



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

Interkulturelle Fachkommunikation und kulturelle Vielfalt
am Arbeitsplatz Flughafen

verfasst von / submitted by

Zuzana Vančová BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, März 2021 / Vienna March 2021

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 070 331 342

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium Translation Deutsch Englisch

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Mag. Dr. Gerhard Budin

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei allen bedanken, die mich während der Anfertigung dieser Arbeit unterstützt und motiviert haben.

Zuerst möchte ich mich bei Univ.-Prof. Mag. Dr. Gerhard Budin für die Betreuung meiner Masterarbeit bedanken. Von Anfang an war es mein Wunsch die Forschung mit meiner beruflichen Praxis zu verknüpfen und ich danke dafür, dass mir dies ermöglicht wurde.

Ein besonderer Dank gilt meinen derzeitigen sowie ehemaligen Kolleginnen und Kollegen, die sich die Zeit für den Fragebogen genommen haben, denn ohne die zahlreiche Teilnahme hätte diese Masterarbeit nie entstehen können. Darüber hinaus danke ich auch meinen Vorgesetzten, für den netten und unkomplizierten Zugang zu meiner Forschung.

Ebenfalls möchte ich mich bei meiner Kommilitonin Jessica bedanken, die mich während des Schreibens sowie des gesamten Masterstudiums motiviert und unterstützt hat.

Ich möchte mich auch bei meiner Familie bedanken, die mit mir zwar äußerst geduldig sein musste, aber dennoch nie die Hoffnung aufgegeben hat.

Zu guter Letzt gebührt ein großer Dank meinem Partner Martin, der immer rücksichtsvoll und unterstützend während der langen Schreibphase war.

Zuzana Vančová

Wien, März 2021

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	6
Tabellenverzeichnis.....	7
1 Einleitung und Themenauswahl.....	8
1.1 Theorie der Sozialen Welten von Anselm Strauss.....	9
1.2 Flughafen Wien als Soziale Welt.....	11
1.3 Themeneinführung.....	14
2 Begriffe.....	16
2.1 Lingua franca und Luftfahrt Englisch.....	16
2.2 Das Check-in-Verfahren.....	19
3 Kommunikation.....	21
3.1 Kundenkommunikation und Servicestandards.....	23
3.1.1 Spezielle Wege der Kundenkommunikation.....	26
3.1.2 Persönliche Kommunikation im Umgang mit Kundinnen und Kunden.....	27
3.1.2.1 Kommunikationsstil.....	28
3.1.2.2 Heuristische Reize.....	29
3.1.2.3 Periphere Reize.....	31
3.2 Nonverbale Kommunikation.....	31
3.2.1 Physische Erscheinung.....	33
3.2.2 Visuelle Kommunikation.....	34
3.2.3 Gesten und Gebärden.....	35
4 Kultur.....	37
4.1 Kulturelle Identität.....	38
4.1.1 Interkulturalität.....	39
4.1.1.1 Interkulturelle Kompetenz.....	40
4.1.1.2 Interkulturelle Kommunikation.....	43
4.2 Kulturmodelle.....	44
4.2.1 Kulturdimensionen nach Geert Hofstede.....	44
4.2.1.1 Dimension der Machtdistanz.....	44
4.2.1.2 Individualismus versus Kollektivismus.....	46
4.2.1.3 Maskulinität versus Feminität.....	47
4.2.1.4 Dimension der Unsicherheitsvermeidung.....	48
4.2.1.5 Langfrist- versus Kurzfristorientierung.....	50

4.2.1.6 Kritik.....	51
4.2.2 Kulturkonzept nach Edward T. Hall.....	51
4.2.2.1 Kontextorientierung.....	52
4.2.2.2 Raumorientierung.....	52
4.2.2.3 Zeitorientierung.....	53
4.2.2.4 Informationsgeschwindigkeit.....	55
5 Fremdwahrnehmung und Missverständnisse.....	55
5.1 Selbstbild und Fremdbild.....	56
5.1.1 Stereotypisierung.....	57
5.1.2 Völkerstereotype.....	59
5.1.3 Auswirkung von Stereotypen auf interkulturelle Kommunikation.....	61
5.2 Unzureichende Fremdsprachenkompetenz	62
6 Eigene empirische Untersuchung.....	63
6.1 Vorgehensweise und Erarbeitung des Fragebogens.....	65
6.2 Statistische Auswertung.....	68
6.3 Erarbeitung der Kategorien.....	88
6.3.1 Ursachen, Strategien und Konsequenzen.....	89
7 Zusammenfassung.....	96
Bibliographie.....	98
Abstract.....	105

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Social Worlds/Arena Modell (Clarke 1991: 123).....	10
Abbildung 2: Klassifikationsschema (Hulbert & Capon 1972: 29).....	31
Abbildung 3: Process Model of Intercultural Competence (Deardorff 2006: 256).....	41
Abbildung 4: Interkultureller Kompetenzerwerb (Öztürk 2008: 9).....	42
Abbildung 5: Das Kodierparadigma nach Strauss (Schmidt et al. 2015: 43).....	64
Abbildung 6: Frage 1.....	69
Abbildung 7: Frage 2.....	69
Abbildung 8: Frage 3.....	70
Abbildung 9: Frage 4.....	71
Abbildung 10: Frage 5.....	71
Abbildung 11: Frage 6.....	72
Abbildung 12: Frage 8.....	73
Abbildung 13: Frage 9.....	74
Abbildung 14: Frage 10.....	75
Abbildung 15: Frage 11.....	76
Abbildung 16: Frage 12.....	77
Abbildung 17: Frage 13.....	77
Abbildung 18: Frage 14.....	79
Abbildung 19: Frage 15.....	80
Abbildung 20: Frage 16.....	81
Abbildung 21: Frage 17.....	82
Abbildung 22: Kategorien angelehnt an das Kodierparadigma nach Strauss.....	89
Abbildung 23: Frage 12 – Aufteilung nach Arbeitsjahren.....	90
Abbildung 24: Frage 8 – Aufteilung nach Arbeitsjahren.....	92
Abbildung 25: Frage 15 – Aufteilung nach Arbeitsjahren.....	94

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Soziale Welt Flughafen Wien – subworld Check-in-Schalter.....	14
Tabelle 2: Buchstabieralphabet.....	17
Tabelle 3: Fachbegriffe der Luftfahrt (Alexandra Unterhuber 2012).....	18

1 Einleitung und Themenauswahl

Bei der Wahl des Themas spielte der praktische Aspekt eine bedeutende Rolle und für mich war wichtig, die Masterarbeit mit dem Berufsleben zu verbinden und somit die Theorie direkt in der Praxis zu untersuchen. Seit März 2013 bin ich am Flughafen Wien-Schwechat in der Passagierabfertigung tätig und hatte aufgrund meiner Arbeit die Möglichkeit, Kontakt mit unzähligen Menschen, Kulturen und Sprachen zu haben. Obwohl die Begegnungen mit Fluggästen bloß oberflächlich und kurz verlaufen, konnte ich viele Erfahrungen bezüglich Nationalitäten, Kulturen oder Menschenkenntnis sammeln.

Da der Wiener Flughafen zum wichtigen Drehkreuz zählt, trifft dementsprechend täglich eine Vielzahl von Passagieren aus der gesamten Welt aufeinander und daher ist der Ort kulturell sowie sprachlich äußerst vielfältig. Nicht nur die Fluggäste, sondern auch das Check-in-Personal stammen aus unterschiedlichen Ländern und sprechen diverse Sprachen, was die Arbeit umso faszinierender macht. Dank meiner beruflichen Praxis konnte ich Konversationen zwischen Reisenden sowie dem Bodenpersonal jahrelang mitverfolgen und letztendlich war die Kommunikation am Check-in-Schalter die primäre Anregung für meine Themenauswahl.

Die Arbeit im Dienstleistungsbereich ist stets mit Kundenkommunikation und Servicestandards verbunden. Niveauvolle und effiziente Informationswiedergabe ist nicht für eine gute Unternehmenskultur und ein positives Image notwendig, sondern am Flughafen vor allem auch für die Gewährleistung der Flugsicherheit und Pünktlichkeit der Abflüge. Das Augenmerk dieser Arbeit liegt daher auf den kommunikativen Herausforderungen und Lösungswegen, welche während des Check-in-Prozesses aufgrund von sprachlicher und kultureller Vielfalt entstehen. Wie erfolgt jedoch die Informationsweitergabe, wenn eine sprachliche und kulturelle Barriere vorhanden ist? Auf welche Art und Weise kommuniziert das Bodenpersonal mit Passagieren bei der Absenz einer gemeinsamen Lingua franca? Ist eine derartige Kommunikation aus der Sicht der Angestellten möglich und verständlich? Um all jene Fragen zu beantworten muss zunächst die Arbeit am Check-in erläutert werden und aus welchen Gründen eine missverständnissfreie Kommunikation am Flughafen derartig notwendig ist. Weitere Themen der vorliegenden Arbeit befassen sich mit der Kommunikation und Kultur an sich, sowie mit der Fremdwahrnehmung und mit Missverständnissen. Meine Hypothese diesbezüglich würde lauten, dass die Kommunikation trotz erswerter Bedingungen möglich ist, einerseits aufgrund der Verfolgung desselben Kommunikationsziels Seitens der Passagiere und des Personals, andererseits aufgrund der routinierten Vorgänge am Check-in, welche die damit verbundene Verständigung erleichtern können.

