaft empfangen.
- Sind höflich und ehrerbietig.
- Sehr gute Sprachkenntnisse, perfektes Englisch ist besonders bei der jüngeren Generation gegeben.
- Historisches Bewusstsein und nationaler Stolz sind zu schätzen.

Kulturelle Besonderheiten in der österreichischen Geschäftskultur, aus der Sicht der Ungarn¹⁸

- Österreicher liefern die Qualität, die von dem ungarischen Partner vertragsmäßig erwartet wird.
- Termine werden präzise eingehalten; Zahlungen erfolgen termingerecht, wenn man mit der Qualität der erbrachten Leistung zufrieden ist.
- Sie sind verlässliche und präzise Partner, halten Vereinbarungen ein.
- Die zu der jeweiligen Kompetenz gehörenden Rechte und Pflichten sind klar definiert.
- Hohe Fachkenntnisse und Fachkompetenzen.

Die unterschiedlichen interkulturellen Gegebenheiten müssen auf beiden Seiten akzeptiert werden. Ansonsten gestaltet sich eine Annäherung und Geschäftsanbahnung als äußerst schwierig bis unmöglich.

¹⁷ Vgl. Tompos, Aniko: Auswertung Österreich-Ungarischer Interviews im Zuge der bilateralen Kooperation , ETZ Programmes AUT:HU, Hrsg. Széchenyi István University Győr, Győr, 2010, S. 16 ff

¹⁸ Vgl. Tompos, Aniko: a.a.O., S. 20

2.1.3 Interkulturelle Unterschiede

Definition interkulturelle Kommunikation

„Von interkultureller Interaktion und Kommunikation sprechen wir, wenn die Begegnungspartner verschiedenen Kulturen angehören und wenn sich die Partner der Tatsache bewusst sind, dass der jeweils andere „anders“ ist, wenn man sich also wechselseitig als „fremd“ erlebt.“¹⁹ Um Interkulturelle Unterschiede verständlich zu zeigen, erklärt man diese am einfachsten mit treffenden Fallbeispielen, die Missverständnisse und mögliche Fehlinterpretationen nachvollziehbar erkennbar machen. Im Wesentlichen wird eine Situation geschildert, die in der Kultur „A“ typisch und akzeptiert wird, jedoch beim Vertreter der anderen Kultur „B“ unerwartete Reaktionen hervorruft. Die beiden Wahrnehmungswelten werden erläutert und erklärt.

Fallbeispiele

In den folgenden 4 Fallbeispielen werden Szenarien, die sich im alltäglichen Geschäftsleben abzeichnen, dargestellt und erläutert.

Szenario 1:

Ein in Ungarn erfolgreicher österreichischer Lieferant, Herr Maier, besucht seine ungarischen Geschäftspartner in regelmäßigen Abständen. Die Pflege des Geschäftskontaktes ist vermutlich auch der Garant für seinen Erfolg. Bei seinem letzten Besuch hat er seine Frau mitgenommen, Frau Maier, und ist von seinen Geschäftspartnern zum Essen eingeladen worden. Die Atmosphäre ist sehr offen und angenehm. es wird über viel Privates geplaudert. Die Ungarn zeigen Familien Fotos. Schließlich sprechen die Ungarn auch das Privatleben der Zieglers an. Aus diesem Gespräch stellt sich heraus, dass die beiden keine Kinder haben. Sie werden von den Ungarn geradeaus gefragt, warum sie keine Kinder haben. Frau Maier wird

¹⁹ Maletzke, Gerhard: Interkulturelle Kommunikation: zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen/ Gerhard Maletzke, Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen, 1996, S. 37

das Gespräch zunehmend unangenehm und versteht nicht, wieso die Geschäftspartnern solche privaten Fragen stellen.²⁰

- **Was ging schief?**²¹

- a. Die Geschäftspartner versuchen, möglichst viel Information über ihren Geschäftspartner zu sammeln, um ihn besser manipulieren zu können.
- b. In Ungarn ist es normal offen am Arbeitsplatz oder mit Geschäftspartnern über familiäre Angelegenheiten zu gesprochen. Direkte Fragen über das Privatleben sind daher ganz normal.
- c. Einer der ungarischen Geschäftspartner zeigt Interesse an Frau Maier und stellt ihr deshalb solche intime Fragen.
- d. Für die Ungarn ist es einfach unvorstellbar, dass Herr Maier seinen Betrieb nicht an seine Kinder weitervererbt, deswegen stellen sie die intime Frage.

Szenario 2:

Sie sind ein österreichischer Manager im Bereich Forschung und Entwicklung, derzeit sind Sie in der Niederlassung in Ungarn beschäftigt. Die Frist eines wichtigen Auftrages läuft in zwei Wochen ab und Sie haben Bedenken, dass Ihr Team nicht rechtzeitig fertig wird. Trotz des Zeitdrucks kommen daraufhin zwei Ihrer wichtigsten Projektmanager zu Ihnen ins Büro und teilen Ihnen mit, dass sie sich unmittelbar vor dem Fristablauf drei Tage frei nehmen wollen, Hochzeit eines Arbeitskollegen. Beide MitarbeiterInnen gehen davon aus, dass das in Ordnung ist. Sie sind sehr verwundert und fragen sich, wie Ihre Projektmanager unter dem Zeitdruck überhaupt daran denken können, sich frei zu nehmen.²²

²⁰ Vgl. Reif, Elisabeth/ Parfuss, Klara: Ein kleiner Culture-Assimilator zur beruflichen Vorbereitung von Österreichern auf Ungarn, Hrsg. Ingrid Schwarz Methodenhandbuch - Interkulturelle Kommunikation Österreich und Ungarn, Verlag Südwind NÖ Süd, Wr. Neustadt, 2006, S. 16 ff

²¹ Vgl. Reif, Elisabeth/ Parfuss, Klara: a.a.O., S. 16 ff

²² Vgl. Reif, Elisabeth/ Parfuss, Klara: a.a.O., S. 17 ff

- **Was sollen Sie tun?**²³

- a. Den MitarbeiterInnen frei geben.
- b. Den MitarbeiterInnen nicht frei geben, dass die nicht zur Hochzeit gehen, oder sich dort nur kurz aufhalten, um die Abgabefrist und noch einhalten zu können.
- c. Den MitarbeiterInnen frei geben, sie aber zu bitten, dass für eine ausreichende personelle Vertretung während ihrer Abwesenheit gesorgt ist, um die Frist einhalten zu können.

Szenario 3:

Sie sind aus Ungarn und wechseln aus beruflichen Gründen nach Wien. Sie gehen mit einem tschechischen Kollegen nach der Arbeit auf ein Abschlussgetränk. Sie sprechen mit ihm über den Verlauf des Tages. Er erwähnt ein Problem mit dem er im Rahmen eines neuen Projektes konfrontiert ist. Er erzählt von Beispielen anderer Teams, die das gleiche Problem hatten. Sie stellen Theorien für eine Problemlösung auf. Der Kollege weist Ihre Kommentare respektlos zurück und sagt, dass die Theorien nicht funktionieren würden und dass sein Team nur vorherige Projekte zu studieren bräuchte, da die gleichen Methoden bei richtiger Anwendung funktionieren sollten.²⁴

- **Wo liegt hier das Missverständnis?**²⁵

- a. Ihr Kollege ist enttäuscht, weil er anders denkt als Sie.
- b. Sie sind ein deduktiver Denker, der das Problem des Kollegen versteht und ihm eine auf Theorien basierende Lösung anbietet, die in seiner Situation angewandt werden könnte.
- c. Ihr Kollege denkt, dass Sie sein Problem nicht ernst nehmen, da Sie nur für eine absehbare Zeit im Büro arbeiten.

²³ Vgl. Reif, Elisabeth/ Parfuss, Klara: a.a.O., S. 17 ff

²⁴ Vgl. Kotai-Szarka, Klara: Interkulturelle Kompetenz Österreich – Ungarn, Hrsg. WIFI International Network, Wien, 2010, S. 13 ff

²⁵ Vgl. Kotai-Szarka, Klara: a.a.O., S. 13 ff

Szenario 4:

Sie sind ein österreichischer Programmierer, der für zwei Jahre in der Niederlassung in Ungarn eingesetzt wird. Das erste Treffen mit Ihrem Manager. Sie werden von der Assistentin des Geschäftsführers in sein Büro geführt. Der Manager winkt Ihnen telefonierend zu und deutet auf einen Stuhl. Sie setzen sich. Als das Telefonat zu Ende ist geben Sie ihm die Hand und er stellt Ihnen einige Fragen. Während des Gesprächs bringt die Assistentin mehrmals Dokumente zur Unterschrift in das Büro, der Manager sieht diese durch und unterzeichnet sie. Während Sie ihm konkrete Fragen stellen, blickt er auf seinen Computerbildschirm und kontrolliert seine E-Mails.²⁶

- **Wie könnten Sie die Situation deuten?**²⁷

- a. Ihr Manager steht unter Zeitdruck und denkt nicht daran, dass Sie sein Verhalten als unaufmerksam, unhöflich und nicht angepasst deuten könnten.
- b. Ihr Manager kann mehrere Tätigkeiten zugleich und mit gleicher Aufmerksamkeit verfolgen (ausführen) und ist so auch Ihnen gegenüber aufmerksam.
- c. Ihr Manager ist sehr hierarchisch orientiert und vermittelt Ihnen auf diesem Wege mit, dass Ihre Anwesenheit für ihn nicht wichtig ist.

Lösungen

1 Fallbeispiel

1b. Ungarn gehört aus Sicht der Österreicher zu den „diffusen“ Kulturen, d.h. berufliche und private Bereiche werden nicht so streng oder manchmal gar nicht getrennt. Ein guter Arbeitskollege ist mehr als ein Kollege, er ist ein Freund. Private Einladungen oder gemeinsame Freizeitgestaltung unter Kollegen sind selbstverständlich. Grund dessen gibt es keine Grenzen zwischen privaten und geschäftlichen Themen. In diesem Fall ist die Frage nach den Kindern oder nach der

²⁶ Vgl. Kotai-Szarka, Klara, S. 14 ff

²⁷ Vgl. Kotai-Szarka, Klara, S. 14 ff

Ursache der Kinderlosigkeit ganz normal. Eine ehrliche Antwort ist ein Zeichen der wahren Freundschaft unter den Partnern.²⁸

2 Fallbeispiel

„**2c.** Die Arbeit hat höchste Priorität, die MitarbeiterInnen ziehen es jedoch aus Grund ihrer kollektivistischen Orientierung vor, persönlichen Verpflichtungen nachzukommen. Wenn Sie die MitarbeiterInnen geschickt involvieren, können Sie diesen frei geben und trotzdem die Frist einhalten.“²⁹

3 Fallbeispiel

„**3b.** Als deduktiver Denker wenden Sie gerne Theorien und abstraktes Denken zur Problemlösung an. Ihr Kollege ist ein induktiver Denker, der versucht Probleme anhand bereits existierender Erfahrungswerte zu lösen. Da der Kollege das Problem auf seine Weise nicht lösen kann, wäre für ihn ein Orientierungswechsel im Sinn einer deduktiven Herangehensweise besser.“³⁰

4 Fallbeispiel

4b. Diese Situation veranschaulicht die Multi-Tasking Fähigkeit und einen sehr direkten Kommunikationsstil. Der Manager kann sich gleichzeitig auf mehrere Aufgabengebiete konzentrieren. Auch wenn er von anderen Dingen abgelenkt erscheint, widmet er seinem Gegenüber die volle Aufmerksamkeit. Das zeigt sich im direkten Kommunikationsstil, den er pflegt. Falls Sie Mono-Tasking gewohnt sind, d.h. ungeteilte und volle Aufmerksamkeit, könnten Sie den Eindruck gewinnen, der Manager sei Ihnen gegenüber uninteressiert, unsensibel und respektlos.³¹

²⁸ Vgl. Reif, Elisabeth / Parfuss, Klara: a.a.O., S. 17 ff

²⁹ Reif, Elisabeth / Parfuss, Klara, S. 17 ff

³⁰ Kotai-Szarka, Klara, S. 14

³¹ Vgl. Kotai-Szarka, Klara, S. 14 ff

Interkulturelle Do's Österreich – Ungarischer Geschäftsbeziehungen

Österreich³²

- Vereinbaren Sie Termine, berufliche und private, rechtzeitig. Ein ungeplanter Besuch würde Ihren Geschäftspartner negativ überraschen.
- Grüße gehen nicht immer gleich ins Geschäftliche über, sondern sollten mit einem kurzen Smalltalk verbunden sein.
- Bevor Sie ein Gespräch beginnen, sollten Sie jeden im Raum grüßen und jedem die Hand schütteln.
- Titel sind ein wichtiger Bestandteil des österreichischen Protokolls.
- Falls Sie nach Hause eingeladen werden, sollten Sie Blumen, eine Flasche Wein oder Süßigkeiten als Gast-Geschenk mitbringen.
- Österreicher pflegen eine direkte Kommunikationsart. Sie sollten sich konkret ausdrücken und nicht versuchen, zwischen den Zeilen durch versteckte Botschaften etwas anzudeuten.
- Sollten Sie mit jemandem einen Termin in seinem Büro vereinbart haben, klopfen Sie auf jeden Fall an bevor Sie eintreten und nehmen Sie nur nach Aufforderung Platz.

Ungarn³³

- Es kann passieren, dass Ihnen private Fragen gestellt werden. Diese sind als Ausdruck von Interesse zu verstehen. Die Menschen erwarten von Ihnen ebenso, dass Sie Interesse zeigen und die gleichen Fragen stellen.
- Ohne Probleme diskutieren die Leute über Geld, speziell über Geldmangel, sowie über Liebesaffären und Beziehungen.
- Empfehlenswert sind Themen wie der EU-Beitritt des Landes und dessen schnelle wirtschaftliche Entwicklung.
- Tolerieren Sie eine zehnminütige Verspätung.
- Geschäftsfrauen sollten mit Komplimenten rechnen.
- Wenn ein Mann und eine Frau aufeinander treffen, sollte der Mann darauf

³² Vgl. Zipper, Viktoriya: Optimale Internationalisierung Modul 1, Hrsg. WIFI International, Auflage 1, Wien, 2011, S. 34 ff

³³ Vgl. Zipper, Viktoriya: a.a.O., S. 34 ff

warten, dass die Frau ihm als erste die Hand gibt – denn die Einheimischen sind zurückhaltend beim Händeschütteln, besonders Frauen tun dies selten.