Viele Erfahrungswerte, Überlegungen und Kommunikationssituationen beruhen auf meinen praxisbezogenen Beobachtungen, welche ich in einen wissenschaftlichen Kontext einzubauen versuchte. Neben theoretischen Grundlagen erfolgt die weitere Untersuchung quantitativ anhand eines online Fragebogens, der vom gegenwärtigen oder ehemaligen Check-in-Personal ausgefüllt wurde. Dadurch werden Einblicke in reale, praxisbezogene Gegebenheiten, Erfahrungen und Meinungen des Bodenpersonals ermöglicht. Die Theorie und die Frage, ob die Kommunikation trotz kultureller und sprachlicher Unterschiede und den daraus folgenden Herausforderungen möglich ist, wird in die *Theorie der Sozialen Welten* von Anselm Strauss eingebettet und angelehnt an die *Grounded Theory* analysiert.

1.1 Theorie der Sozialen Welten von Anselm Strauss

Der Flughafen Wien ist eine Stadt respektive eine Welt per se, mit eigenen Abläufen, Verwaltungen, Organisationen, spezifischen Funktionen, Arbeitsteilungen und ähnlichem. Da die Grundthematik auf die Arbeitsprozesse und Kommunikation am Flughafen, konkret am Check-in-Schalter ausgerichtet ist, wurde das wissenschaftliche Modell der *Sozialen Welten* für die vorliegende Arbeit gewählt. Obwohl die übliche Datenerhebung qualitativ anhand von Beobachtungen sowie Interviews erfolgt und die anschließende Analyse mittels der *Grounded Theorie* (vgl. Clarke & Star 2008: 17), können sich quantitative Daten wie Diagramme und Statistiken ebenso für die Erarbeitung eignen (vgl. Ludwig-Maierhofer 2016), welche in erster Linie für die Untersuchung auch einbezogen werden.

Soziale Welten wurden festgelegt als „[...] groups with shared commitments to certain activities, sharing resources of many kinds to achieve their goals, and building shared ideologies about how to go about their business.” (Clarke 1991: 131) In jeder *Sozialen Welt* verbindet die Mitglieder zumindest eine Kernaktivität (*primary activity*), welche in ein konkretes räumliches Setting, die sogenannten *sites*, eingebettet ist (vgl. Strauss 1978: 122). Dies können auch Hobby-Welten sein, wie etwa das Sportangeln. In diesem Fall sind Anglerinnen und Angler weder an fixe geographische Orte gebunden noch an eine offizielle Mitgliedschaft, jedoch besteht viel mehr die Bindung in Interaktion und gegenseitiger Reaktion sowie Kommunikation (vgl. Clarke 1991: 131). Jeder Mensch gehört mehreren *Sozialen Welten* an, wobei die Beteiligung in diesen oftmals keine festen Abgrenzungen hat, sondern fließende Verläufe (vgl. Clarke & Star 2008: 118). Jede etwas komplexe *Soziale Welt* teilt sich in weitere *subworlds* auf, die aufgrund von Umorientierung, Umstrukturierung oder Veränderung hinsichtlich bestimmter Tätigkeiten innerhalb der Kernaktivität entstehen (vgl. 2008: 119). „If and when

the number of social worlds becomes large and crisscrossed with conflicts, different sorts of careers, viewpoints, funding sources, and so on, the whole is analyzed as an *arena*.” (Clarke & Star 2008: 113) In *arenas* befinden sich vergleichsweise geschlossene *organizations* die entweder komplett in der *Sozialen Welt* eingebettet sind, oder sich mit anderen *subworlds* kreuzen (vgl. Strauss 1978:125). Die Abbildung 1 veranschaulicht wie sich *organizations* von *Sozialen Welten* unterscheiden und wie die Überschneidung erfolgen kann. Die stetigen Überschneidungen und fließenden Schnittpunkte der *Sozialen Welten* und *subworlds* werden als *process of intersection* bezeichnet (vgl. 1978: 123).

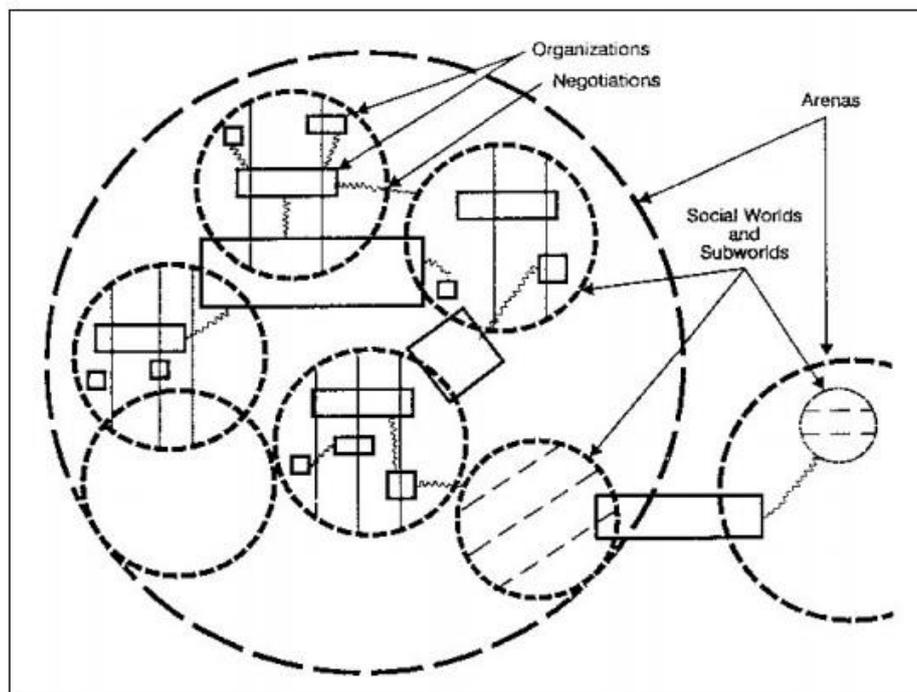


Abb. 1: Social Worlds/Arena Modell (Clarke 1991: 123)

Da Menschen mehreren *Sozialen Welten* angehören und die *organizations* von Angehörigen unterschiedlicher *Sozialer Welten* sowie *subworlds* zusammengefügt sind, können dadurch Konfliktpotenziale hinsichtlich Macht und Anerkennung bei den *implicated actors* entstehen (vgl. Clarke 1991: 131). Zwei Arten von *implicated actors* können anwesend sein: jene, die physisch präsent sind, aber prinzipiell von den Menschen an der Macht nicht wahrgenommen und einbezogen werden, oder jene, die auch trotz fehlenden physischen Daseins kommunikativ und diskursiv als Zielgruppe angesprochen werden (vgl. Clarke & Star 2008: 119).

Adele Clarke entwickelte Strauss' Theorie weiter und ergänzte weitere Konzepte wie etwa die *implicated nonhuman actors/actants* (vgl. Clarke 1991: 139). Diese nichtmenschliche

Mitwirkung bezieht sich auf alle fachbezogenen Technologien (*technologies*) und Instrumente, welche für die gemeinsame Interaktion in den *Sozialen Welten*, *subworlds* und *arenas* notwendig sind (vgl. Clarke & Star 2008: 113). Eine weitere Ergänzung stellen die *boundary objects* dar, welche zu verstehen sind als „[...] things that exist at junctures where varied social worlds meet in an *arena* of mutual concern. *Boundary objects* can be treaties among countries, software programs for users in different settings, even concepts themselves.“ (Clarke & Star 2008: 121) Das Konzept von *staged intersections* handelt von einmaligen oder kurzzeitigen Ereignissen innerhalb der *arena*, resultieren in große Auswirkungen, für alle beteiligten Sozialen Welten, innerhalb und außerhalb der *arenas*.

Nachdem die Theorie erläutert wurde, wird sie nun anhand eines konkreten, für diese Arbeit maßgeblichen, Beispiels veranschaulicht.

1.2 Flughafen Wien als Soziale Welt

Der Flughafen Wien ist ein Koloss bestehend aus zwei Pisten, Rollwegen, fast einhundert Abstellpositionen, Wartungshallen, Gepäckshallen, Terminals, Reisebüros, diversen Ticket- oder Check-in-Schaltern, Hotels, Parkhäusern, einem Kindergarten, zahlreichen Geschäften sowie Gastronomiebetrieben und vielem mehr. Allein die Büroflächen am Flughafengelände betragen bereits vor einigen Jahren 83.000m² (vgl. Flughafen Wien AG 2015: 4).

In diesem Mikrokosmos sind tausende Menschen in unterschiedlichen Aufgabenbereichen beschäftigt, aber trotz der Unterschiede werden alle durch eine Gemeinsamkeit verbunden: das Bestreben nach der Erhaltung des Betriebs. Somit ist das die *Kernaktivität*, die alle Mitglieder der *Sozialen Welt* gemeinsam haben. Die komplette Einstellung des Flugbetriebs würde nämlich zu enormen finanziellen Schäden sowie daraus resultierenden Entlassungen führen, was für niemanden wünschenswert wäre.

Das Check-in leistet diesbezüglich einen wichtigen Beitrag, denn ohne Bordkarten sowie der Möglichkeit das Gepäck aufzugeben und allen systembezogenen Verfahren, würde eine Flugreise erst gar nicht stattfinden. Verglichen mit Gastronomiebetrieben, Geschäften oder Hotels besitzt das Check-in einen höheren Wichtigkeitsgrad zur Aufrechterhaltung des Flugbetriebs, aber dennoch leisten alle Bereiche und Aktivitäten einen Beitrag. Darunter zählen beispielsweise der Verkauf der Flugtickets, die Reinigung der Flugzeuge, Wartung der Computer, das Ver- und Entladen der Gepäckstücke, der Sicherheitscheck vor dem Flugsteig, und viele weiteren Tätigkeiten, die oftmals unbemerkt und im Hintergrund verlaufen.

All diese Aktivitäten spielen sich auf dem Flughafengelände ab, sowohl auf der „landside“ in den Terminals, oder draußen auf der „airside“. Somit ist unser räumliches Setting (*site*) das gesamte Gelände. Nicht nur die Aktivitäten bieten ein breites Spektrum, sondern auch die *sites*. Diese sind beispielsweise die Ticket- sowie Check-in-Schalter, das Gesundheitszentrum, die Feuerwehr- und Polizeiwache, diverse Büros, Restaurants, Duty-Free-Geschäfte, aber auch der Bahnhof oder die Taxistandplätze und Bushaltestellen außerhalb der Terminals.

Nahezu alle Aktivitäten am Flughafen bedienen sich diverser moderner *technologies* und ohne spezifische Computerprogramme wären auch die banalsten Aktivitäten, wie das Ausleeren von vollen Abfallbehältern nicht möglich. Das erfolgt nämlich zuerst durch eine Reinigungs-App, welche sich auf den Diensttelefonen der Flughafenaufsicht befindet. In dieser App wird eine konkrete Lokalität angegeben, wo sich die Verunreinigung befindet inklusive einer ergänzenden Beschreibung, wovon es spezifisch handelt. Nachdem die Reinigung diese Nachricht empfängt kann sie das Problem beseitigen.

Abgesehen von Nebensächlichkeiten wie der Reinigungs-App, Essensbestellung am Touchscreen Kiosk, oder Bewertungen der Kundenzufriedenheit am Tablet, ist der gesamte Flugbetrieb nur aufgrund von komplexen *technologies* möglich. Alleinig am Check-in werden abhängig von der Fluglinie bis zu zehn verschiedenen Check-in Systemen genutzt. Darüber hinaus werden Computersysteme für die Berechnung von Flugzeugbeladung, An- und Abflugrouten sowie der Steuerung der Gepäcksbeförderung eingesetzt. Technologie ist zwar unabdingbar, jedoch nicht fehlerfrei und es kann mitunter zu Ausfällen kommen. In solchen Fällen ist beispielsweise das Bodenpersonal auf ein manuelles Check-in angewiesen, wobei leere Bordkarten händisch mit allen notwendigen Daten beschriftet werden und die Gepäcksetiketten ebenso manuell markiert werden. Manuelles Check-in ist jedoch äußerst strapaziös und bedarf exakter Präzision.

Organizations die sich auf dem Flughafen befinden sind unter anderem die Austro Control, welche für die Sicherheit und den wirtschaftlichen Ablauf der Zivilluftfahrt verantwortlich ist, oder auch der Betriebsrat, der für die am Flughafen tätigen Unternehmen agiert.

Möchten wir den Flughafen in *subworlds* unterteilen, so sind es alle jene Bereiche, die sich auf die bereits genannten Aktivitäten spezialisieren. Beispielsweise sind die Bodenabfertigungsunternehmen *subworlds* des Flughafens und diese teilen sich wiederum in weitere *subworlds* wie das Ticketing, Check-in, Lost & Found, Kontrolle, Operations, und vieles mehr auf. Alle Bereiche sind voneinander sowie untereinander abhängig und leisten

einen gemeinsamen Beitrag für die *primary activity* – die Aufrechterhaltung des Flugbetriebs. Trotz desselben Ziels bestehen untereinander Konfliktpotenziale und Unstimmigkeiten und vor allem bei Verspätungen des Abflugs sind Schuldzuweisungen an der Tagesordnung. Bei Flugverspätungen wird immer nach einer oder mehreren Parteien gesucht, wer für die Verspätung verantwortlich ist, sei es der zu späte Verkauf eines Tickets, ein ungenaues Einchecken, zu lange andauernde Reinigung des Fliegers, falsche Berechnung der Beladung, oder das Zuspätkommen des Kabinenpersonals. Aus diesem Grund werden alle Zeitangaben, eventuelle Unstimmigkeiten und Prozesse schriftlich dokumentiert, damit im Falle einer Schuldzuweisung dafür oder dagegen gesprochen werden kann.

In der Sozialen Welt Flughafen spielen Passagiere eine signifikante Rolle und somit gehören sie zu den *implicated actors*. Sie sind maßgeblich für den Flughafenbetrieb und werden in jeglichen Planungen und Vorkehrungen miteinbezogen. Statistiken und Zufriedenheitsumfragen leisten diesbezüglich einen wichtigen Beitrag denn das Wohl der Flugreisenden ist für alle *subworlds* wesentlich. Aber auch die Flughafenangestellten zählen zu den *implicated actors*, da ohne sie ebenso kein Flugbetrieb stattfinden würde.

Staged intersections, also kurzzeitige Ereignisse mit großen Auswirkungen sind beispielsweise Streiks. Für gewöhnlich handelt es sich um Pilotenstreiks welche Flugausfälle und tobende Passagiere als Folge haben. Darüber hinaus kostet jeder Streik die Fluglinien enorme Summen sowie einen möglichen Imageschaden. Der einzige Lichtpunkt ist, dass die Streiks nicht unerwartet auftreten, sondern im Voraus kommuniziert werden und die Fluglinien sich auf Umbuchungen und alternative Flugpläne vorbereiten können. Trotz dieser Vorbereitungen sind aber Passagiere von den Alternativen meistens nur mäßig erfreut.

Flughafen Wien als *Soziale Welt* sollte zur Erläuterung und Veranschaulichung der Theorie von Anselm Strauss dienen, aber für die vorliegende Masterarbeit wird nicht die *Soziale Welt* Flughafen als Ganzes ausschlaggebend sein, sondern vor allem die *subworld* Check-in-Schalter, welche anhand desselben Prinzips in Tabelle 1 kurz vorgestellt wird. Die detaillierten Aufgabenbereiche des Check-ins werden im Kapitel 2.2 erläutert.

Tabelle 1: Soziale Welt Flughafen Wien – *subworld* Check-in-Schalter

<i>Soziale Welt Flughafen Wien – subworld Check-in-Schalter</i>	
<i>primary activity</i>	Einchecken der Passagiere und Dokumentenkontrolle
<i>related clusters of activity</i>	Boarding, Upgradeverkauf, arrival service ¹ , Schulungen,
<i>sites</i>	Check-in-Schalter, Gate
<i>technology</i>	Check-in Systeme wie z.B. Amadeus DCS, Navitaire GoNow, usw; SITA
<i>process of intersection</i>	UMNR service ² , Ausstellung von Vouchern bei Verspätungen, einfachere Umbuchungen
<i>implicated actors</i>	Passagiere, Angestellte
<i>staged intersections</i>	Betriebsversammlungen, Mitarbeiterbriefings

1.3 Themeneinführung

Der kommerzielle Luftverkehr erlebt weltweit bis 2019³ seinen Höhepunkt und die Nachfrage nach Flugreisen wuchs immer weiter. Ein stätiges jährliches Wachstum der Fluggäste zeichnet auch der Flughafen Wien auf. So wurden im Jahr 2019 insgesamt 31.661.727 Passagiere auf 266.802 Incoming sowie Outgoing Flügen befördert (vgl. Statistik Austria 2020).