- Wenn Ihr Geschäftspartner oder Freund Namenstag hat, ist es angebracht, ihm zumindest herzlich zu gratulieren.

Interkulturelle Dont`s Österreich - Ungarische Geschäftsbeziehungen

Österreich³⁴

- Vergleichen Sie die Deutschen und die Österreicher nicht.
- Vermeiden Sie Themen wie das Alter, Religion, Scheidung, Geld und Innenpolitik.
- Es ist tabu, über Hitler zu reden, auf dessen österreichische Herkunft die Leute alles andere als stolz sind. Der Nationalsozialismus und die Rolle Österreichs im Zweiten Weltkrieg sind heikle Themen.
- Der früher weit verbreitete Handkuss wird von den meisten Damen heute als nicht angebracht empfunden.
- Geschenke werden während Geschäftstreffen in der Regel nicht ausgetauscht.
- Sprechen Sie Ihre österreichischen Geschäftspartner nicht mit dem Vornamen an und somit auch nicht per Du, solange diese das nicht selbst vorschlagen.

Ungarn³⁵

- Verwechseln Sie die Ungarn nicht mit den Slawen.
- Fragen Sie auf keinen Fall nach dem Alter einer Frau.
- Tabuthemen: die hohe Selbstmordrate, die kommunistische Ära, Minderheiten (wie Behinderte), Homosexuelle und die Roma.
- Wenn Sie Blumen schenken, dann immer eine ungerade Anzahl, aber nicht 13 Stück.
- Das Putzen der Nase in der Öffentlichkeit wird akzeptiert, jedoch nicht das Schniefen, das eindeutig als unhöflich empfunden wird.
- Das Wort „Nein“ verwenden die Ungarn nicht gern. „Nein“ zu sagen oder zu widersprechen gilt als unhöflich.

³⁴ Vgl. Zipper, Viktoriya, S. 34 ff

³⁵ Vgl. Zipper, Viktoriya, S. 34 ff

2.2 Wesentliche interkulturelle Unterscheide einer vergleichbaren Betrachtung Österreich - Ungarn

Das Erkennen und auch Anerkennen kultureller Unterschiede sind wichtige und wesentliche Voraussetzungen für interkulturelle Geschäftstätigkeiten.

2.2.1 Kultur, Werte und Normen

Die Kultur zwischen Österreich und Ungarn ist geprägt aus der Kaiserlichen und Königlichen (K. & K.) Monarchie Geschichte Österreich – Ungarns. Die Zeittafel gibt einen kurzen Überblick über die ereignisreichsten und geschichtsträchtigen Ereignisse in der gemeinsamen K. & K. Monarchie.

Zeittafel:³⁶

- | | |
|-------------|---|
| 1867 | Gründung der Doppel-Monarchie Österreich-Ungarn. Das österreichische Kaiserpaar Franz Joseph und Elisabeth wurden zum Ungarischen Königspaar gekrönt. |
| 1914 | Ausbruch des 1. Weltkrieges. Ungarn stellt sich auf die Seite Deutschlands. |
| 1918 | Ende des 1. Weltkrieges. Die Monarchie zerbricht. Am 16.08.1918 löst Ungarn alle staatsrechtlichen Verbindungen zu Österreich auf. |

³⁶ Vgl. Reif, Elisabeth/ Schwarz, Ingrid: Methodenhandbuch Interkulturelle Kommunikation Österreich und Ungarn, Hrsg. Schwarz Ingrid, Verlag Südwind NÖ Süd, Wr. Neustadt, 2006, S. 26 ff



Abb. 1: Ende der Doppel- Monarchie Österreich - Ungarn³⁷

Durch die Globalisierung entstanden vermehrt interkulturelle Kommunikationsschwierigkeiten basierend auf unterschiedlicher Kultur, Werte und Normen. Die Erforschung anderer Kulturen bekam dadurch eine neue Bedeutung und wurde durch die Jahre immer präsenter und zu einem wesentlichen wirtschaftlichen Thema.

Was ist Kultur und was versteht man darunter? Gibt es eine richtige Antwort?

Viele Wissenschaftler und Experten haben es in unzähligen Definitionen versucht, den Begriff zu erklären und zu definieren. Woher wissen wir aber welche Definition die Richtige ist? Kultur kann in vielen verschiedenen Facetten gesehen werden.

Vielleicht ist Kultur einfach gesagt: „Das Leben eines jeden einzelnen Menschen, beginnend mit der Erziehung, der Sprache, die mit der Erziehung vermittelten Normen, Symbolen, Werte und Religionen.“³⁸

Oder doch die allgemein gehaltene Definition:

„Kultur ist im Wesentlichen zu verstehen als ein System von Konzepten, Überzeugungen, Einstellungen, Wertorientierungen, die sowohl im Verhalten und

³⁷ <http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96sterreich-Ungarn>, 17/11/2011

³⁸ Huber, Eberhard: Was ist (eine) Kultur?, 07/01/2009, <http://www.pentaeder.de/projekte/2009/01/07/was-ist-eine-kultur/>, 29/10/2011

Handeln der Menschen als auch in ihren geistigen und materiellen Produkten sichtbar werden“³⁹

Die richtige Antwort, liegt wie bei Vielem im Auge des Betrachters.⁴⁰

Wie wird Kultur „erworben“?

Der Erwerb von Kultur ist ein stetiger und unaufhebbarer Prozess, der nicht angeboren, sondern erlernt ist und erlernt wird. Der Kulturerwerb beginnt größtenteils in der Kindheit. Wichtige Instanzen in den Prozessen sind: Familie, Schule, Partner, Freunde und Arbeitskollegen.⁴¹

2.2.2 Kulturzwiebel

„Das Zwiebelmodell von Hofstede veranschaulicht die verschiedenen Kulturelemente; Symbole, Helden, Rituale, Normen und Werte. Je tiefer man in die Zwiebel schneidet desto schmerzhafter wird es für die tränenden Augen.“⁴²



Abb. 2: Modell Kulturzwiebel von Hofstede⁴³

³⁹ Huber, Eberhard: a.a.O. <http://www.pentaeder.de/projekte/2009/01/07/was-ist-eine-kultur/>, 29/10/2011

⁴⁰ Vgl. Schubert, Klaus/ Hegelich, Simon/ Bazant Ursula: Europäische Wohlfahrtssysteme, ein Handbuch, Hrsg. Ursula Bazant, VS Verlag für Sozialwissenschaft, Auflage 1, Wiesbaden, 2008, S. 595

⁴¹ Vgl. Schumann, Christine: Interkulturelle Werbung, Technische Universität Ilmenau, Ilmenau, S. 3

⁴² Huber, Eberhard: a.a.O. <http://www.pentaeder.de/projekte/2009/01/07/was-ist-eine-kultur/>, 29/10/2011

⁴³ http://www.afs60.de/webcontent/files/AFS-Lehrerhandbuch_V1.pdf 30.10.2011, 29/10/2011

Hofstede unterteilt die Kultur in vier Kulturschichten:

Symbole

Betrachtet man die Zwiebel, so befinden sich in der äußersten Schicht die Symbole. Wenn man eine neue Kultur kennenlernt, bemerkt man sofort die Unterschiede zu seiner eigenen Kultur. Was zählt zu den Symbolen; Worte , Ausdrücke, Gesten und andere Formen der Körpersprache, Kleidungsstücke, Bilder, Flaggen oder andere äußerliche Zeichen, die nur für die Angehörigen einer bestimmten Kultur eine spezifische Bedeutung haben.⁴⁴

Symbole Österreich – Ungarn



Abb. 3: Flagge Österreich⁴⁵



Abb. 4: Wappen Österreich⁴⁶



Abb. 5: Flagge Ungarn⁴⁷



Abb. 6: Wappen Ungarn⁴⁸

Vorbilder/Helden/Innen

In der zweiten Schicht der Zwiebel befinden sich Vorbilder und Helden. Jedes Land und jede Kultur hat seine eigenen Helden. Helden und Vorbilder sind berühmt, populär oder genießen ein hohes Ansehen. Vom Schauspieler bis hin zum Politiker, für die

⁴⁴ Vgl. AFS Interkulturelle Begegnungen e.V.: „Genau wie hier, nur alles anders-Kultur Unterschiede entdecken“, Hrsg. AFS Interkulturelle Begegnungen e.V., Hamburg, 2008, S. 4,

⁴⁵ <http://www.nationalflaggen.de/flagge-oesterreich.html>, 16/11/2011

⁴⁶ <http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96sterreich>, 16/11/2011

⁴⁷ <http://www.nationalflaggen.de/flagge-ungarn.html>, 16/11/2011

⁴⁸ <http://de.wikipedia.org/wiki/Ungarn>, 16/11/2011

Mitglieder der einzelnen Kulturen sind sie Leitfiguren, Verhaltes Vorbilder, echte oder fiktive Personen, lebend oder tot.⁴⁹

Helden Österreich – Ungarn



Abb. 7: Hermann Maier (Sportler)⁵⁰



Abb. 8: Wolfgang Amadeus Mozart (Musiker)⁵¹



Abb. 9: László Cseh (Sportler)⁵²

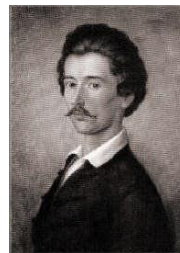


Abb. 10: Petőfi Sándor (Dichter)⁵³

Rituale

In der dritten und vorletzten Schicht befinden sich die kulturellen Rituale.

Wie es in jedem Land seine eigenen Helden und Vorbilder gibt, so gibt es auch länder- und kulturspezifische Rituale. Rituale sind Handlungen oder feste Abläufe, die innerhalb einer Kultur als sozial notwendig gelten. „Typische Rituale sind soziale und religiöse Zeremonien, Begrüßungsformen, Darstellung von Ehrerbietung oder der Ablauf von politischen und geschäftlichen Verhandlungen.“⁵⁴

⁴⁹ Vgl. AFS Interkulturelle Begegnungen e.V.: a.a.O., S. 4

⁵⁰ http://de.wikipedia.org/wiki/Hermann_Maier, 16/11/2011

⁵¹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Mozart>, 16/11/2011, 16/11/2011

⁵² http://de.wikipedia.org/wiki/L%C3%A1szl%C3%B3_Cseh, 16/11/2011

⁵³ <http://mek.niif.hu/01000/01006/html/>, 16/11/2011

⁵⁴ AFS Interkulturelle Begegnungen e.V.: a.a.O., S. 4

Rituale Österreich – Ungarn

Begrüßung

Zu Beginn eines Treffens ist der Handschlag mit der Begrüßung und Vorstellung in Ungarn genauso üblich wie in Österreich.⁵⁵

Österreich

Zur Begrüßung wird meist „Grüß Gott“, „Guten Tag“ und immer der Akademische Titel, sowie der Familienname verwendet. Siezen ist selbstverständlich. Duzen ist nicht üblich im Geschäftsleben, außer bei einer freundschaftlichen Beziehung.⁵⁶

Ungarn

Zur Begrüßung wird das DU Wort (Duzen) verwendet, besonders mit Personen in ähnlichen geschäftlichen Positionen oder im ähnlichen Alter, Titel werden nicht verwendet.⁵⁷



Abb. 11: Begrüßung⁵⁸

Werte

Hofstede unterscheidet in Bezug auf Wertvorstellungen, Gefühle und Neigungen der Menschen mit verschiedensten Orientierungen in den unterschiedlichsten Kulturen fünf verschiedene Bereiche des menschlichen und gesellschaftlichen Miteinanders. Diese nennt er Kulturdimensionen. Die Kulturdimensionen beeinflussen die Art und Weise wie sich Menschen in verschiedenen Situationen entscheiden und handeln. Das Verhalten ist in allen Gesellschaften unterschiedlich stark ausgebildet und nur indirekt sichtbar.⁵⁹

⁵⁵ Vgl. Casba, Babós: a.a.O., S. 10 ff

⁵⁶ Vgl. Casba, Babós, S. 15 ff

⁵⁷ Vgl. Casba, Babós, S. 13 ff

⁵⁸ http://www.adpic.de/detail.php?static_link=1&picture_id=321966, 18/11/2012

⁵⁹ Vgl. Kaja, Betül: Arbeitsmotivation und Kultur, Ausgewählte Instrumente der Arbeitsmotivation im Kontext der Kultur, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg, 2009, S. 69

Hofstede nennt seine Kulturdimensionen⁶⁰

- „Machtdistanz,
- Individualismus,
- Maskulinität,
- Unsicherheitsvermeidung,
- Langzeitorientierung.“

„In Hofstedes Modell sind die Kulturdimensionen einzeln dargestellt. In der Realität vermischen und überschneiden sie sich. Auch wenn normalerweise die meisten Menschen in einer Kultur ähnliche Wertvorstellungen haben, gibt es in jeder Kultur natürlich auch Personen oder Gruppen, deren Werte davon abweichen.“⁶¹

Werte Österreich – Ungarn

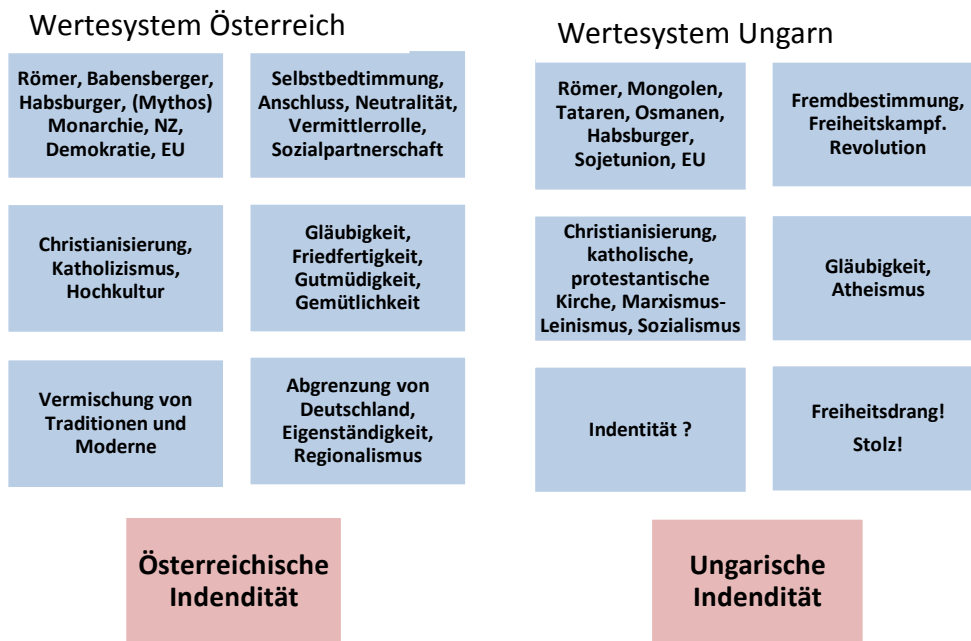


Abb. 13: Wertesystem Österreich⁶²

Abb. 12: Wertesystem Ungarn⁶³

⁶⁰ Westerhoff, Markus: Kulturdimensionen nach Gert Hofstede und deren Bedeutung von Lehren und Lernen, GRIN Verlag, Auflage 1, Norderstedt, 2008, S. 8 ff

⁶¹ AFS Interkulturelle Begegnungen e. V.: a.a.O., S. 5

⁶² Parfuss, Klara: Erfolgreiche Zusammenarbeit in österreich-ungarischen Projekten, RECOM Interkulturelles Management, 10/2010, S. 44

⁶³ Parfuss, Klara: a.a.O., S. 45

Praktiken

binden Symbole, Helden/Innen bzw. Vorbilder und Rituale in den Alltag ein.