Auf dem größten österreichischen Flughafen sind je nach Jahreszeit mehr als 70 Fluglinien mit über 200 weltweiten Streckenzielen auffindbar. Im Jahr 2018 verzeichnete das Passagieraufkommen in den Nahen und Mittleren Osten sowie nach Afrika den deutlich größten Zuwachs (vgl. Statistik Austria 2019). Daher ist ersichtlich, dass das Arbeitsumfeld am Flughafen als äußerst international und interkulturell betrachtet werden kann. Nicht nur die kulturellen und sprachlichen Hintergründe der Passagiere sind vielfältig, sondern auch die der Angestellten. Der Nachhaltigkeitsbericht der Flughafen Wien AG von 2017 merkt an, dass unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über 54 Nationalitäten mit 11 unterschiedlichen Religionsbekenntnissen vertreten sind (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2017: 62). In einem Dienstleistungsunternehmen sind die Angestellten der entscheidende Faktor und es ist notwendig, dass alle Prozesse trotz großer kultureller Vielfalt reibungslos verlaufen.

¹ Wegweisung der Weiterflug-Passagiere im Transitbereich

² Das Begleiten von minderjährigen Alleinreisenden zum/vom Flugsteig

³ Die flughafenbezogenen statistischen Daten und Informationen in dieser Masterarbeit beziehen sich auf den Zeitraum vor der Corona-Pandemie

Auf dem Flughafen Wien-Schwechat sind jeweils drei Passagierabfertigungsunternehmen vertreten, jedoch ist es für die vorliegende Masterarbeit nicht relevant zu welchem Unternehmen, das an der Forschung teilnehmende, Bodenpersonal gehört, da es in Bezug auf die Kommunikation und Erfahrungen mit Passagieren keinen Unterschied macht. Grundsätzlich verbindet alle drei Abfertigungsunternehmen der Fakt, dass die Angestellten nicht bloß eine bestimmte Fluglinie oder Destination abfertigen, sondern zahlreiche. Die Herausforderungen dabei sind, nicht nur die unterschiedlichen Vorgehensweisen und Regeln der Fluglinien, sondern auch die Vielfalt der Passagiere und deren unterschiedliche oft kulturell bedingte Verhaltensweisen und Umgangsformen. Im Wesentlichen sollten alle notwendigen Informationen verständlich, freundlich und mit Serviceniveau den Fluggästen kommuniziert werden, da das eigene Auftreten stellvertretend für das Auftreten der Airline zu verstehen ist. Niveau und Kundenfreundlichkeit sind wichtige Schlüsselwörter, denn der Flughafen Wien-Schwechat befand sich bereits fünf Mal in Folge auf dem Gewinnerpodest des Skytrax-Awards in der Kategorie „Best Airport Staff in Europe“ (vgl. Austrian Wings 2019).

Alle wichtigen Fachbegriffe, Redewendungen, Abkürzungen und Kommandos, die während der Arbeitszeit getätigt werden, sind auf Englisch. Daher ist dies auch die offizielle Lingua franca der Flughäfen und der Luftfahrt weltweit. Die Kenntnis korrekter Terminologie ist in der Aviatik von äußerster Wichtigkeit, denn eine missverständliche Kommunikation kann zu Katastrophen führen. Solch eine Katastrophe ereignete sich beispielsweise 1977 auf Teneriffa, als es im Dialog zwischen dem Tower und der Besatzung eines Flugzeugs terminologische Missverständnisse gab und es daher zu einer Kollision kam (vgl. Kriele 2017: 209). Nicht nur eine einheitliche Sprache ist notwendig, sondern auch eine standardisierte Terminologie. Diese war zu dem Zeitpunkt des Unglücks nicht klar, denn die Kommunikation scheiterte an der Benennung „takeoff“, die unterschiedliche Begriffe bezeichnet. Sowohl „abflugbereit“ als auch „Starterlaubnis“ (vgl. Kriele 2017: 211).

Problematisch an diesen Benennungen ist, dass sie damals noch doppeldeutig waren: „Takeoff“ konnte sowohl bedeuten, dass das Flugzeug am Startpunkt angekommen und bereit für den Abflug war, als auch, dass der Pilot im Begriff war, das Flugzeug zu starten. Als flugbetriebliche Konsequenzen aus der Katastrophe gingen unter anderem neue, klarere und weitestgehend standardisierte Funkphrasen hervor. So wurden international die Phrasen „ready for departure“ (abflugbereit, aber noch keine Erlaubnis zum Start) und „cleared for takeoff“ (Erlaubnis zum Start) festgelegt. (Kriele 2017: 209)

In manchen Fällen führt also die Verwendung, bzw. Fehlanwendung der Sprache direkt oder indirekt zu einem Unfall. Laut der Internationalen Zivilluftfahrtorganisation gibt es drei Möglichkeiten, bei welchen die Sprache einen beeinflussenden Faktor bei Vorfällen darstellt. Der inkorrekte Gebrauch von standardisierter Phraseologie, Mangel an klarer Sprachkompetenz und der Gebrauch von mehr als einer Sprache in demselben Luftraum (vgl. IATA 2004: 1-1).

Missverständnisse der internen sowie externen Kommunikation in der Passagierabfertigung führen grundsätzlich nicht zu Unglücken dieses Ausmaßes, aber können ebenso zu Problematiken und Unannehmlichkeiten beisteuern. Für gewöhnlich handelt es sich bei der Kommunikation mit Passagieren nicht primär um terminologische Missverständnisse, sondern vielmehr um kulturelle oder sprachliche.

2 Begriffe

Begriffe, welche unumgänglich für das Verständnis der Zielsetzung dieser Masterarbeit sind, werden nun erläutert.

2.1 Lingua franca und Luftfahrt Englisch

Unter Lingua franca wird eine Verkehrssprache verstanden, welche laut dem Brockhaus Lexikon jene Sprache ist, mit deren Hilfe es Angehörigen verschiedener Sprachgemeinschaften möglich ist, sich zu verständigen. Crystal (2003) erklärt, dass umso sprachlich gemischerter eine Gemeinschaft ist, kann diese umso weniger darauf vertrauen, dass Kommunikation zwischen unterschiedlichen Gruppen sichergestellt werden kann. Dieses Problem wird durch eine gemeinsame Sprache, die Lingua franca, gelöst (vgl. Crystal 2003: 11).

Der Flughafen dient als hervorragendes Beispiel für eine Gemeinschaft mit zahlreichen Sprachen. Wie bereits erwähnt, ist Englisch die gängige Sprache aller Flughäfen weltweit, aber Englisch als Lingua franca ist nicht mit dem Luftfahrt Englisch zu verwechseln.

“We make a distinction here between English as a lingua franca (ELF) and Aviation English, which is a lingua franca and a variety of English, but it is not ELF. ELF is a much broader construct, which covers many more contexts, situations and speakers than Aviation English, and is not a stable variety. Aviation English is a lingua franca, i.e. a working language, but a relatively stable variety. [...] it could be argued

that Aviation English has no native speakers, in that it is a speech variety that must be learned even by native speakers of English.” (Estival et al. 2016: 1f)

Darüber hinaus erfolgt laut Hazrati (2015) die Kommunikation zwischen Pilotinnen und Piloten mit dem Kontrollturm, welcher für das Lotsen der Flugzeuge zuständig ist, ebenfalls nicht im standardmäßigen Englisch. In diesen Fällen wird Phraseologie eingesetzt, die typisch dafür ist, eine kurze und spezialisierte Syntax zu besitzen, welche zur vereinfachten Verständigung und Eindeutigkeit des Gesagten beiträgt (vgl. Hazrati 2015: 245).

Die bloße Kenntnis der englischen Sprache ist bei der Arbeitstätigkeit am Flughafen nicht ausreichend. Um die Abläufe und Prozesse zu begreifen, muss am Anfang die Flughafensprache erlernt werden um die zahlreichen Abkürzungen, die im täglichen Arbeitsumfeld verwendet werden, zu verstehen. Beginnend mit dem Fliegeralphabet (siehe Tabelle 2), das sich deutlich von den gängigen österreichischen sowie internationalen Buchstabiercodes unterscheidet. Das sogenannte ICAO-Alphabet dient zur besseren Verständigung, denn es handelt sich um ein phonetisches Alphabet und kann auch bei schlechten Funkverbindungen benutzt werden (vgl. Klußmann & Malik 2004: 75).