Praktiken Österreich – Ungarn



Abb. 14: Osterbrauch Österreich⁶⁴



Abb. 15: Traditionelle Hochzeit Österreich⁶⁵



Abb. 16: Osterbrauch Ungarn⁶⁶



Abb. 17: Traditionelle Hochzeit Ungarn⁶⁷

Zwiebelkern

„Kann ausschließlich über die sichtbaren Kulturbestandteile und die Art und Weise erschlossen werden, wie Angehörige einer Kultur bestimmte Kulturaspekte interpretieren (führt oft zu Missverständnissen).“⁶⁸

Das Zwiebelmodell veranschaulicht die Verschiedenheit der Kulturelemente, die im alltäglichen Leben einen selbstverständlichen Platz einnehmen.

⁶⁴ http://www.naturpark-poellauertal.at/kultur/kirchliche_feste_brauchtum.html, 16/11/2011

⁶⁵ <http://www.landwirt.com/Trachtenhochzeit,,4556,,Bericht.html>, 16/11/2011

⁶⁶ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+IM-PRESS+20100329STO71434+0+DOC+XML+V0//DE>, 16/11/2011

⁶⁷ <http://www.hinn.de/deutsch/index.htm?phyPath=http://www.hinn.de/deutsch/ungarn/spezial.htm>, 16/11/2011

⁶⁸ AMS Österreich, Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation ABI, http://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadmhb/401_Zwiebelmodell%20der%20Kultur.pdf, 30/10/2011

Im Vergleich, Österreich – Ungarn, haben beide Länder trotz gemeinsamer Monarchischer Geschichte und Vermittlung gleicher Kulturen, ihr eigenes Kulturgut bewahrt. Die verschiedenen Kulturen, Werte und Normen machen Österreich wie auch Ungarn einzigartig.

2.2.3 Sprache

Zu allen Symbolen, Helden/Innen, Rituale und Normen gehört die Sprache.

Ist in Ungarn die Geschäftssprache vorwiegend Englisch und Deutsch (nicht die Landessprache), so ist es in Österreich, Englisch und Deutsch (als auch die Landessprache). Die Sprache stellt im persönlichen Gespräch in jeder Hinsicht eine große Barriere da. Oft kommt es zu Kommunikationsproblemen, diese Probleme sind nicht ausschließlich sprachlich festgelegt, oft treten auch Missverständnisse im Sprachfluss oder in der Emotion der Sprache auf. Die Ungarische Sprache ist für Menschen im Deutschsprachigen Raum sehr monoton, flach, in der Lautstärke eher zurückhaltend und in manchen Fällen auch sehr emotionslos. Dies konnte in einigen persönlichen Gesprächen mit Unternehmen, die in Ungarn tätig sind festgestellt werden. Seitens der Ungarn konnte kein Unterschied in der Sprache festgestellt werden. Das Ungarische Volk ist sehr stolz auf seine Sprache, es ist wie ein Schatz der behütet wird, der einzigartig ist und nur von wenigen Auserwählten gesprochen wird.⁶⁹

Interkulturelle Kommunikation

In der Interkulturellen Kommunikation müssen einige Gesprächsthemen vermieden oder auch angesprochen werden. Man muss sich an gewisse Spielregeln halten. Diese Interkulturellen Unterschiede sind nicht nur auf geschäftlicher sondern auch auf privater Ebene von großer Hilfe. Schnell kann es zu Missverständnissen kommen, die sich negativ auswirken können.

Um sich an gewisse Regeln halten zu können, müssen erst welche entstehen. In den nachstehenden Punkten werden positive wie auch negative Gesprächsthemen aufgegriffen. Themenwahlen sind auf beiden Ebenen, privater und geschäftlicher,

⁶⁹ Eigene Darstellung, Berufliche Erfahrungen im Bereich Territoriale Kooperationen.

Einzuhalten. Um einen positiven Gesprächsverlauf zu gewährleisten sind folgende Themen entweder anzusprechen (positive Themen) oder tunlichst zu vermeiden (negative Themen).

Gesprächsthemen in Österreich

Positive Themen⁷⁰

- „Heimat, schöne Landschaft, Österreichische Küche,
- Sport (Skifahren, Skispringen, Schwimmen),
- Kultur, Musik, Oper, Theater, Ausstellungen, Literatur,
- Urlaub.“

Negative Themen⁷¹

- „2. Weltkrieg, Adolf Hitler,
- Kritik an Österreichern,
- Skandale in Politik, Wirtschaft.“

Kommunikation im Geschäftsleben ist durch einen geringen Kontext geprägt⁷²

- Kurz und schnell,
- Bevorzugen schriftliche Vereinbarungen,
- hohe Fachkompetenz,
- Sehr präzise bei Terminvereinbarungen (monochromes Zeitmanagement),
- Konzentrieren sich auf das Wesentliche,
- Perfekt strukturiert in der Ablaufplanung.

Gesprächsthemen in Ungarn

Positive Themen⁷³

- „Gute Küche, Weine, schöne Landschaft,
- Literatur, Sport, Wissenschaftler, Kunst, Musik,
- Berühmte Persönlichkeiten, Nobelpreisträger,

⁷⁰ Parfuss, Klara: a.a.O., S. 70

⁷¹ Parfuss, Klara, S. 70

⁷² Vgl. Csaba, Babós: a.a.O., S. 6

⁷³ Parfuss, Klara: a.a.O., S. 54

- Urlaub, Familie, Kinder.“

Negative Themen ⁷⁴

- „Ungleiche Behandlungen als Geschäftspartner,
- „Kolonialisierung“ => ausländische Investitionswelle,
- Einkommensunterschiede,
- Ungarische Minderheiten im Ausland, im Inland (Zigeuner, Rumänen),
- Besserwisserei in Management und Know-How,
- Vorsicht mit Diskussionen über die Österreich – ungarische Geschichte,
- Kommunistische Ära,
- Hohe Selbstmordrate.“

Kommunikation im Geschäftsleben ist durch einen hohen Kontext geprägt⁷⁵

- achten stark auf nonverbale Signale,
- weniger offen gegenüber Fremden,
- keine präzise Terminvereinbarung (polychromes Zeitmanagement),
- beschäftigen sich meist auf mehrere Sachen gleichzeitig,
- unterbrechen oft den Gesprächspartner während der Besprechung.

Zu beachten ist, dass in Österreich der akademische Titel einen sehr hohen Stellenwert hat. Bei der persönlichen Anrede gilt es immer darauf zu achten, dass der Titel vorangestellt ist.

Vergleicht man die positiven Themen, so erkennt man, dass Familie, Land, Kultur und Kulinarik in beiden Kultkreisen einen hohen Stellenwert haben. Die negativen Themen unterscheiden sich: So ist Hitler und die Rolle Österreichs im Nationalsozialismus eher ein Tabuthema in Österreich. Im Gegensatz dazu sind in Ungarn die steigende Selbstmordrate und Ungarische Minderheiten zu vermeidende Themengebiete.

Unterscheiden sich die Gesprächsthemen im Allgemeinen nicht wesentlich, so ist der Unterschied in der aktiven Geschäftskommunikation beträchtlich. Österreicher sind

⁷⁴ Parfuss, Klara, S. 54

⁷⁵ Vgl. Csaba, Babós: a.a.O., S. 6

sehr strukturiert und durchgeplant, sie setzen großen Wert auf gute Vorbereitung und kompetentes Fachwissen. Die Ungarn sind flexibler, sie verändern oftmals ihre Gesprächsabläufe und sind sehr gut im Improvisieren.

2.2.4 Soziodemographie in einer kartographischen Betrachtung

Vergleicht man Österreich – Ungarn, so unterscheiden sich beide Länder nicht nur in der Fläche (Österreich 83.879 km², Ungarn 93.030 km²) und Bevölkerungsanzahl (Österreich 8,4 Mio., Ungarn 9,986 Mio.) sondern auch in ihren Lebenseinstellungen.⁷⁶

Im Abschnitt 2.2 wurden die verschiedenen Kulturelemente genauer beschrieben, diese Einstellungen spiegeln sich auch im Bereich, Familie, Beruf und Religion wieder.

Bevölkerung

In Österreich leben rund 8,4 Mio. Einwohner (Stand: 2011). Die durchschnittliche Bevölkerungsdichte beträgt 100 je km², wobei aber rund 50% der Bevölkerung auf 5% der Fläche in den großen Städten leben.⁷⁷

Bevölkerungsstruktur in Österreich

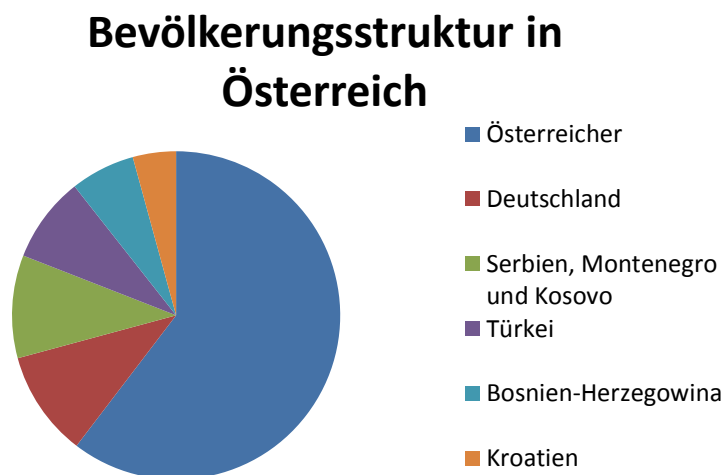


Abb. 18: Bevölkerungsstruktur in Österreich⁷⁸

⁷⁶ Vgl. Länderprofil Österreich und Länderprofil Ungarn, Außenwirtschaft Österreich AWO, 08/2011

⁷⁷ Vgl. Exportbericht Österreich, AUSSENWIRTSCHAFTSZENTRUMS BAYERN in Zusammenarbeit mit AUSTRIAN TRADE der AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), 05/2011, S. 4

⁷⁸ Exportbericht Österreich, AUSSENWIRTSCHAFTSZENTRUMS BAYERN in Zusammenarbeit mit AUSTRIAN TRADE der AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), 05/2011, S. 4, Eigene Darstellung

„89,3% der Bevölkerung sind Österreicher. Die Gruppe der ausländischen Bevölkerung setzt sich hauptsächlich aus Bürgern aus Deutschland (15,4%), Serbien, Montenegro und Kosovo (15,0%), der Türkei (12,5%), Bosnien-Herzegowina (9,4%) und Kroatien (6,3%) zusammen.“⁷⁹

Glaubensstruktur in Österreich

Glaubensstruktur in Österreich

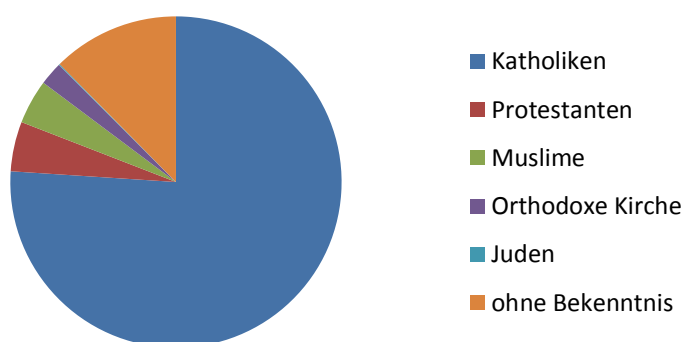


Abb. 19: Glaubensstruktur in Österreich⁸⁰

„Katholiken (73,6%), Protestanten (4,7%), Muslime (4,2%), Orthodoxe Kirchen (2,2%), Juden (0,1%), ohne Bekenntnis (12%).“⁸¹ In den letzten 40 Jahren ist es zu gewaltigen Strukturverschiebungen der Religionsgemeinschaften in Österreich gekommen. Die Zahl der Personen ohne Religionsbekenntnis ist dramatisch gestiegen. 2011 werden es mehr als eine Million Personen sein. Der Löwenanteil wird der Bundeshauptstadt Wien zuzurechnen. Der Anteil der Katholiken an der Gesamtbevölkerung hat im Vorjahr mit 73,6 % seinen Tiefstand erreicht.⁸²

⁷⁹ Exportbericht Österreich, AUSSENWIRTSCHAFTSZENTRUMS BAYERN in Zusammenarbeit mit AUSTRIAN TRADE der AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), 05/2011, S. 4

⁸⁰ Exportbericht Österreich: a.a.O., S. 4, Eigene Darstellung

⁸¹ Exportbericht Österreich: a.a.O., S. 4

⁸² Vgl. Höchtel, Josef, Religion in Österreich, Studie zu den strukturellen Verschiebungen im Bereich der Kirchen, Glaube Heute, Ausgabe 8, Wien, 2011, S. 14