Tabelle 2: Buchstabieralphabet

	Österreich	International	ICAO		Österreich	International	ICAO
A	Anton	Amsterdam	Alpha	N	Nordpol	New York	November
B	Berta	Baltimore	Bravo	O	Otto	Oslo	Oscar
C	Cäsar	Casablanca	Charlie	P	Peter	Paris	Papa
D	Dora	Danemark	Delta	Q	Quasi	Québec	Québec
E	Emil	Edison	Echo	R	Rosa	Roma	Romeo
F	Friedrich	Florida	Fox(trot)	S	Sophie	Santiago	Sierra
G	Gustav	Gallipoli	Golf	T	Theodor	Tripoli	Tange
H	Heinrich	Havanna	Hotel	U	Ulrich	Upsala	Uniform
I	Ida	Italia	India	V	Viktor	Valencia	Viktor
J	Julius	Jérusalem	Juliett	W	Wilhelm	Washington	Whisky
K	Konrad	Kilogramm	Kilo	X	Xaver	Xanthippe	X-Ray
L	Ludwig	Liverpool	Lima	Y	Yverdon	Yokohama	Yankee
M	Martha	Madagaskar	Mike	Z	Zürich	Zürich	Zulu

Das Fliegeralphabet ist nicht nur für das Cockpit und den Kontrollturm bestimmt, sondern ist omnipräsent im jeglichen Flughafenalltag. Das Personal der Passagierabfertigung muss mehrmals am Tag Namen, Three Letter Codes⁴, Abkürzungen, Reisepassdaten und etliches telefonisch weiterleiten, wobei die Korrektheit der Daten von äußerster Wichtigkeit ist. Würde beim Buchstabieren das normale Alphabet benutzt werden, wäre die Gefahr von akustischen Fehlern und Unklarheiten zu groß.

Erfahrungsgemäß wird bei der Kommunikation mit Passagieren das Fliegeralphabet folglich eingesetzt, wenn Missverständnisse bei phonetisch ähnlich klingenden Buchstaben vermieden werden sollen, wie zum Beispiel das englische B - /bi:/ und D - /di:/. Denn sobald Passagiere nach dem Flugsteig fragen, macht es einen erheblichen Unterschied, ob sie sich zum B- oder zum D-Gate begeben.

Nicht nur das Alphabet, sondern auch eigene Flughafenfachbegriffe müssen erlernt und während der Arbeit verwendet werden. In der folgenden Tabelle wird eine geringe Auswahl an Begriffen und Abkürzungen präsentiert, die den Flughafenalltag der Passagierabfertigung prägen.

Tabelle 3: Fachbegriffe der Luftfahrt (vgl. Unterhuber 2012: 11ff).

Begriff	Wortbedeutung	Deutsche Bedeutung
API	advanced passenger information	erweiterte Fluggastdaten
AVIH	animal vivant in hold	Tier im Frachtraum
CNX	cancelled	storniert
CONFIG	(flight) configuration	Flugkonfiguration (Sitzplatzaufteilung)
CONNEX	connection	Anschlussflug
DEPU/DEPA	deportee (un)accompanied	abgeschobener Fluggast
DGR	dangerous goods regulations	Gefahrgutbestimmungen
EMD	electronic miscellaneous document	elektronische Zahlungsbestätigung
FIM	flight interruption manifest	Ticketersatz
INAD	inadmissible passenger	Passagier mit Ausweisproblemen
INF	infant	Kleinkind bis 2.Jahre
JMP	jump seat	Crew Platz / Klappsitz
LMC	last minute change	kurzfristige Änderung

⁴ Flughafen Identifikationscode – beispielsweise hat Flughafen Wien den Code VIE (vgl. Flughafen Wien AG 2015: 6).

MEDA	medical case	medizinischer Fall
NOOP	no operation	kein Flugbetrieb möglich
NOREC	no record	Fluggast dessen Name nicht auf der Passagierliste aufscheint
OVB	overbooked	überbuchter Flug
PAX	passenger	Passagier
PNR	passenger name record	Fluggastdatensatz
TWOV	transit without visa	Durchreise ohne Visum
UMNR	unaccompanied minor	alleinreisendes Kind
WCH	wheelchair	Rollstuhlfahrgast

Die meisten Fachbegriffe sind lediglich für die interne Kommunikation vorgesehen, denn das Check-in-Personal kann nicht mutmaßen, dass Passagiere Kenntnis von allen Akronymen und Fachbegriffen haben. Dennoch wird ein gewisses Maß an Vorwissen von grundlegenden Begriffen wie *gate*, *boarding*, *boarding pass*, *transit* usw. beim Check-in-Prozess erwartet. Im folgenden Kapitel wird dieser nun genauer erläutert.

2.2 Das Check-in-Verfahren

Check-in ist der englische Begriff für die Fluggastabfertigung am Flughafen und es ist eine Teilleistung des Passageproduktes. Das Passageprodukt ist eine Dienstleistung deren Kernprodukt die Flugbeförderung vom Startflughafen zum Zielflughafen ist (vgl. Maurer 2006: 104). Das Bodenpersonal ist zuständig für die Abfertigung der Passagiere und deren Gepäck mithilfe eines Computersystems, welches je nach Fluglinie variiert. Die Richtigkeit der Daten wird überprüft und mit den Reisedokumenten des Fluggastes verglichen. Weiters wird die eventuelle Notwendigkeit zusätzlicher Reiseunterlagen überprüft und deren Vorhandensein kontrolliert.

Ein weiterer Teil des Verfahrens ist die Entgegennahme des Gepäcks, wobei bereits am Check-in auf Gefahrgut hingewiesen werden muss. Wenn eine Person Gefahrgüter mit sich führt, welche nicht im Passagiergepäck zugelassen sind, so müssen diese aus dem Koffer entfernt werden, denn sie können eine Gefahr für die Flugsicherheit darstellen. Auch aus diesem Grund ist verständliche Kommunikation zwischen Passagieren und dem Bodenpersonal von äußerster Wichtigkeit.

Verständliche Kommunikation ist ebenfalls bei der Erwähnung des Flugsteiges und der Boardingzeit wesentlich. Es ist maßgeblich, dass Passagiere ihr Gate finden und unter allen Umständen rechtzeitig. Was viele Reisende nicht wissen, ist der Fakt, dass Airlines finanzielle Verluste bereits bei minimalen Flugverspätungen erleiden und daher auf zu spät kommende Passagiere keine Rücksicht genommen wird. Die Essenz der Luftfahrt ist also Sicherheit und Pünktlichkeit. Bei kritischen Situationen aufgrund von zu spät kommenden Passagieren, welche einen pünktlichen Abflug gefährden könnten, werden rechtzeitig Vorkehrungen getroffen. Nennenswert ist beispielsweise das Faktum, dass ein Gepäckstück unter keinen Umständen ohne den dazugehörigen Passagier mitfliegen darf. Sofern Reisende mit aufgegebenem Gepäck zu einer bestimmten Uhrzeit am Flugsteig nicht auffindbar sind, wird eine Gepäcksuche gestartet. Diese dient dazu, dass beim Nichterscheinen von Fluggästen zur Abflugzeit das Reisegepäck pünktlich aus dem Flieger entfernt wird. Solche Gepäcksuchen erweisen sich im Allgemeinen als sehr strapaziös, wobei sie eigentlich entbehrlich wären, würden Passagiere rechtzeitig zum Flugsteig eintreffen. Dies verdeutlicht erneut wie bedeutsam eine missverständnissfreie Kommunikation und Informationsweitergabe am Check-in-Schalter ist.

Maurer (2006) nennt zusätzlich folgende Verfahren, die sich auf Passagierabfertigung beziehen:

- Handhabung der Tickets und Flugschein-Coupons,
- Check-in-Verfahren,
- Check-in Zeiten und Annahmeschluss (Check-in deadline),
- Sitzplatzvergabe allgemein und für bestimmte Passagiergruppen (z.B. Familien mit Kleinkindern, Behinderte),
- Beförderung von Fluggästen im Cockpit (Jump seat),
- Regelungen für unbegleitete Kinder (Unaccompanied minors = UMS), Kranke (MEDA), Behinderte (WCH-Wheelchairs), Blinde (BLND), usw.
- Maximale Passagierzahlen (Infants, Wheelchairs) für bestimmte Flüge,
- Von der Airline ermittelte Standardgewichte für Passagiere und Gepäck zur Berechnung des Loadsheets,
- Handhabung von Handgepäck (Anzahl, Gewicht),
- Begrenzung für Anzahl, Größe und Gewicht von Reisegepäck je nach Beförderungsklasse,
- Regeln für die Beförderung und Zurückweisung von Dangerous Goods (explosive, giftige, radioaktive Stoffe usw.),
- Regelungen zur Beförderung von Tieren wie z.B. Tiere, die in der Kabine (PETC [...]) oder Tiere, die im Laderaum befördert werden (AVIH [...])
- Maßnahmen im Falle von Verspätungen (Information, Ausgabe von Vouchers, Umbuchungen etc.) (Maurer 2006: 283)

In der heutigen, äußerst technologisierten Welt wird die ursprüngliche Passagierabfertigung direkt am Schalter nur noch zu 30% von den Reisenden genutzt (vgl. Schulz 2009: 77). Zahlreiche verwenden die Option des Mobile Check-ins, Web-Check-ins, oder des Self-Service-Kiosks, wobei die Kommunikation mit dem Bodenpersonal dennoch nicht zur Gänze wegfällt. Der Flughafen Wien-Schwechat ist zwar derartig konzipiert, dass sich Passagiere durch Markierungen und Wegweisungen zurechtfinden, aber dennoch jederzeit die Möglichkeit haben, während ihres Flughafenaufenthaltes das Bodenpersonal zu kontaktieren.

Die Tätigkeiten des Check-in-Personals sind stets mit Kommunikations- sowie Dienstleistungsstandards verbunden, um eine Kundenzufriedenheit zu gewährleisten. Airports Council International (ACI) versuchte zu ermitteln, inwiefern sich kulturelle Unterschiede auf die gesamte Zufriedenheit der Passagiere auswirken. Insgesamt wurde in 75 Flughäfen in 90 Ländern der Einfluss von Kultur, basierend auf den sechs Kulturdimensionen nach Geert Hofstede, untersucht. Das amerikanische online Magazin *Airport Industry Review* fasste die Studie *The Influence of Culture on Perceptions of the Airport Customer Experience* des ACI zusammen und kam mit dem Ergebnis, dass zwischen 35% bis 45% der Zufriedenheit der Passagiere durch den eigenen kulturellen Hintergrund beeinflusst werden (vgl. Berti 2018).

Kultur und Kommunikation in Bezug auf die Passagierabfertigung bilden die Essenz dieser Masterarbeit. In den folgenden Kapiteln werden wir uns ausführlich auf theoretischer und praktischer Basis diesen beiden Themenbereichen widmen.

3 Kommunikation

Der Begriff Kommunikation wurde von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern bereits unzählige Male definiert und erläutert. Das Wort Kommunikation kann vielfältig gebraucht werden und der Sinngehalt kann je nach Sichtweise variieren. Die Schwierigkeit besteht darin, die facettenreichen Definitionen einzugrenzen und jene herauszuarbeiten die wesentlich sind, sowie die umfangreichen und zentralen Aspekte von Kommunikation zu treffen (vgl. Merten 1997: 29).

Die elementare Bedeutung des Kommunizierens ist laut dem Österreichischen Wörterbuch (2004) miteinander reden und untereinander verbunden sein. Grundsätzlich wird Kommunikation als das Medium des Austauschs betrachtet und erscheint unverzichtbar (vgl. Merten 1997: 9).

Neben den zahlreichen wissenschaftlichen Definitionen bemühte sich Plate (2015) um eine metaphorische Formulierung und stellte Kommunikation bildlich dar. „Kommunikation ist, so gesehen, der Weg, über den im ständigen Spiel von Information, Mittelung und Verstehen Menschen gemeinsam Sinn erzeugen [...].“ (Plate 2015: 10) Seiner Meinung nach eignet sich das Wort *Spiel* hervorragend zur Erläuterung, den gemäß seiner Idee, halten Menschen *Sinn-Bälle* in der Luft, welche das soziale Leben darstellen und es mit Sinn und Sinnlichkeit erfüllen (vgl. 2015: 10).

Die Grundlegende Frage bei Kommunikationshandlungen besteht darin, wozu und worüber sich ausgetauscht wird, also der Inhalt und das Ziel der Kommunikation (vgl. Broszinsky-Schwabe 2011: 23). Am Flughafen während der Passagierabfertigung ist der wesentliche Zweck der Kommunikation bekannt. Sicherlich sind manche Menschen mit dem Fliegen und dem Check-in-Prozess vertrauter als andere, daher fällt die Kommunikation je nach Fluggast unterschiedlich aus, aber das Schema bleibt unverändert. Prinzipiell möchten Reisende einchecken, eine Bordkarte mit zugewiesenem Sitzplatz bekommen, Gepäck aufgeben und erfahren, zu welchem Flugsteig sie sich begeben müssen. Das Check-in-Personal muss die Passagierabfertigung nach den Regeln der Fluglinie sicherstellen, Reisedokumente sowie Sicherheitsvorkehrungen kontrollieren und einige notwendige Standardfragen stellen. Die Kommunikation muss dabei stets professionell und höflich verlaufen, da sowohl der Informationsaustausch als auch ein positiver Eindruck bedeutend sind.

Der Großteil des Check-in-Verfahrens und der damit verbundenen Kommunikation mit Reisenden verläuft mühelos, jedoch entsteht die Problematik vor allem dann, wenn es zu Unstimmigkeiten oder Missverständnissen zwischen Passagieren und dem Bodenpersonal kommt. Diese Diskrepanzen treten aus diversen Gründen ein und sind täglich präsent. Einerseits handelt es sich dabei um Wünsche und Vorstellungen der Passagiere, die in manchen Fällen nicht konform mit den Fluglinienbestimmungen sind, wie zum Beispiel das Aufgeben von zu schwerem, oder zu großem Gepäck, kostenfreie Sitzplatzänderung, das Mitführen von zu viel Handgepäck oder gefährlichen Gütern und ähnliches. Andererseits muss das Bodenpersonal verschiedenartige Problemfälle bewältigen, wie fehlende oder gefälschte Reisedokumente, Ticketprobleme, fehlerhafte Buchungen, Computersystemausfälle ebenso wie überbuchte Maschinen. All jene genannten Gründe stoßen auf wenig Verständnis bei Fluggästen und folglich kann die emotionsgeladene Kommunikation auch außer Kontrolle geraten.

Gelegentlich kann es vorkommen, dass Äußerungen, Hinweise, Verbote, Aufforderungen, sogar die Tonlage, Gestik und Mimik des Check-in Personals in diesen

stressigen Situationen missverständlicher Weise als ein Angriff auf die eigene Person oder Kultur wahrgenommen werden. Die verbale Ebene ist nur ein Bruchteil, der zu kulturellen Missverständnissen führt. Diese setzten viel früher an und betreffen verschiedene Kommunikationsebenen: die Wahrnehmung, das Denken, die Sprache oder die Körpersprache und das Handeln (vgl. Broszinsky-Schwabe 2011: 96). Interkulturelle Kompetenz könnte somit in manchen Fällen einen Erfolgsfaktor einer gelungenen Kommunikation darstellen, denn aufgrund von kulturellem Verständnis sowie gegenseitigem Respekt können Unklarheiten beseitigt werden.

Doch stellen wir uns ein Szenario vor, in dem jene Problematiken auftreten und zusätzlich kein gemeinsamer sprachlicher Nenner gegeben ist. In solchen Fällen wird die ohnehin angespannte Situation um ein sprachliches Merkmal erschwert. Jene Situationen, die entweder kulturell oder sprachlich herausfordernd sind, werden in der vorliegenden Masterarbeit behandelt und außerdem wird nach geeigneten Lösungswegen gesucht.

In den folgenden Unterkapiteln befassen wir uns mit weiteren Arten der Kommunikation, welche für die Forschung von Bedeutung sind.

3.1 Kundenkommunikation und Servicestandards

Ein wichtiges Teilziel der Kundenkommunikation besteht darin, eine Beziehung zwischen Unternehmen und der Kundschaft herzustellen sowie diese zum Kauf von Produkten oder Dienstleistungen zu überzeugen (vgl. Mast et al. 2005: 15). Die Kundenkommunikation am Check-in-Schalter dient nicht primär dem Produktverkauf (obwohl dies auch zu einem geringen Aufgabenbereich des Check-in-Personals gehört), sondern zur Schaffung und Vertiefung eines positiven Images sowie einer soliden Reputation der Fluglinie.

Image, Reputation und Marke sind die zentralen Leitgrößen der Kundenkommunikation (vgl. Huck-Sandhu & Hassenstein 2015: 131). Marken können das Kaufverhalten zugunsten des Unternehmens beeinflussen und haben dementsprechend eine Vertrauens-, Orientierungs- und Identifizierungsfunktion (vgl. Mast et al. 2005: 76). Die Marke „[...] spricht den Einzelnen sowohl kognitiv als auch affektiv an, indem sie neben den Kerninformationen zu einem Produkt, einer Dienstleistung oder dem gesamten Unternehmen auch Gefühle und Stimmungen transportiert.“ (Mast et. al. 2005: 80) Wesentlicher Faktor für die Entstehung und Kontinuität einer erfolgreichen Marke ist das Kundenvertrauen, welches stetig durch Kommunikation gestärkt werden muss (vgl. 2005: 76).

Das Bild der Marke, welches bei den Konsumentinnen und Konsumenten entsteht, ist das Image (vgl. 2005: 76). Genauer gesagt ist die Bedeutung von Image „[...] die Gesamtheit von Gefühlen, Einstellungen, Erfahrungen und Meinungen bewusster und unbewusster Art, die sich eine Person bzw. eine Personengruppe von einem ‚Meinungsgegenstand‘ macht.“ (Essig & Soulas de Russel & Semenakova 2003: 21) Ein Image kann relativ schnell gebildet werden und ist im Laufe seiner Verfestigung veränderbar (vgl. Huck-Sandhu & Hassenstein 2015: 140). Hingegen muss die Reputation, welche als das Ansehen eines Unternehmens betrachtet wird und dessen Werte und Kultur reflektiert, länger aufgebaut werden (vgl. Mast et al. 2005: 87).