Bevölkerungsstruktur in Ungarn

Bevölkerungsstruktur in Ungarn

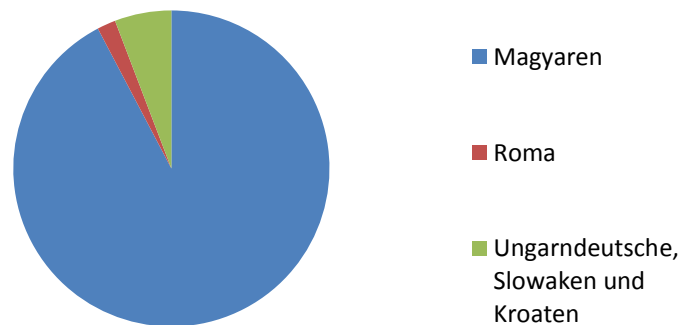


Abb. 20: Bevölkerungsstruktur in Ungarn⁸³

Des Weiteren kann ein Rückgang der Einwohnerzahl Ungarns wahrgenommen werden. Die ungarische Bevölkerung besteht zum größten Teil aus Magyaren (92,3 %). Weitere Volksgruppen sind die Roma (1,9 %), Ungarndeutsche, Slowaken und Kroaten, wobei ihr Anteil jeweils unter 1 % beträgt.⁸⁴

Glaubensstruktur in Ungarn

Glaubensstruktur in Ungarn

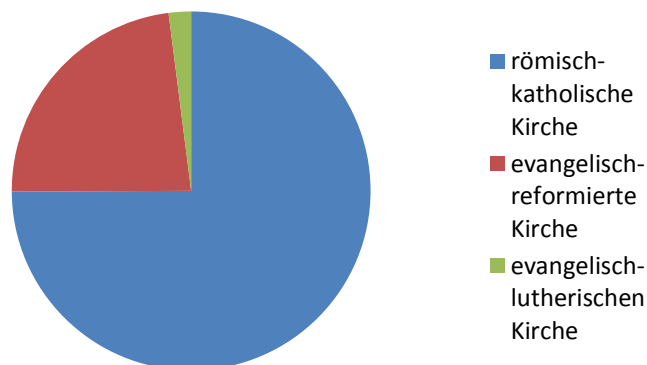


Abb. 21: Glaubensstruktur in Ungarn⁸⁵

⁸³ Exportbericht Ungarn, AUSSENWIRTSCHAFTSZENTRUMS BAYERN in Zusammenarbeit mit AUSTRIAN TRADE der AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), 03/2011, S. 5, Eigene Darstellung

⁸⁴ Vgl. Exportbericht Ungarn, AUSSENWIRTSCHAFTSZENTRUMS BAYERN in Zusammenarbeit mit AUSTRIAN TRADE der AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), 03/2011, S. 5

⁸⁵ Exportbericht Ungarn: a.a.O., S. 5, Eigene Darstellung

52 % der Ungarn bekennen sich zur römisch-katholischen, 16 % zur evangelisch-reformierten und 3 % zur evangelisch-lutherischen Kirche. Die politischen Veränderungen in mittel- und osteuropäischen Ländern Anfang der 1990er Jahre bewirkten einen Anstieg der Zuwanderung, besonders durch die Flüchtlingsströme aus Rumänien und den Krisengebieten Jugoslawiens. Nichtsdestoweniger ist der Anteil an Ausländern im Vergleich zu anderen (ost-)europäischen Ländern relativ gering.⁸⁶

Bevölkerungswachstum

Jährliche Veränderung in Prozent

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Österreich	0,11	0,11	0,19	0,24	0,39	0,51	0,42	0,7	0,72	0,59	0,4	..	0,39	0,37	0,36
Ungarn	-0,2	0,23	0,28	0,26	-0,23	-0,28	-0,29	-0,22	-0,2	-0,16	-0,21	..	-0,14	-0,14	-0,14
EU27 total	0,14	0,13	0,19	0,26	0,28	0,35	0,42	0,44	0,43	0,4	0,45	..	0,19	0,18	0,16
OECD total	0,72	0,69	0,7	0,73	0,72	0,7	0,69	0,68	0,66	0,66	0,68	..	0,51	0,49	0,48

Tab. 1: Bevölkerungswachstum Österreich – Ungarn, 1997 bis 2011⁸⁷

Umfang und Wachstum der Bevölkerung eines Landes sind sowohl Ursache als auch Folge wirtschaftlicher und sozialer Entwicklungen. Das Tempo des Bevölkerungswachstums hat sich in allen OECD-Ländern verringert.⁸⁸

Die OECD Länder (Organisation for Economic Co-operation and Development) vereint 34 Länder weltweit, bekennen sich zu Demokratie und Marktwirtschaft. Jenseits ihrer Mitglieder teilt die OECD ihre Expertise mit über 100 Ländern und Volkswirtschaften.⁸⁹ In Ungarn schrumpfte die Bevölkerung auf Grund des Zusammenwirkens von geringen Geburtenraten und der Nettoauswanderung.⁹⁰

⁸⁶ Vgl. Exportbericht Ungarn: a.a.O., S. 5

⁸⁷ <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=id&acname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE>, Statistischer Link: <http://dx.doi.org/10.1787/82358748616029/>, 29/10/2011, Eigene Darstellung

⁸⁸ Vgl. <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1320225937&id=id&acname=guest&checksum=E9584F45FBC6B9A0A8D162135A6D3F67>, 01/11/2011

⁸⁹ Vgl. http://www.oecd.org/pages/0,3417,de_34968570_35009030_1_1_1_1_1_1,00.html, 22/11/2011

⁹⁰ Vgl. <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1320225937&id=id&acname=guest&checksum=E9584F45FBC6B9A0A8D162135A6D3F67>, 01/11/2011

Geburtenziffer

Jährliche Veränderung in Prozent

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Österreich	1,39	1,37	1,34	1,36	1,33	1,39	1,38	1,42	1,41	1,41	1,38	1,41
Ungarn	1,38	1,33	1,29	1,33	1,31	1,31	1,28	1,28	1,32	1,35	1,32	1,35
OECD Durchschnitt	1,65	1,63	1,63	1,65	1,61	1,6	1,61	1,62	1,62	1,65	1,68	1,71

Tab. 2: Geburtenziffer Österreich – Ungarn, 1997 bis 2008⁹¹

Altersstruktur

Jährliche Veränderung in Prozent

Die Zuwächse an Lebenserwartung bei der Geburt, in den letzten Jahrzehnten, sind einigen Faktoren zu verdanken. Steigender Lebensstandard, gesündere Lebensweise besserer Bildungstand wie auch der Zugang zu höheren und hochwertigen Gesundheitsleistungen. Vor allem in Entwicklungsländern spielten bessere Ernährung, sanitäre Versorgungen und verbesserte Wohnverhältnisse eine wesentliche Rolle.⁹²

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Österreich	77,3	77,7	77,8	78,1	78,6	78,8	78,8	79,3	79,5	79,9	80,1
Ungarn	70,8	70,7	70,8	71,7	72,3	72,6	72,6	72,8	72,8	73,2	73,3
OECD Durchschnitt	76,6	76,8	77	77,4	77,7	77,9	78	78,5	78,7	79	79,1

Tab. 3: Altersstruktur: Österreich – Ungarn, 1997 bis 2007⁹³

Bildung

Eine gebildete und gut ausgebildete Bevölkerung ist eine wesentliche Voraussetzung für das soziale und wirtschaftliche Wohlergehen der Länder. Bildung spielt eine entscheidende Rolle, denn sie vermittelt Kenntnisse, Qualifikationen und Kompetenzen, die an der Teilhabe an Gesellschaft und Wirtschaft erforderlich sind.⁹⁴ „Eine bessere Bildung trägt auch zum Wohlstand eines Landes bei, steigert die

⁹¹ <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=i&accname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE>, Statistischer Link: <http://dx.doi.org/10.1787/823625874732>, 29/10/2011, Eigene Darstellung

⁹² Vgl. <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec085.pdf?expires=1320224777&id=id&accname=guest&checksum=347C4F11A5942AC890B7D6F611C8EFCB>, 01/11/2011

⁹³ <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=id&accname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE>, Statistischer Link: 10/2011, Eigene Darstellung

⁹⁴ Vgl. <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec069.pdf?expires=1320228274&id=id&accname=guest&checksum=F005D74AECC8E44B5D2EC49BA03E17BD>, 01/11/2011

Arbeitsproduktivität, beschleunigt den technischen Fortschritt und erhöht das Wirtschaftswachstum.“⁹⁵

Bildungsniveau der Bevölkerung

In Prozent der Bevölkerung in der jeweiligen Altersgruppe

	Bevölkerung mit Tertiärabschluss (Hochschul-, Akademie- oder Kollegabschluss) 2007					Altersgruppe 25-64 Jahren								
	25-64	25-34	35-44	45-54	55-64	Unter Sekundarstufe (Haupt- Realschule, Gymnasium bis 10 Klasse) II			Sekundarstufe II und postsekundärer nichttertiärer Bereich Gymnasium ab 10 Klasse, berufsbildende Schulen)			Tertiärbereich (Hochschul-, Akademie- oder Kollegabschluss)		
						1997	1998	2007	1997	1998	2007	1997	1998	2007
Österreich	17,6	18,9	19,1	17,5	13,9	26,4	25,8	19,9	63,0	60,5	62,6	10,6	13,7	17,6
Ungarn	17,7	22,0	17,4	15,8	15,7	37,0	36,7	20,8	50,8	50,1	61,2	12,2	13,2	18,0
OECD Durchschnitt	27,5	34,2	29,2	24,9	20,1	37,0	37,8	29,8	42,6	41,8	43,2	20,4	20,5	27,4

Tab. 4: Bildungsniveau der Bevölkerung, Österreich – Ungarn, 1997 bis 2007⁹⁶

Mehr Menschen als je zuvor haben in Österreich und Ungarn ein Hochschulstudium oder andere weiterführende Ausbildungen im tertiären Bildungsbereich abgeschlossen. Die Zahl der Studierenden im Tertiärbereich, hat sich zwischen 1995 und 2002 in Ungarn stark erhöht. Österreich, hatte in dieser Zeit keine Steigerung. Was wesentlich darauf zurückzuführen ist, dass der Anstieg der Studierendenzahlen den Bevölkerungsrückgang nicht ausgleichen konnte. Österreich gehört zu den Ländern, in denen der Anteil der 25- bis 64-Jährigen mit tertiären Abschlüssen seit 1995 um mehr als 5 Prozentpunkte gestiegen ist. Resultat der hohen Bildungsrate sind sinkende Arbeitslosenquoten wie steigende Einkommensvorteile. In Ungarn stieg der Einkommensvorteil zwischen 1997 und 2001 um 6 % bis 14 %.⁹⁷

⁹⁵ http://www.oecd.org/document/33/0,3343,en_2649_201185_33724001_1_1_1_1,00.html, 13/12/2011

⁹⁶ <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec069.pdf?expires=1320228274&id=id&accname=guest&checksum=F005D74AECC8E44B5D2EC49BA03E17BD>, Statistischer Link:<http://dx.doi.org/10.1787/826124112463>, 01/11/2011, Eigene Darstellung

⁹⁷ Vgl. http://www.oecd.org/document/33/0,3343,en_2649_201185_33724001_1_1_1_1,00.html, 13/12/2011

Einkommen

Die Einkommensungleichheit hat sich im Zeitraum von Ende der 80er Jahre bis Mitte der 90er Jahre in vielen Ländern vergrößert. Es lassen sich erhebliche Unterschiede in Bezug auf Entwicklung und Ungleichheit erkennen.⁹⁸

Der Einkommensvergleich Österreich – Ungarn.

Einkommensungleichheit

Pro-Kopf-Bruttonationaleinkommen

Jährliche Veränderung in Prozent

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Austria	24623	25723	26529	28285	28187	29854	30775	32347	33083	34920	36100	37256
Ungarn	9551	10241	10651	11560	12917	14009	14705	15462	16027	16882	17429	18407
OECD Durchschnitt	21522	22290	23197	24683	25440	26144	26924	28469	30024	31815	33216	33748

Tab. 5: Pro-Kopf-Bruttonationaleinkommen Österreich - Ungarn⁹⁹

Einkommensungleich zwischen Österreich und Ungarn ist nach wie vor erheblich. In den letzten Jahrzehnten hat sich die Spanne beträchtlich vergrößert. Im Allgemeinen sind die Einkommen von Absolventen des Tertiärbereichs deutlich höher als jene von Absolventen des Sekundärbereichs. Absolventen des Tertiärbereichs haben auch wesentlich bessere Chancen, einen Arbeitsplatz zu finden.¹⁰⁰ Die geringe Entlohnung in Ungarn ist auch der Grund der hohen Abwanderungsrate. In den Österreichischen Grenzgebieten zu Ungarn ist es üblich Ungarisches gut ausgebildete Angestellte oder Arbeiter zu beschäftigen. Die Einkommensungleichheit hat generelle zugenommen. Möglicherweise kann durch das schlechte Einkommen die Gefahr bestehen, mit dem wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt in der Zukunft Schritt zu halten.¹⁰¹

⁹⁸ OECD: Gesellschaft auf einem Blick 2009 OECD-Sozialindikatoren, Hrsg. OECD, 2009, S. 96

⁹⁹ <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec069.pdf?expires=1320228274&id=id&accname=guest&checksum=F005D74AECC8E44B5D2EC49BA03E17BD>, Statistischer Link: <http://dx.doi.org/10.1787/818176348655>, 01/11/2011, Eigen Darstellung

¹⁰⁰ Vgl. http://www.oecd.org/document/33/0,3343,en_2649_201185_33724001_1_1_1_1,00.html, 13/12/2011

¹⁰¹ Vgl. OECD: a.a.O., S. 96

Pro-Kopf-Brutto- und –Nettonationaleinkommen

Jährliche Veränderung in Prozent

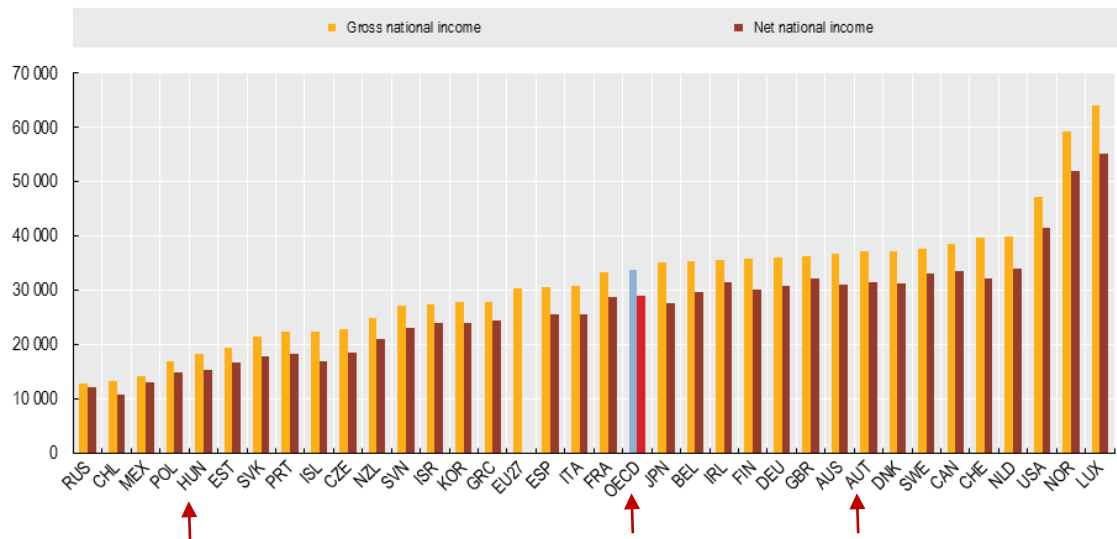


Abb. 22: Pro-Kopf-Brutto- und -Nettonationaleinkommen¹⁰²

Bruttonationaleinkommen wie auch das Nettonationaleinkommen, zeigen deutlich die Einkommensunterschiede zwischen Österreich und Ungarn.

Das geringe Einkommen ist ein wesentlicher Faktor für die große Abwanderung Ungarischer Akademiker und Fachkräften. Meist gehen die jungen Absolventen für einige Jahre ins Ausland, um Erfahrungen zu sammeln und des Verdienstes wegen. Häufig kommen Sie, nach einigen Jahren zurück um eine Familie in Ungarn zu gründen. Die Politik weiß von dieser Problematik. Man kann sogar von einer Akademiker Abwanderung sprechen, nur wenige sehr gut ausgebildete bleiben in Ungarn. In der Ungarischen Gesellschaft sind die, die im Ausland erfolgreich waren und für die Familiengründung wieder zurückkommen, nicht gern gesehen.

¹⁰² <http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=id&accname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE>, Statistischer Link: <http://dx.doi.org/10.1787/823762510007>, 29/10/2011, Eigene Darstellung

Arbeit

Unterschiedliche Kulturansichten spiegeln sich auch in der Einstellung und Wichtigkeit der Arbeit wieder. Ein grundlegender Faktor in der Meinungsbildung ist die Berufsausbildung wie auch der Bildungsbereich.

Wichtigkeit der Arbeit

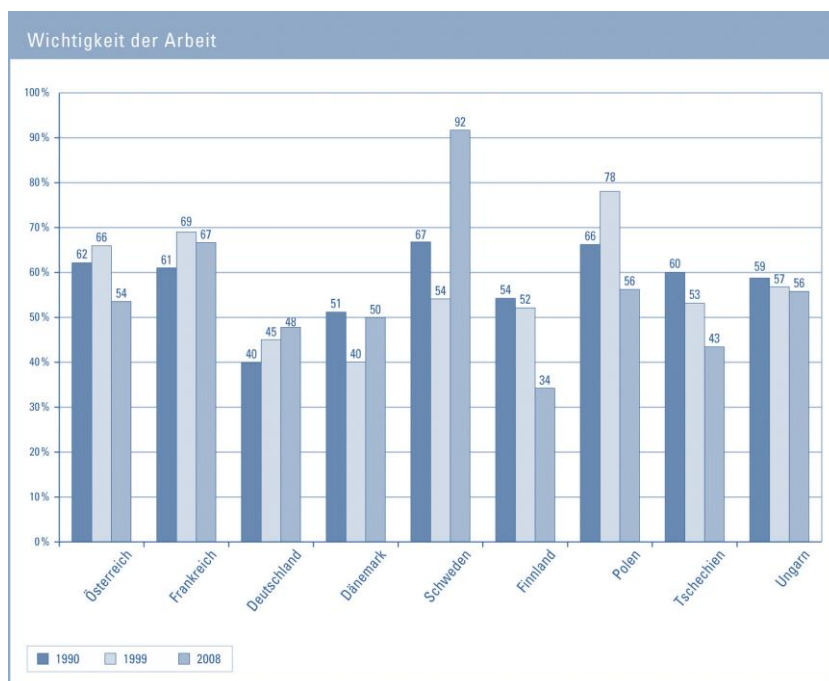


Abb. 23: Wichtigkeit der Arbeit¹⁰³

¹⁰³ Grafiken zur Publikation "Zukunft.Werte.Europa"
<http://ktf.univie.ac.at/forschung/wertestudie/de/materialiendownloads/grafiken>. 28/10/2011

Wichtigkeit der Arbeit und Bildungsabschluss

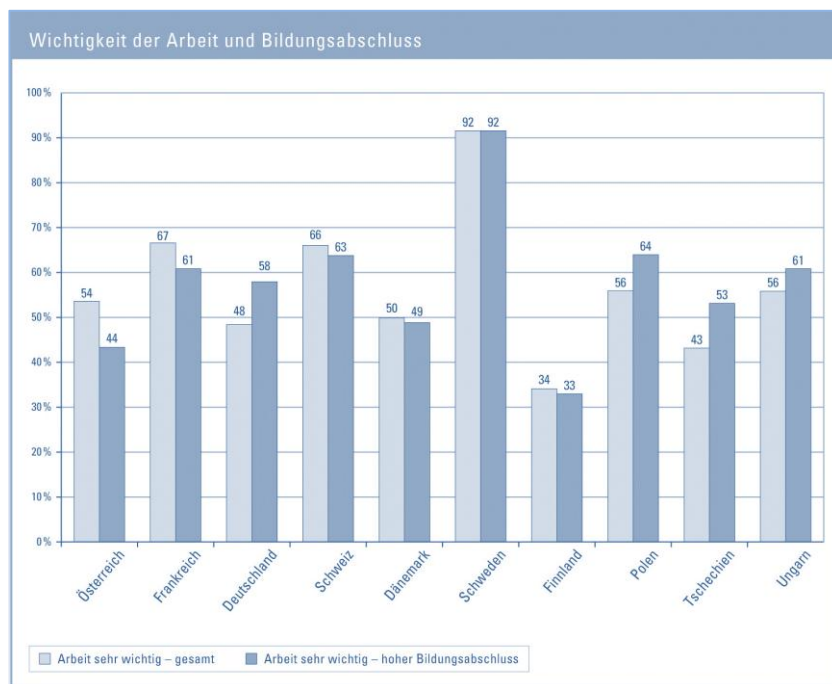


Abb. 24: Wichtigkeit der Arbeit und Bildungsabschluss¹⁰⁴

Zustimmung zur Aussage: „Menschen, die nicht arbeiten, werden faul.“

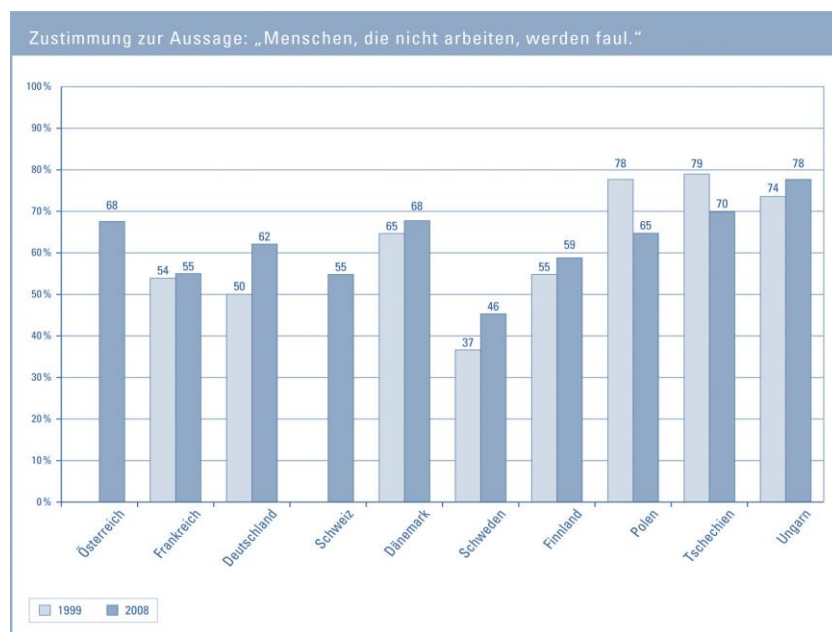


Abb. 25: Zustimmung zur Aussage; „Menschen, die nicht arbeiten werden faul.“¹⁰⁵

¹⁰⁴ Grafiken zur Publikation "Zukunft.Werte.Europa": a.a.O., 28/10/2011

¹⁰⁵ Grafiken zur Publikation "Zukunft.Werte.Europa": a.a.O., 28/10/2011

Einstellungen zu Arbeit und Beruf Vergleich Österreich – Ungarn

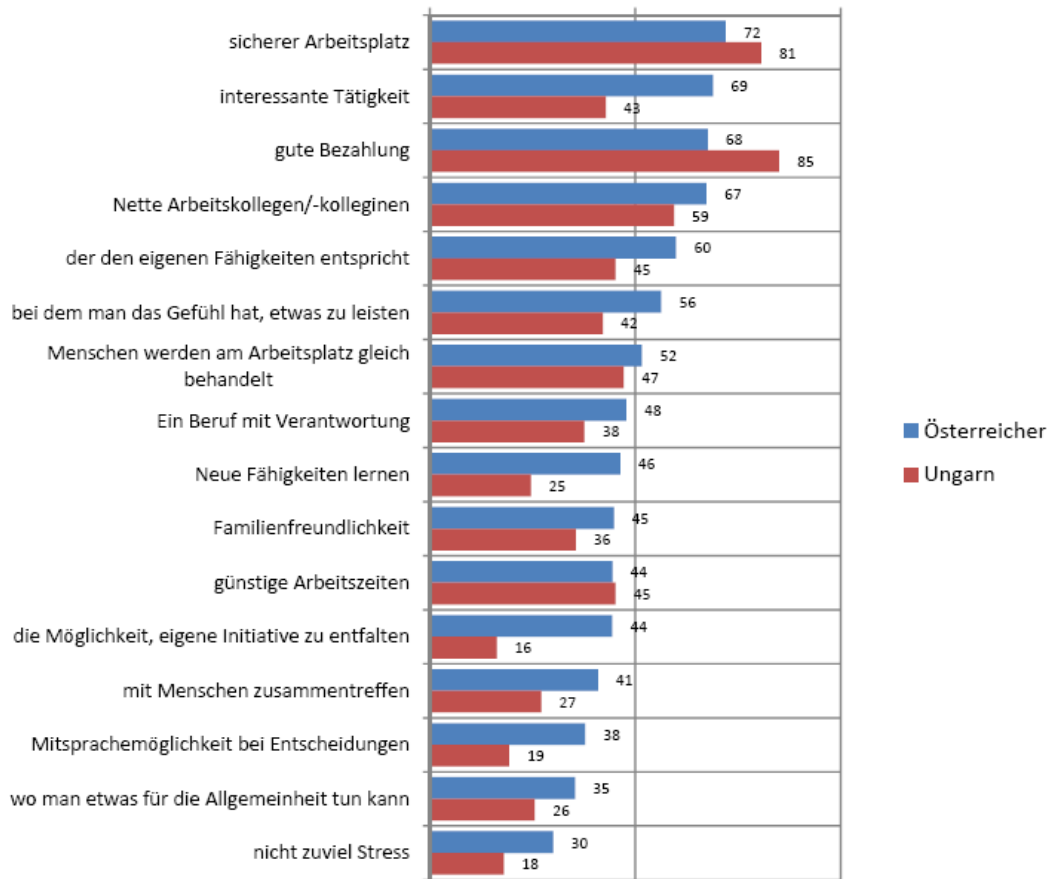


Abb. 26: Einstellungen zu Arbeit und Beruf Vergleich Österreich – Ungarn¹⁰⁶

In der Beantwortung und Bewertung der Fragen, was den Menschen in der Arbeit wichtig ist, zeigen sich einige markante Unterschiede auf.

Ist für Ungarn an primärer Stelle die gute Bezahlung und der sichere Arbeitsplatz, so spielen für Österreicher mehrere Faktoren eine Rolle: sicherer Arbeitsplatz, interessante Tätigkeit, gute Bezahlung, Nette Arbeitskollegen/-Kolleginnen (Betriebsklima). Die Unterschiede in der Bewertung werden darauf zurückgeführt, dass gute Arbeitsplätze mit einer gerechten Entlohnung auf Europäischem Standard, in Ungarn eher die Ausnahme sind. Dies ist wiederum auf die Abwanderung der gutausgebildeten Arbeitskräfte zurückzuführen.

¹⁰⁶ Tomka, Miklos/ Zuhlehner, Paul: Österreich und Ungarn, Ein Vergleich im Licht der Europäischen Wertestudie 2008, Hrsg. Zuhlehner Paul, Wien, 2010, S. 6 ff

2.2.5 Wirtschaftliche Eckdaten

Österreich und Ungarn unterscheiden sich in der internationalen Geschäftstätigkeit. Österreich dominiert als solides und starkes Exportland, Ungarn ist auf Investitionen anderer Länder angewiesen. Wirtschaftsinformationen über Österreich und Ungarn zeigen die wichtigsten Informationen, Zahlen, Daten und Fakten.

Wirtschaftsinformation Österreich

Seit 1995 ist Österreich Mitglied der Europäischen Union und zählt zu den stabilsten und wohlhabendsten EU-Mitgliedstaaten.

Wie die meisten EU-Länder ist auch Österreich vom Wirtschaftssektor Dienstleistung geprägt. Diese machen ca. 60% des Österreichischen BIP aus.