Bei Fluggesellschaften, vor allem in Krisensituationen, kann eine starke Unternehmensreputation eine entscheidende Rolle tragen. Mast et al. (2005) verdeutlichen dies anhand eines Vergleichs von Flugzeugunglücken zweier Fluglinien, die jeweils unterschiedliche Reputations hatten. Die Fluggesellschaft Swissair, die sich zuvor eines guten Rufs erfreute, kam zu jener Zeit aus der Krise mild heraus, während die Airline Birgenair ihren Flugbetrieb komplett einstellen musste (vgl. 2005: 88).

Das Check-in-Personal liefert zur Reputation und dem Image der Fluglinie einen geringen, dennoch aber wichtigen Beitrag, denn um ein positives Bild zu hinterlassen muss das gesamte Flugerlebnis stimmen. Angefangen bei der Buchung, gefolgt vom Flughafenaufenthalt, dem Check-in sowie dem Boarding bis hin zum tatsächlichen Flug und dem Service an Bord. Das Check-in-Personal gehört zum Teil des allumfassenden Ganzen und grundstätzlich ist es die unmittelbare Ansprechstelle für Passagiere. Somit liegt der erste Eindruck, welchen eine Fluglinie hinterlässt, in der Verantwortung des Personals der Passagierabfertigung.

Am Flughafen Wien-Schwechat sind die Abfertigungsunternehmen für zahlreiche Airlines Zuständig. Die meisten Angestellten arbeiten lediglich stellvertretend für eine Airline und nie direkt für die Fluglinie selbst. Die Vielfalt der Fluglinien und ihre unterschiedlichen Vorgehensweisen können demnach für das Personal eine Herausforderung hinsichtlich des Engagements und der Hingabe darstellen. Die Forscherin stellt die Vermutung an, dass es sich für das Bodenpersonal aufgrund der Vielzahl der Fluglinien als schwer erweisen könnte, sich mit sämtlichen abzufertigenden Airlines zu identifizieren und alle dementsprechend zu repräsentieren. Bei einer großen Anzahl von Fluggesellschaften, ist es verständlich, dass einige vom Personal favorisiert werden und andere wiederum nicht. Resultierend könnte eintreten, dass das Engagement des Check-in-Personals bei gewissen Fluglinien nicht den gewünschten Erwartungen entspricht. In vielzähligen Studien wurde nachgewiesen, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit einer höheren Hingabe zum Unternehmen mehr leisten und sich mehr

anstrengen als jene, mit einem geringen Engagement (vgl. Meyer et al. 2002). Die Autorin stellt die Vermutung an, dass die Leistungsbereitschaft des Personals sowie die Identifizierung mit einer Airline größer wäre, würden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lediglich für eine konkrete Fluglinie arbeiten. Dieses ist aber am Wiener Flughafen zurzeit nicht möglich, da alle Bodenabfertigungsunternehmen für mehrere Fluggesellschaften tätig sind.

Trotz der Vielfalt und Unterschiede verbindet alle Fluglinien die Tatsache, dass es sich beim Check-in um eine Dienstleistung handelt und somit die Kommunikation dementsprechend gestaltet werden muss. Firmeninterne Schulungsunterlagen (2012) verdeutlichen grundlegende Regeln, die während sämtlichen Passagierabfertigungen befolgt werden müssen. Diese beinhalten unter anderem: Begrüßung, Augenkontakt, Freundlichkeit, Sauberhaltung vom Schalter, Genauigkeit vor Schnelligkeit, verständliche und sinnvolle Informationsauskunft, Untersagung der Nutzung von Mobiltelefonen oder Zeitungen und weitere Anweisungen (vgl. Unterhuber 2012: 55).

2009 erstellte die Marketingabteilung der niederländischen Fluglinie KLM einen Leitfaden für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hinsichtlich der Kundenorientierung. Die darin enthaltenen sieben Verhaltensnormen und Werte sollen unter anderem positiv zur Stärkung der Markenwahrnehmung beitragen (vgl. KLM Marketing division 2009). Die folgenden Servicestandards von KLM (2009) können aber durchaus als universelle Regeln bei jeglicher Passagierabfertigung betrachtet werden:

- *Be willing to help customers and be attentive to their needs* – das Bodenpersonal soll den Fluggästen stets aufmerksam zuhören und auf ihre Fragen sowie Bedürfnisse entsprechend eingehen. Die Erwartungen der Passagiere sollen durch hilfsbereite Antworten und Lösungswege erfüllt werden.
- *Be involved and proactive* – Reisende sollen sich wohl fühlen und wissen, dass ihre Ansprüche und Bedürfnisse aufrichtig berücksichtigt werden. Proaktivität hinsichtlich der Zufriedenstellung von Kundenbedürfnissen ist erwünscht.
- *Be courteous and friendly* – Herzlichkeit, Freundlichkeit und Feinfühligkeit dienen dem gegenseitigen Respekt und sollten konstant präsent sein. Ein Lächeln während der Passagierabfertigung schafft eine angenehme Atmosphäre und Fluggäste fühlen sich dadurch wohler und entspannter.

- *Be impeccably dressed and well mannered* – ein gepflegtes Äußeres und allgemeine Verhaltensregeln müssen stets eingehalten werden. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter transportieren ein Image der Fluggesellschaft, daher ist ein seriöses sowie niveauvolles Erscheinungsbild wünschenswert.
- *Deliver a high level of expertise* – die Reputation und Professionalität der Airline ist abhängig von ihren Angestellten. Aus diesem Grund muss das Personal der Passagierabfertigung jederzeit über aktuelle Vorschriften, Regelungen sowie Leistungen informiert sein. Weiters ist von den Angestellten zu erwarten, dass sie sich an unterschiedliche Situationen anpassen können und genau wissen, an wen sie sich bei Fragen, die sie selbst nicht beantworten können, wenden müssen.
- *Provide relevant information regularly* – Passagiere sollen in sämtlichen Phasen ihrer Flugreise über relevante Informationen verständigt werden, um entsprechende Planungen vorzunehmen. Die Informationen sollen verständlich, sinnvoll und kontinuierlich zur Verfügung gestellt werden.
- *Create a welcoming environment* – der erste Eindruck zählt und dieser wird durch ein einladendes Umfeld positiv verstärkt. Demzufolge soll der Arbeitsplatz sauber und ordentlich gehalten werden.

3.1.1 Spezielle Wege der Kundenkommunikation

Stärkung der Kundenwahrnehmung erfolgt heutzutage auch während des Check-ins über spezielle und kreative Wege, wobei Freundlichkeit sowie Professionalität des Personals längst nicht die einzigen verlangten Attribute sind. Unternehmen und Fluglinien versuchen über diverse Instrumente wie Gewinnspiele, Geschenke, Gutscheine und Promotions Fluggäste an die Airline zu binden und eine Emotionalisierung zu erzeugen. Von speziellen Wegen der Kundenkommunikation ist daher die Rede, da sie „[...] unterschiedliche Aspekte des Kundenbindungsprozesses in den Vordergrund stellen.“ (Mast et al. 2005: 309f) Werden Themen wie Zugehörigkeit, Identifikation, Exklusivität oder emotionale Komponente angesprochen, so wirkt sich das positiv auf die Kundenbindung aus (vgl. 2005: 310).

Werbe- und PR-Tätigkeiten liegen nicht im primären Aufgabenbereich des Check-in-Personals, jedoch werden diese gelegentlich zu besonderen Anlässen ausgeübt. Die niederländische KLM sowie die französische Air France gehören zu den Airlines, die öfters mit speziellen Wegen der Kundenkommunikation arbeiten. Beispielsweise zu Ostern, Weihnachten und anderen Feiertagen bekommen Passagiere kleine Geschenke und Süßigkeiten während des

Check-ins oder am Gate. Auch Gutscheine oder Gewinnspiele kommen zum Einsatz, denn Unternehmen versuchen einerseits die Aufmerksamkeit neuer Kundschaft zu gewinnen andererseits bestehende Kundinnen und Kunden zu halten.

Vielfliegerkarten dienen ebenso zur Kundenbindung denn Teilnehmende an den Vielfliegerprogrammen bekommen das Gefühl von Zugehörigkeit sowie Exklusivität und erhalten bestimmte Privilegien und ergänzende Leistungen (vgl. 2005: 322). Hin und wieder gehört auch das Anbieten von Vielfliegerkarten oder Upgrades zum Zuständigkeitsbereich des Check-in-Personals, jedoch wird es vom Personal selbst als nebensächlich angesehen, da das ordnungsgemäße Einchecken und die damit verbundene Kommunikation von relevanten flugbezogenen Informationen als wesentlicher gelten. Somit sind die speziellen Wege der Kundenkommunikation situationsabhängig und kommen lediglich dann zum Einsatz, wenn es die Umstände zulassen.