Auch die Österreichische Wirtschaft blieb von der Wirtschaftskrise 2008 nicht verschont. Die Österreichische Regierung reagiert rasch mit einem 100 Milliarden Euro Bankenhilfepaket und zwei Konjunkturpaketen von 2 Milliarden Euro. Trotz der raschen Hilfe verzeichnete man eine Senkung im Wirtschaftswachstum vom IV. Quartal 2008 zum I. Quartal 2009 um 2,7%. Im Jahre 2010 konnte wieder ein positives Wirtschaftswachstum von 2,0% gemessen werden.¹⁰⁷

Wichtige Wirtschaftssektoren

„Handel, Herstellung von Waren (Maschinen, Nahrungsmittel, Fahrzeuge, Metallerzeugnisse, Metallerzeugung & -verarbeitung, elektrische Ausrüstungen), Finanz, Versicherung und andere Dienstleistungsbereiche.“¹⁰⁸

Ein weiterer wichtiger und bedeutender Dienstleistungssektor ist der Österreich Tourismus. Im Jahre 2009 zählte man 21,4 Millionen ausländische Gäste mit 89,90 Millionen Übernachtungen. Touristen kommen aus aller Welt, meisten aus Deutschland, Niederlande, Schweiz, Großbritannien, Italien und vielen mehr.¹⁰⁹

¹⁰⁷ Vgl. Exportbericht Österreich, AUSSENWIRTSCHAFTSZENTRUMS BAYERN in Zusammenarbeit mit AUSTRIAN TRADE der AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), 05/2011, S. 6

¹⁰⁸ Länderprofil Österreich: Service der AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), 03/2011, S. 1

¹⁰⁹ Vgl. Exportbericht Österreich: a.a.O., S. 5

Das Wirtschaftsprofil Österreichs im kurzen Überblick

Währung:	Euro
Wirtschaftswachstum:	2,0 %
BIP pro Kopf:	EUR 33.850
BIP nominell:	EUR 284,0 Milliarden
Inflation:	1,9 %
Devisenreserven:	EUR 4.693 Millionen
Arbeitslosigkeit:	4,4 %

Tab. 6: Wirtschaftsprofil Österreich¹¹⁰

Außenhandel Österreich

Österreich ist auf den Außenhandel angewiesen, durch Mitgliedschaft der Europäischen Staaten, 1995, hat sich Österreich am internationalen Markt stark positioniert. Mit der EU-Erweiterung 2004 finden ca. drei Viertel des Außenhandels mit EU Staaten statt.¹¹¹

Export Österreich

„Gesamt 2010 EUR 109,2 Mrd. EUR“¹¹²

Wichtigste Exportmärkte

„Deutschland, Italien, Schweiz, USA, Frankreich, Tschechische Republik, Ungarn, UK, China, Polen, Russland“¹¹³

Wichtigste Handelspartner Export

Export	2010 (in Mrd. Euro)	Anteil (in %)
Deutschland	34,431	31,53
Italien	8,546	7,82
Schweiz	5,199	4,76
USA	4,959	4,54
Frankreich	4,551	4,16

Tab. 7: Wichtigste Handelspartner Export, Österreich¹¹⁴

¹¹⁰ Vgl. Länderprofil Österreich: a.a.O., S. 1, Eigene Darstellung

¹¹¹ Vgl. Exportbericht Österreich: a.a.O., S. 6

¹¹² Länderprofil Österreich: a.a.O., S. 1

¹¹³ Länderprofil Österreich, S. 1

¹¹⁴ Vgl. Exportbericht Österreich: a.a.O., S. 6, Eigene Darstellung

Bedeutendste Warengruppen/Export

„Maschinen, elektrische Maschinen und elektrotechnische Waren, Kraftfahrzeuge und Kfz-Teile, medizinische und pharmazeutische Erzeugnisse, Kunststoffe und Waren daraus, Eisen und Stahl, Waren aus Eisen und Stahl, Papier und Pappe, Holz und Waren daraus, Mineralöle.“¹¹⁵

Wichtigste Exportprodukte Österreichs in Mrd. Euro

Export	2010 (in Mrd. Euro)	Anteil (in %)
Maschinen und Fahrzeuge	41,23	37,76
Bearbeitete Waren	25,10	22,98
Chemische Erzeugnisse	14,19	12,99
Sonstige Fertigwaren	12,90	11,81
Nahrungsmittel und lebende Tiere	5,64	5,16

Tab. 8: Wichtigste Exportprodukte Österreichs¹¹⁶

Import Österreich

„Gesamt 2010 EUR 113,5 Mrd. EUR“¹¹⁷

Wichtigste Importmärkte

„Deutschland, Italien, Schweiz, China, Tschechische Republik, USA, Frankreich, Niederlande, Ungarn, Slowakei, Russland“¹¹⁸

Wichtigste Handelspartner Import

Import	2010 (in Mrd. Euro)	Anteil (in %)
Deutschland	44,823	39,5
Italien	7,650	6,74
Schweiz	5,932	5,22
China	5,423	4,77
Tschechien	4,150	3,65

Tab. 7: Wichtigste Handelspartner Import, Österreich¹¹⁹

¹¹⁵ Länderprofil Österreich: a.a.O., S. 1

¹¹⁶ Vgl. Exportbericht Österreich: a.a.O., S. 6, Eigene Darstellung

¹¹⁷ Länderprofil Österreich: a.a.O., S. 1

¹¹⁸ Länderprofil Österreich, S. 1

¹¹⁹ Vgl. Exportbericht Österreich: a.a.O., S. 6, Eigene Darstellung

Bedeutendste Warengruppen/Import

„Maschinen, mineralische Brennstoffe & Mineralöle, Pkw und andere Kfz, elektrische Maschinen und Geräte, Kunststoffe und Waren daraus, chemische und pharmazeutische Erzeugnisse, Metallwaren, Eisen und Stahl, Mess- und Prüfinstrumente, organische Verbindungen.“¹²⁰

Wichtigste Importprodukte Österreichs in Mrd. Euro

Import	2010 (in Mrd. Euro)	Anteil (in %)
Maschinen und Fahrzeuge	36,82	32,45
Sonstige Fertigwaren	16,44	14,49
Bearbeitete Waren	17,98	15,84
Chemische Erzeugnisse	14,43	12,71
Mineral-Brennstoffe Schmiermittel	12,28	10,82

Tab. 8: Wichtigste Importprodukte Österreich¹²¹

Österreichischer Außenhandel gesamt

Österreich (in Mrd. Euro)	2007	2008	2009	2010
Export	114,7	117,5	93,7	109,2
Import	114,3	119,6	97,6	113,5
Saldo	0,4	-2,1	-3,9	-4,3

Tab. 9: Österreichischer Außenhandel gesamt¹²²

Wirtschaftsinformation Ungarn

Wie Österreich ist das heutige Ungarn auch vom Dienstleistungssektor geprägt. Der frühere Kern der Ungarischen Wirtschaft, die Landwirtschaft, verliert immer mehr an Bedeutung. Seit dem Fall des Eisernen Vorhangs 1989, gab es einen drastischen Wirtschaftswandel, der mit der heutigen Wirtschaftslage Ungarns nicht mehr vergleichbar ist. Die Privatisierungswelle ist noch nicht abgeschlossen.

¹²⁰ Länderprofil Österreich: a.a.O., S. 1

¹²¹ Vgl. Exportbericht Österreich: a.a.O., S. 6, Eigene Darstellung

¹²² Vgl. Exportbericht Österreich, S. 6, Eigene Darstellung

Die Ungarische Wirtschaft war von der Finanzkrise und Wirtschaftskrise 2008 besonders stark betroffen. Seit 2010 wird wieder ein schwacher Aufschwung verzeichnet. Wesentlichen Anteil für die positive Bilanz dafür hat die steigende Auslastung der Industrieunternehmen, die im Exportbereich tätig sind.¹²³

Längerfristig kann es in Ungarn nur einen wirtschaftlichen Aufschwung geben, wenn die Wettbewerbsfähigkeit der Ungarischen Unternehmen gestärkt wird. Resultierend aus dieser Stärkung und Neupositionierung entsteht eine verstärkte Inlandsnachfrage und damit ein Wachstumsimpuls der nicht ausschließlich vom Export abhängig ist.¹²⁴

Wichtige Wirtschaftssektoren

„Dienstleistungen, Industrie, Automotiv und Elektroindustrie, Land und Forstwirtschaft“¹²⁵

Das Wirtschaftsprofil Ungarns im kurzen Überblick

Währung:	Ungarischer Forint: HUF bzw. Ft
Wirtschaftswachstum:	1,2 %
BIP pro Kopf:	EUR 9 847
BIP nominell:	EUR 98,45 Mrd.
Inflation:	3,1%
Devisenreserven:	EUR 33,7 Mrd.
Arbeitslosigkeit:	11,2 %

Tab. 10: Wirtschaftsprofil Ungarn¹²⁶

Außenhandel Ungarn

Die Ungarische Wirtschaft ist stark exportorientiert, wobei der Export vor allem durch große in ausländischer Hand befindliche Unternehmen erfolgt. Viele international tätige Unternehmen gründeten in den letzten Jahrzehnten eine Tochterfirma oder eine Niederlassung in Ungarn (Firmensitz). Gründe dafür sind die geographische Lage und die niedrigen Lohnnebenkosten, meist werden diese Tochterfirmen oder Niederlassungen von ausländischer Hand geführt. Im Bereich der Pharmazie und der

¹²³ Vgl. Exportbericht Ungarn: a.a.O., S. 6

¹²⁴ Vgl. Exportbericht Ungarn, S. 6

¹²⁵ Länderprofil Ungarn: Service der AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), 08/2011, S. 1

¹²⁶ Länderprofil Ungarn: a.a.O., S. 1, Eigene Darstellung

Informationstechnologie Branche konnten sich eigenständige ungarische Unternehmen sehr erfolgreich etablieren. Als kleine und offene Volkswirtschaft ist Ungarn besonders auf Ausländische Investitionen angewiesen. Neben dem Elektroniksektor ist vor allem die Automotive Branche stark von ausländischen Investitionen dominiert.¹²⁷

Export Ungarn

„Gesamt 2010 weltweit 2010: EUR 71,4 Mrd.“¹²⁸

„Gesamt 2010 in die EU 27: EUR 43,9 Mrd.“¹²⁹

Wichtigste Exportmärkte

„Deutschland, Italien, Großbritannien, Frankreich, Rumänien, Slowakei, Österreich“¹³⁰

Wichtigste Handelspartner Export

Export	Anteil (in %)
Deutschland	15,31
Italien	3,36
Großbritannien	3,23
Frankreich	3,21
Rumänien	3,15
Slowakei	2,97
Österreich	2,70

Tab. 11: Wichtigste Handelspartner Export¹³¹

Bedeutendste Warengruppen/Export

„Maschinen und Fahrzeuge, bearbeitete Waren, Lebensmittel, Getränke, Rauschwaren“¹³²

¹²⁷ Vgl. Exportbericht Ungarn: a.a.O., S. 7

¹²⁸ Länderprofil Ungarn: a.a.O., S. 2

¹²⁹ Länderprofil Ungarn, S. 2

¹³⁰ Länderprofil Ungarn, S. 2

¹³¹ Exportbericht Ungarn: a.a.O., S. 9, Eigene Darstellung

¹³² Länderprofil Ungarn: a.a.O., S. 2

Wichtigste Exportprodukte

Export	2009 (in Mrd. EUR)	Anteil (in %)
Rindfleisch	0,97	18
Reis	0,49	9
Sojabohnen	0,49	9
Milcherzeugnisse	0,38	7
Holzerzeugnisse	0,32	6

Tab. 12: Wichtigste Exportprodukte Ungarn¹³³

Import Ungarn

„Gesamt 2010 weltweit: EUR 65,8 Mrd.“¹³⁴

„Gesamt 2010 aus den EU 27: EUR 51,7 Mrd.“¹³⁵

Wichtigste Importmärkte

„Deutschland, Russland, China, Österreich, Niederlande, Slowakei“¹³⁶

Wichtigste Handelspartner Import

Import	Anteil (in %)
Deutschland	13,95
Russland	4,04
China	3,56
Österreich	3,37
Niederlande	2,64
Slowakei	2,31

Tab. 13: Wichtigste Handelspartner Import¹³⁷

Bedeutendste Warengruppen/Import

„Maschinen und Fahrzeuge, bearbeitete Waren, Energieträger“¹³⁸

¹³³ Vgl. Exportbericht Ungarn: a.a.O., S. 10

¹³⁴ Länderprofil Ungarn: a.a.O., S. 2

¹³⁵ Länderprofil Ungarn, S. 2

¹³⁶ Länderprofil Ungarn, S. 2

¹³⁷ Exportbericht Ungarn: a.a.O., S. 9, Eigene Darstellung

¹³⁸ Länderprofil Ungarn: a.a.O., S. 2

Wichtigste Importprodukte

Import	2009 (in Mrd. EUR)	Anteil (in %)
Erdöl	1,30	20
Chem. Erzeugnisse	0,78	12
Maschinen	0,65	10
Kfz Teile	0,52	8
Elektronik	0,46	7

Tab. 14: Wichtigste Importprodukte Ungarn¹³⁹

Ungarischer Außenhandel gesamt

Ungarn (in Mrd. EUR.)	2008	2009	2010	2011
Export	72,7	58,8	62,2	67,3
Import	72,8	54,8	58,5	62,9
Saldo	-0,1	4,0	3,7	4,4

Tab. 15: Ungarische Außenhandel¹⁴⁰

2.3 Leitfaden zur Verknüpfung und Pflege von Geschäftskontakten

Internationalisierung erfordert Kommunikation und Zusammenarbeit über Grenzen hinweg. Im Zuge der Internationalisierung und der gemeinsamen Standortentwicklung im Kooperationsraum Österreich – Ungarn haben die grenzüberschreitenden und internationalen Geschäftsbeziehungen rasant zugenommen. Sehr viele Unternehmen wie auch zahlreiche öffentliche Einrichtungen sind an bilateralen Kooperationen interessiert. Die Herausforderungen aber auch Problemstellungen dieser wirtschaftlich notwendigen und sinnvollen Formen der Zusammenarbeit liegen oftmals im kulturellen Unverständnis fremder, wenn auch benachbarter Arbeitskulturen, in einem hohen Ressourcenbedarf und in hohen, durch die Zusammenarbeit bedingten Overheadkosten. Durch gezielten interkulturellen Kompetenzaufbau bei den Mitarbeitern und dem dementsprechend effizienten Einsatz innovativer Kooperations – und Kommunikationstechnologien unter Berücksichtigung des interkulturellen Aspekts können diese grenzüberschreitenden

¹³⁹ Vgl. Exportbericht Ungarn: a.a.O., S. 10

¹⁴⁰ Exportbericht Ungarn: a.a.O., S. 9, Eigene Darstellung

Geschäftsbeziehungen optimiert und somit die Wettbewerbsfähigkeit der Gesamtregion gesteigert werden.¹⁴¹

2.3.1 Fallstudie und deren Auswertung

Die Resultate der Primärerhebung konnten essenziell zur Erstellung des Leitfadens beitragen. Als Befragungsform wurde das persönliche Interview gewählt. Die Interviews werden mit dem Einverständnis des Interviewten aufgenommen. Im Rahmen der qualitativen Befragung wurden jeweils 15 Interviews in Österreich und Ungarn durchgeführt. Die Einzelbefragungen wurden mittels eines Interviewleitfadens durchgeführt. Der Leitfaden wird in Kapitel 3.1 genauer beschrieben.

Abgesehen davon, welche Methodik man zur Datenanalyse wählt, geht es in der qualitativ-empirischen Untersuchung darum, die gesammelten Daten bestmöglich zu interpretieren. Die grundlegende Bedeutung des Interpretierens ist, Konzepte und Zusammenhänge oder Unvorhersehbare Entwicklungen zu interpretieren. Durch die verschiedensten Arbeitsprinzipien kann der Prozess der Interpretation methodisch angeleitet werden.¹⁴² Arbeitsprinzipien bei der Interpretation empirischen Materials. Die Interpretationsregeln schließen sich wie folgt zusammen.

Interpretationsregeln¹⁴³

- Prinzip der Offenheit: alle Einfälle, Ideen und Assoziationen während der Bearbeitung des Materials werden niedergeschrieben.
- Prinzip des Textbezuges: Der Text ist der zentrale Bezugspunkt der Interpretation. Zusätzliche Annahmen und Kontextwissen kann als Zusatz verwendet werden. Diese müssen jedoch an den Text angepasst werden.

¹⁴¹ Vgl. Unveröffentlichte Quelle , ETZ Programm „Europäische Territoriale Zusammenarbeit“ 2007 bis 2013 Grenzüberschreitende Kooperation AUT:HU, S. 2

¹⁴² Vgl. Kittl, Helga, „Computergestützte Inhaltsanalytische Auswertung von Interviews“, Interpretation von Interviews, 2006, Wien, S. 1

¹⁴³ Vgl. Hoffart, Britta, Interpretationsregeln, 2004, <http://www.unibielefeld.de/Universitaet/Einrichtungen/Fakultaeten/Paedagogik/fobika/aqua/interpretationsregeln.html>, 17/01/2012

-
- Prinzip des sequenziellen Vorgehens: Die Interpretation folgt der gegebenen Struktur und Reihenfolge des vorliegenden Textes. Dadurch wird eine zeitliche Ordnung rekonstruiert, die die Sinnhaftigkeit des Materials zugrunde liegt.
 - Prinzip der Variation der Perspektiven: Es sollen möglichst viele, abweichende Lesarten zu einer Textstelle erstellt werden. Widersprüche und Inkonsistenzen im Text sind zulässig. Es soll nach Argumenten für und gegen eine Lesart gesucht werden.
 - Prinzip der Reflexivität: Es wichtig, die eigenen Vorannahmen zu Verstehen oder transparent zu machen. Dabei ist es sehr wichtig nach zu Fragen: Was versteht ich wie? Wie kann ich am besten meine Leseart begründen? Welchen Schluss kann ich in meinen Interpretationen entdecken?

Letztendlich muss man immer wieder die „W-Fragen“ an die gesammelten Daten stellen.¹⁴⁴

- WER ist beteiligt oder ist nicht beteiligt?
- WELCHE Rolle spielen die Interviewer?
- WIE verhalten sich die Interviewer?
- WANN ist der zeitliche Ablauf?
- WAS lösten bestimmte Argumentation und Aussagen aus?
- WOZU werden speziell auserwählte Handlungen eingesetzt?
- WARUM werden speziell auserwählte Handlungen gesetzt? (Wozu und Warum?)

Ziel einer Interpretation, ist es das am Anfang noch vage oder noch sehr allgemein gedachte Forschungsthema neu zu interpretieren. Das untersuchende Forschungsfeld soll neu, anders, präziser oder differenzierter betrachtet und interpretiert werden.¹⁴⁵ Die aufgezeichneten Interviews müssen transkribiert werden. Unter Transkription versteht man die Übertragung von gesprochener in eine schriftliche Form. Pro Interview wird ein wortgetreues Word-Dokument erstellt.¹⁴⁶ „Ziel der Analyse ist es, das Material so zu reduzieren, dass die

¹⁴⁴ Vgl. Hoffart, Britta, Theoriebildung, 2004, http://www.unibielefeld.de/Universitaet/Einrichtungen/Fakultaeten/Paedagogik/fobika/aqua/theoriebildung_beispiele.html, 17/01/2012

¹⁴⁵ Vgl. Kittl, Helga, a.a.O., S. 3

¹⁴⁶ Vgl. Mayring, Phillip: Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken, Beltz Verlag, Auflage 5, 2002, Weinheim, S. 89 ff

wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, durch Abstraktion einen überschaubaren Corpus zu schaffen, der immer noch Abbild des Grundmaterials ist.“¹⁴⁷ Die einzelnen Interviews werden je nach Aussage unterteilt und Zusammengefasst. Gleiche oder ähnliche Aussagen wie Phrasen mit mehreren Aussagen werden gesondert zusammengefasst. Bei Zweifelsfällen werden theoretische Vorannahmen zur Hilfe genommen.¹⁴⁸

2.3.2 Konzeption des Leitfadens

Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter aus anderen Kulturen sind im vereinten Europa nicht mehr die Ausnahme, sondern die Regel. In einer globalisierten Arbeitswelt sind interkulturelle Kompetenzen der Schlüssel zum Erfolg. Zweck dieses Leitfadens ist, ein gemeinsames Verständnis zwischen Österreich und Ungarn zu entwickeln. In Bezug auf neue Geschäftskontakte oder zur Verbesserung von bereits bestehenden Beziehungen. Es ist eine schriftliche Anleitung für den bewussten Umgang mit soziokulturellen Unterschieden. Eine Erkenntnisquelle und Basis für konkrete bilaterale Geschäftsbeziehungen. Die eigenen positiven und negativen Charakteristiken der eigenen Geschäftskultur werden im Spiegel einer anderen Kultur erkannt und betrachtet. Es werden nicht alle Ansichten detailliert beschrieben, sondern nur die Standpunkte, denen eine besondere Bedeutung zukommt. Die Aufgabe des Leitfadens ist nicht eine detaillierte Empfehlung aller Teilbereiche abzugeben. Die bereits bestehenden interkulturellen Empfehlungen werden durch die erstellten Leitlinien ergänzt. Es gilt interkulturelle Aspekte effektiv zu erkennen und zu überwinden. Die Anwendungen sind nicht als starr zu verstehen, sondern unter Abwägung von allen relevanten Aspekten auf die jeweilige Situation anzupassen.¹⁴⁹ Der Leitfaden soll auch die Innovation, Integration und Wettbewerbsfähigkeit auf bilateraler Ebene stärken unter Berücksichtigung des interkulturellen Aspekts. Die Erstellung einer leicht lesbaren, auf die Zielgruppen ausgerichteten Unterlage als Basis für die Entwicklung interkultureller Sensibilität und effektiver Nutzung. Es entsteht ein kompakter Überblick über die vorherrschenden Verhalten- und Kommunikationsmuster. Ziel ist es

¹⁴⁷ Mayring, Phillip, S. 58 ff

¹⁴⁸ Vgl. Mayring, Phillip, S. 59 ff

¹⁴⁹ Vgl. Federowski von Gabler, Richard, Unternehmensroutinen im Turnaroundmanagement: Analyse der Wirkung von Routinen und Routinen bewusste Gestaltung der Krisenbewältigung, Hrsg. Roland Berger Strategy Consultance – Academic Network, GWV Fachverlag GmbH, Auflage 1, Wiesbaden, 2009, S. 214 ff

die Qualität der bilateralen Kooperation zu steigern, sowie Kooperationskosten zu senken. Kooperationsrisiko soll durch den Leitfaden minimiert werden. Jedes Unternehmen hat unterschiedliche Anforderungen und Schwerpunkte bei der Internationalisierung und interkulturellen Zusammenarbeit. Demnach ist es notwendig, eine bewusste Auswahl aus den gesammelten Materialien für sich zu treffen.¹⁵⁰

2.3.3 Mögliche Alternativen zur Umsetzung

Für die praktische Umsetzung sind einige Alternativen geplant.

Homepage

Die Erstellung einer Homepage. Durch Schlagwörter wie: „Österreich – Ungarn“, „Geschäftsbeziehungen Ungarn – Österreich“ und vielen anderen mehr, kann diese einfach und schnell bei diversen Suchmaschinen gefunden werden. Die Website ist zweisprachig, Deutsch-Ungarisch. Der User hat die Möglichkeit, nach Registrierung, den Leitfaden kostenlos herunterzuladen. Ein wichtiger Bestandteil ist der eingerichteten Chatroom. Der Chat soll ein Austausch an Erfahrungen aber auch an Anfragen sein. Die Kommunikationssprache im Chat ist Englisch, da der Austausch von und für beide Seiten stattfindet.

Facebook

Die kostengünstige Variante der Umsetzung in Form des Web 2.0 ist Facebook. Es wird eine bilaterale Gruppe erstellt. In der es wie auf der Homepage zum aktiven Austausch kommt. Die Kommunikationssprache wird vorwiegend Englisch sein. Themen können selbst gewählt werden, der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Zusätzlich zum Online Dialog wird es einen Termin für einen AUT – HU Stammtisch geben. Geplant sind alle 2 bis 3 Monate einen Stammtisch zu organisieren. Vorerst werden sie in Wien und Budapest stattfinden. Der Leitfaden wird unter der Rubrik „Leitfaden“ kurz vorgeschichte und mit dem Link zur Homepage verwiesen.

¹⁵⁰ Vgl. Unveröffentlichte Quelle : a.a.O., S. 3

Bilaterale Aus- und Weiterbildung

Es ist eine Kooperation mit Aus- und Weiterbildungsinstitutionen geplant.

Ziel ist es, eine bilaterale Schulung zu organisieren und zu veranstalten. Die Absolventen dieses Lehrgangs schließen mit einem Zertifikat „Exportberater Österreich-Ungarn“ ab. Zielgruppe der Schulung sind österreichische und ungarische Unternehmen verschiedenster Branchen oder am Thema interessierte Personen. Die Zertifizierten BeraterInnen werden auf der Homepage unter der Rubrik „Exportberater“ aufgelistet.

Virtuelles Spiel

Die Erstellung eines globalen Spiels. Der Inhalt des Spiels ist das virtuelle Geschäftsleben Österreich-Ungarn, verbunden mit vielen anderen Ländern und Kulturen. Ein vernetztes Miteinander, Barrieren gemeinsam überwinden und den anderen besser verstehen sind wesentlich Aspekte im Spielablauf. Das Spiel kann grenzüberschreitend entwickelt und gestaltet werden. Ideal geeignete Kooperationspartner für die Entwicklung dieses Spiels sind Hochschulen (technische und wirtschaftliche Fakultäten) beider Länder. Abnehmer für den virtuellen Austausch sind berufsbildende höhere Schulen, Universitäten und Unternehmen. Es soll ein aktiver Austausch zwischen Jung und Alt über alle Kontinente verstreut stattfinden.

3. Schluss

Der Leitfaden stellt die Basis für globale und interkulturelle Geschäftsanbahnungen. Sich gegenseitig schätzen und den anderen in seinem Wesen und Sein besser verstehen.

3.1 Ergebnisse

Das Ergebnis dieser Bachelorarbeit ist die Aufarbeitung und Dokumentation der kulturellen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Unterschiede zwischen den Ländern Österreich und Ungarn. Das Resultat ist ein Leitfaden zum besseren interkulturellen Verständnis im gemeinsamen Lebens- und Wirtschaftsraum. Dieser gewährleistet eine Optimierung der Geschäftsbeziehungen, Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und Senkung der bilateralen Kooperationskosten.

3.2 Maßnahmen

Für den Erfolg der Interviews wurden einige Maßnahmen benötigt. Es wurde ein Interviewleitfaden erstellt, um sicher zu stellen, dass jedes Interviewgespräch mit denselben Kriterien und Abläufen durchgeführt wird. Die Dauer der persönlichen Befragung beschränkte sich auf ca. 1 Stunde. Jedes Interview wurde, mit dem Einverständnis des Befragten, aufgenommen und in schriftlich niedergeschrieben.

Interview Protokoll¹⁵¹

Vorbereitung für das Interview

- Überprüfung der ordnungsgemäße Funktion des Diktiergerätes
- Der Interviewer muss genügend Batterien und Bänder zur Verfügung haben
- Der Interviewer muss, die ausreichend erforderlichen Unterlagen bei sich haben
- Der Interviewer muss das Interview Blatt lesen
- Die Ort des Interviews müssen festgelegt werden
- Der Interviewer hat die richtige Kleidung zu tragen
- Der Interviewer muss pünktlich zu seinem Termin erscheinen
- Mobiltelefone ausgeschaltet und nicht stummschalten!

¹⁵¹ Eigene Darstellung unter Einbezug des ETZ-Programm "Europäische Territoriale Zusammenarbeit" 2007 bis 2013 -Grenzüberschreitende Kooperationen AUT:HU

Aktivitäten während des Interviews

- Nach dem Betreten des Raumes, Interviewer begrüßt und stellt sich vor
- Der Interviewer nimmt Platz, sobald es ihm angeboten wird
- Der Interviewer erläutert kurz den Zweck der Forschung und versucht, eine gute Atmosphäre zu schaffen und Vertrauen aufzubauen
- Der Interviewer fragt nach Erlaubnis, die Interviews auf Tonband aufzunehmen und sichert die Befragten zu, dass die Daten und anderen Informationen vertraulich behandelt werden
- Der Interviewer bespricht den Verlauf und die Länge des Interviews

3.3 Konsequenzen

Die Konsequenz des Leitfadens soll nicht die Sammlung der bereits vorhandenen Fachbücher ausdehnen, sondern ein knappes praxisorientiertes Handbuch sein.

Auf welches man schnell und einfach zurückgreifen kann um die wichtigsten Hinweise auf eine erfolgreiche Verknüpfung und Pflege von Geschäftskontakten zu erfahren.

Der Beitrag zu einem besseren interkulturellen Verständnis im gemeinsamen Lebens- und Wirtschaftsraum. Durch die neu gewonnenen Kenntnisse finden ein Umdenken und ein besseres Gegenseitiges Verstehen statt. Diese Tatsache führt auf beiden Seiten zu schnelleren und besser fundierten Geschäftskontakten und bewirkt somit eine Kostensenkung.

VI Literaturverzeichnis

Bücher

Höchtl, Josef

Religion in Österreich, Studie zu den strukturellen Verschiebungen im Bereich der Kirchen, Glaube Heute, Ausgabe 8, Wien, 2011

Kaja, Betül

Arbeitsmotivation und Kultur, Ausgewählte Instrumente der Arbeitsmotivation im Kontext der Kultur, Diplomica Verlag GmbH, Hamburg, 2009

Mayring, Phillip

Einführung in die qualitative Sozialforschung, Eine Anleitung zu qualitativem Denken, Beltz Verlag, 5. Auflage, Weinheim, 2002

Mayring, Phillip

Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken, Beltz Verlag, 8. Auflage, Weinheim, 2003

Rothlauf, Jürgen

Interkulturelles Management: Mit Beispiel aus Vietnam, China, Japan, Russland und den Golfstaaten, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, Auflage 3, München, 2009

Schubert, Klaus/ Hegelich, Simon/ Bazant Ursula

Europäische Wohlfahrtssysteme, ein Handbuch, Hrsg. Ursula Bazant, VS Verlag für Sozialwissenschaft, Auflage 1, Wiesbaden, 2008

Westerhoff, Markus

Kulturdimensionen nach Gert Hofstede und deren Bedeutung von Lehren und Lernen, GRIN Verlag, Auflage 1., Norderstedt, 2008

Sammelwerke

AFS Interkulturelle Begegnungen e.V.

„Genau wie hier, nur alles anders-Kultur Unterschiede entdecken“, Hrsg. AFS Interkulturelle Begegnungen e.V., Hamburg, 2008

ALEXANDER, Thomas

Interkulturelle Kommunikation: und Kooperation, Verlag Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG, Göttingen, 2005

AUSSENWIRTSCHAFTSZENTRUMS BAYERN

Exportbericht Ungarn, Wirtschaft / Außenhandel , Geschäftsabwicklung, Markterschließung , Zollregime / Recht, Geschäftsreisen, Hrsg. AUSSENWIRTSCHAFTSZENTRUMS BAYERN in Zusammenarbeit mit AUSTRIAN TRADE der AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), Bayern, 03/2011

AUSSENWIRTSCHAFTSZENTRUMS BAYERN

Exportbericht Österreich, Außenhandel, Geschäftsabwicklung, Markterschließung, Zoll, Recht, Geschäftsreisen, Hrsg. AUSSENWIRTSCHAFTSZENTRUMS BAYERN in Zusammenarbeit mit AUSTRIAN TRADE der AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), Bayern, 05/2011

AWO Österreich

Länderprofil Ungarn, Hrsg. AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), Wien, 08/2011

AWO Österreich

Länderprofil Österreich, Hrsg. AUSSENWIRTSCHAFT ÖSTERREICH (AWO), Wien, 03/2011

Blom, Hermann/ Meier, Harald

Interkulturelles Management: Interkulturelle Kommunikation, internationales Personalmanagement, Diversity-Ansätze im Unternehmen, Verlag Neue Wirtschaftsbriefe, Berlin, 2004

Csaba, Babós

Handbuch Österreich-Ungarn, Hrsg. Vállalkozói Központ, Szombathely, 2011

Csaba, Babós,

Manual Ungarn Geschäftskultur, AUT:HU ETZ Projekt, Szombathely, 2011

Csaba, Babós

Manual Österreich Geschäftskultur, AUT:HU ETZ Projekt, Szombathely, 2011

Frankl, Gabriele

Grenzenlose Kommunikation – Kommunikation ohne Grenzen? Ungarn, Wien, 2004,

Jung, Hans

Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Oldenbourg Wissenschaftsverlag, Auflage 10, München, 2006

Kittl, Helga

„Computergestützte Inhaltsanalytische Auswertung von Interviews“, Interpretation von Interviews, Wien, 2006

Kotai-Szarka, Klara

Interkulturelle Kompetenz Österreich – Ungarn, Hrsg. WIFI International Network, Wien, 2010

Maletzke, Gerhard

Interkulturelle Kommunikation: zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen/ Gerhard Maletzke, Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen, 1996

OECD

Gesellschaft auf einem Blick 2009 OECD-Sozialindikatoren, Hrsg. OECD, Deutschland, 2009

Parfuss, Klara

Erfolgreiche Zusammenarbeit in österreich-ungarischen Projekten, Interkulturelles Management, Hrsg. RECOM Interkulturelles Management, Wien, 10/2010

Reif, Elisabeth/ Schwarz, Ingrid

Methodenhandbuch Interkulturelle Kommunikation Österreich und Ungarn, Hrsg. Ingrid Schwarz, Verlag Südwind NÖ Süd, Wr. Neustadt, 2006

Reif, Elisabeth/ Parfuss, Klara

Ein kleiner Culture-Assimilator zur beruflichen Vorbereitung von Österreichern auf Ungarn, Hrsg. Ingrid Schwarz: Methodenhandbuch - Interkulturelle Kommunikation Österreich und Ungarn, Verlag Südwind NÖ Süd, Wr. Neustadt, 2006, (Frei formuliert nach einem Interview aus Horváth K, 1998 (S. 58): Kulturstandards in der Interaktion zwischen österreichischen und ungarischen Managern)

Schnitt, Peter/ Himmelfrontpointner Rainer

Interkulturelles Marketing: In aller Welt, Hrsg. Walter Korean AWO, Wien, 2008

Schumann, Christine

„Kulturbegriffe“, Interkulturelle Werbung, Hrsg. Technische Universität Ilmenau, Ilmenau, 2010

Tomka, Miklos/ Zuhlehner, Paul

Österreich und Ungarn, Ein Vergleich im Licht der Europäischen Wertestudie 2008, Hrsg. Zuhlehner Paul, Wien, 2010

Tompos, Aniko,

Auswertung Österreich-Ungarischer Interviews im Zuge der bilateralen Kooperation ,ETZ Programmes AUT:HU, Hrsg. Széchenyi István University Győr, Győr, 2011

Wirtschaftskammer Österreich

Wirtschaftsprofil Ungarn, Hrsg. Wirtschaftskammer Österreich, Wien, 06/2011

Wirtschaftskammer Österreich

Wirtschaftsprofil Österreich, Hrsg. Wirtschaftskammer Österreich, Wien, 06/2011

Zipper Viktoriya

Optimale Internationalisierung OPTICOM Modul 1, Hrsg. WIFI International, Auflage 1, Wien, 10/2011

Internetquellen

afs60.de

Kulturzwiebel von Hoffstede

http://www.afs60.de/webcontent/files/AFS-Lehrerhandbuch_V1.pdf 30.10.2011

(aufgerufen am 29/10/2011)

adpi.de

Begrüßung

http://www.adpic.de/detail.php?static_link=1&picture_id=321966

(aufgerufen am 18/11/2011)

AMS Österreich, Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation ABI

Forschungsnetzwerk, Zwiebelmodell

http://www.amsforschungsnetzwerk.at/downloadmhb/401_Zwiebelmodell%20der%20Kultur.pdf

(aufgerufen am 30/10/2011)

europarl.eu

Osterbrauch Ungarn

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+IM-PRESS+20100329STO71434+0+DOC+XML+V0//DE>

(aufgerufen am 16/11/2011)

hinn.de

Traditionelle Hochzeit Ungarn

<http://www.hinn.de/deutsch/index.htm?phyPath=http://www.hinn.de/deutsch/ungarn/spezial.htm>,

(aufgerufen am 16/11/2011)

landwirt.com

Traditionelle Hochzeit Österreich

<http://www.landwirt.com/Trachtenhochzeit,,4556,,Bericht.html>,

(aufgerufen am 16/11/2011)

Nationalflaggen

Flagge Österreich

Quelle: <http://www.nationalflaggen.de/flagge-oesterreich.html>

(aufgerufen am 16/11/2011)

Nationalflaggen

Flagge Ungarn

Quelle: <http://www.nationalflaggen.de/flagge-ungarn.html>

(aufgerufen am 16/11/2011)

niff.hu

Petofi Sandor

<http://mek.niif.hu/01000/01006/html/>

(aufgerufen am 16/11/2011)

naturpark-poellauertal.at

Osterbrauch Österreich

http://www.naturpark-poellauertal.at/kultur/kirchliche_feste_brauchtum.html,

(aufgerufen am 16/11/2011)

oecdilibrary.org

Pro-Kopf-Brutto- und Nationaleinkommen

[http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=id&accname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE,](http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=id&accname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE)

Statistischer Link: <http://dx.doi.org/10.1787/823762510007>

(aufgerufen am 29/10/2011)

oecdilibrary.org

Bildungsniveau der Bevölkerung

[http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec069.pdf?expires=1320228274&id=id&accname=guest&checksum=F005D74AECC8E44B5D2EC49BA03E17BD,](http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec069.pdf?expires=1320228274&id=id&accname=guest&checksum=F005D74AECC8E44B5D2EC49BA03E17BD)

Statistischer Link: <http://dx.doi.org/10.1787/826124112463>

(aufgerufen am 01/11/2011)

oecdilibrary.org

Pro-Kopf Bruttonationaleinkommen

[http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec069.pdf?expires=1320228274&id=id&accname=guest&checksum=F005D74AECC8E44B5D2EC49BA03E17BD,](http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec069.pdf?expires=1320228274&id=id&accname=guest&checksum=F005D74AECC8E44B5D2EC49BA03E17BD)

Statistischer Link: <http://dx.doi.org/10.1787/818176348655>

(aufgerufen am 01/11/2011)

oecdilibrary.org

Bildung

<http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec069.pdf?expires=1320228274&id=id&accname=guest&checksum=F005D74AECC8E44B5D2EC49BA03E17BD>

(aufgerufen am 01/11/2011)

oecdilibrary.org

Geburtenziffer

[http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=id&accname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE,](http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=id&accname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE)

Statistischer Link: <http://dx.doi.org/10.1787/823625874732>

(aufgerufen am 29/10/2011)

oecdilibrary.org

Altersstruktur

<http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec085.pdf?expires=1320224777&id=id&accname=guest&checksum=347C4F11A5942AC890B7D6F611C8EFCB>

(aufgerufen am 01/11/2011)

oecdilibrary.org

Altersstruktur

[http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=id&accname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE,](http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=id&accname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE)

(aufgerufen am 29/10/2011)

oecdilibrary.org

Bevölkerungswachstum

[http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=id&accname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE,](http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1321545176&id=id&accname=guest&checksum=4E6E3BB8F0C06C7E9EBBA500BF1577AE)

Statistischer Link: <http://dx.doi.org/10.1787/82358748616029/>

(aufgerufen am 29/10/2011)

oecdilibrary.org

Bevölkerungswachstum

<http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/fulltext/3010065ec001.pdf?expires=1320225937&id=id&accname=guest&checksum=E9584F45FBC6B9A0A8D162135A6D3F67>

(aufgerufen am 01/11/2011)

oecdilibrary.org

OECD Länder

http://www.oecd.org/pages/0,3417,de_34968570_35009030_1_1_1_1_1,00.html

(aufgerufen am 22/11/2011)

pentaeder.de

Huber, Eberhard

Was ist eine Kultur?

<http://www.pentaeder.de/projekte/2009/01/07/was-ist-eine-kultur/>

(aufgerufen am 29/10/2011)

Universität Bielefeld

Hoffart, Britta, Interpretationsregeln, 2004,

www.unibielefeld.de/Universitaet/Einrichtungen/Fakultaeten/Paedagogik/fobika/aqua/interpretationsregeln.html,

(aufgerufen am 17/01/2012)

Universität Bielefeld

Hoffart, Britta, Theoriebildung, 2004,

http://www.unibielefeld.de/Universitaet/Einrichtungen/Fakultaeten/Paedagogik/fobika/aqua/theoriebildung_beispiele.html,

(aufgerufen am 17/01/2012)

Universität Wien

„Zukunft Werte Europa“

<http://ktf.univie.ac.at/forschung/wertestudie/de/materialiendownloads/grafiken>.

(aufgerufen am 28/10/2011)

Wikipedia

Landkarte Österreich-Ungarn,

<http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96sterreich-Ungarn>

(aufgerufen am 17/11/2011)

Wikipedia

Hermann Maier

http://de.wikipedia.org/wiki/Hermann_Maier

(aufgerufen am 16/11/2011)

Wikipedia

Wolfgang Amadeus Mozart

<http://de.wikipedia.org/wiki/Mozart>.

(aufgerufen am 16/11/2011)

Wikipedia

László Cseh

http://de.wikipedia.org/wiki/L%C3%A1szl%C3%B3_Cseh

(aufgerufen am 16/11/2011)

Wikipedia

Österreich Wappen

<http://de.wikipedia.org/wiki/%C3%96sterreich>

(aufgerufen am 16/11/2011)

Wikipedia

Ungarn Wappen

<http://de.wikipedia.org/wiki/Ungarn>

(aufgerufen am 16/11/2011)

VII Selbständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Alle Teile, die wörtlich oder sinngemäß einer Veröffentlichung entstammen, sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde noch nicht veröffentlicht oder einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Bearbeitungsort, Datum

Unterschrift