3.1.2 Persönliche Kommunikation im Umgang mit Kundinnen und Kunden

Persönliche Kommunikation ist stets auf eine Face-to-Face-Situation bezogen und erfordert die physische Anwesenheit der beteiligten Personen (vgl. Bruhn 2018: 400). Im Dienstleistungsbereich, somit auch in der Passagierabfertigung, findet die Kommunikation am Schalter immer persönlich statt. Obwohl vieles bereits technologisiert wurde und Passagiere das Einchecken selbst erledigen oder das Gepäck ohne Hilfe vom Personal aufgeben können, gibt es dennoch reichlich Fluglinien, die beispielsweise die Gepäcksaufnahme ohne der tatsächlichen Präsenz der Passagiere nicht gestatten. Erfahrungsgemäß bevorzugen die Flugreisenden ohnehin die persönliche Interaktion am Schalter anstatt von Self-Service-Kiosks.

Hinsichtlich der Art der persönlichen Kommunikation ergeben sich zwei Unterscheidungen, einerseits die verbale persönliche Kommunikation sowie die nonverbale persönliche Kommunikation (vgl. 2018: 400). Verbale Kommunikation bezieht sich auf alles Sprachliche und die non- verbale umfasst die Körpersprache, sowie die Paralinguistik.

Bei Gesprächen zwischen der Kundschaft und den Unternehmensrepräsentanten müssen auch soziale sowie emotionale Aspekte beachtet werden, obwohl die zwischenmenschliche Kommunikation in Unternehmen größtenteils technisch-rational ausgerichtet ist (vgl. Wahren 1987: 3). In diesem Zusammenhang muss kurzerhand das Vier-Seiten-Modell von Schulz von Thun erläutert werden, welches sich mit der Komplexität der Kommunikation befasst. Das Senden sowie Empfangen jeder Nachricht geschieht auf vier Wegen und jede Kommunikation verbirgt einen Sachaspekt, Beziehungsaspekt, Selbstoffenbarungsaspekt oder Appell aspekt (vgl. Schulz von Thun 1981: 14f). Jede Äußerung kann somit auf unterschiedliche Weise

wahrgenommen werden und eventuell auch missverstanden werden. Bei der Passagierabfertigung kommen je nach Situation mehrere oder sogar alle dieser kommunikativen Aspekte zum Einsatz. Primär muss der informative Sachinhalt wiedergegeben werden und zusätzlich muss der Beziehungsaspekt zum Ausdruck kommen, wie etwa die Wertschätzung der Fluggäste. Die Appellebene tritt dann ein, wenn durch die Kommunikation etwas bewirkt oder erreicht werden soll (vgl. Schulz von Thun 1981: 15). Die Mitarbeitenden können Face-to-Face „[...] Leistungsversprechen abgeben und die Erwartungen der Kunden hinsichtlich des Umfangs und Niveaus der zu erbringenden Dienstleistung oder der anzubietenden Produkte beeinflussen.“ (Bruhn 2018: 404) Die persönliche Kommunikation kann Information, Interaktion, Interpretation sowie Beeinflussung erfüllen und ermöglicht kontinuierliche Rückkopplung, welche Fragen und Missverständnisse beseitigen kann und somit zur Kundenbindung und Zufriedenheit beitragen kann (vgl. 2018: 404.).

Im Falle des Check-ins wird die Appellfunktion beispielsweise bei voll gebuchten Flugzeugen eingesetzt, wenn das Personal auf der Suche nach Freiwilligen ist, die bereit wären ihr Handgepäck aufzugeben, um bei vollen Maschinen den limitierten Raum der Überkopfgepäckfächern nicht auszulasten und somit gegebenenfalls eine Verspätung zu vermeiden. Ist ein Flug sogar überbucht, werden zusätzlich Reisende gesucht, die willig wären ihre Flugroute zu ändern oder Hotel- sowie Wertgutscheine anzunehmen. Unter diesen Umständen wird zusätzlich der Aspekt der Selbstoffenbarung kommuniziert, wie etwa die persönliche Überzeugung des Personals vom alternativen Produkt oder Service. Einen wesentlichen Bestandteil dieser Wahrnehmung bildet die nonverbale Kommunikation beider Seiten (vgl. Mast et. al 2005: 156).

Persuasive Wirkung wird nicht nur durch periphere nonverbale Reize erzielt, sondern in Kombination mit heuristischen Reizen und dem Kommunikationsstil (vgl. Gierl & Hüttel 2009: 233).

3.1.2.1 Kommunikationsstil

Die Art wie Menschen kommunizieren ist individuell und wird durch unterschiedliche Faktoren geprägt. Es existiert eine große Anzahl an Kommunikationsstilen aber grundsätzlich bestehen sie aus einem Inhalt und der Form, in der dieser Inhalt weitergegeben wird (vgl. Gierl & Hüttel 2009: 234). Im Bereich der Dienstleistungen und des Verkaufs wird unter anderem zwischen drei typischen Kommunikationsstilen unterschieden: Der Stil kann entweder aufgabenorientiert, interaktionsorientiert oder selbstorientiert sein (vgl. Sheth 1976: 4).

Bei einem aufgabenorientierten Stil steht die Lösung im Vordergrund und es gilt, die Relation zwischen Aufwand und Kosten zu optimieren (vgl. Sheth 1976: 12). Personen, die diese Art der Interaktion präferieren, werden oftmals als mechanisch angesehen, hingegen bevorzugen Menschen mit einem interaktionsorientierten Kommunikationssystem persönliche Gespräche, ungeachtet der Gefahr, den tatsächlichen Zweck aus den Augen zu verlieren (vgl. 1976: 12.). Der selbstorientierte Stil wird von Menschen genutzt, die tendenziell wenig Empathie haben und sich somit selbst, das eigene Wohlbefinden und eigene Vorteile in den Mittelpunkt des Gesprächs stellen (vgl. 1976: 13).

Eine weitere Art, wie Kommunikationsstile im Dienstleistungssektor kennzeichnen werden, zeigen uns McFarland et al. (2006). Sie stellen sechs Kommunikationsstrategien auf:

- *Informationsaustausch*: Im Mittelpunkt stehen sachliche und allgemeine Informationen ohne spezifische Empfehlungen.
- *Empfehlungen*: Kundinnen und Kunden sollten durch schlagkräftige Argumente vom Kauf überzeugt werden.
- *Wünsche*: Die verkaufende Person äußert schlichtweg die gewünschte Aufforderung an die Kundschaft.
- *Drohungen*: Negative Folgen und Nachteile werden hervorgehoben, die aus einem abgelehnten Kauf resultieren würden.
- *Versprechungen*: Es wird auf Belohnung hingewiesen, wenn die Person auf den empfohlenen Kauf einwilligt.
- *Legalistische Einreden*: Vertragliche und juristische Vereinbarungen werden erwähnt, um zum gewünschten Ziel zu gelangen.

(vgl. McFarland et al. 2006: 104)

3.1.2.2 Heuristische Reize

Der Begriff Heuristik wird hauptsächlich in der kognitiven Psychologie angewendet und kann vereinfacht als eine unkomplizierte Methode verstanden werden, die dazu beitragen soll, rasant zur Lösung eines Problems zu gelangen (vgl. Hertwig 2006: 461). „Heuristik ist mit der Lösung von Problemen befasst, also mit Ziel-Mittel-Relationen, für die kein Lösungsalgorithmus vorliegt.“ (Bromme & Eckhard 1977: 93) Ob jedoch eine Lösung tatsächlich gefunden wird, wird nicht garantiert.

„Unter heuristischen Methoden sind jene systematischen, d.h. also auch nicht mathematischen Problemlosungsverfahren zu verstehen, die mit Hilfe allgemeiner bzw. spezieller heuristischer Regeln (Prinzipien, Strategien, Verfahrensvorschriften) eine bestimmte Klasse von Problemen bzw. ganz spezielle Probleme zu lösen versuchen, jedoch im Einzelfall das Auffinden einer zulässigen Lösung und in jedem Fall das Auffinden einer optimalen Lösung nicht garantieren können.“ (Beier 1974: 3)

Heuristische Reize werden in der Kundenkommunikation zur Beeinflussung eingesetzt, allerdings müssen diese Reize glaubhaft signalisiert werden. In der Praxis bedeutet es beispielsweise, dass das Check-in-Personal dem Fluggast signalisiert *ich bin Expertin oder Experte* und dieser daraufhin erfahrungsgemäß feststellt, dass *Expertinnen und Experten generell Recht haben*. Studien haben gezeigt, dass Menschen einen minimalen kognitiven Aufwand bei ihren Kaufentscheidungen leisten und ihre Entscheidungen bevorzugt aufgrund von vorherigen Erfahrungen tätigen (vgl. Whittler 1994: 41). Durch diese kommunikativen Reize entsteht bei den Kundinnen und Kunden der Eindruck, sie hätten eine Entscheidung aufgrund von eigenen Überlegungen getroffen (vgl. Gierl & Hüttl 2009: 239).

Whittler (1994) erwähnt sechs heuristische Reize, welche in der persönlichen Kommunikation nutzbringend sind:

- *Konsistenz*: Es soll vermieden werden, den Kundinnen und Kunden widersprüchliche Informationen zu geben. Nachdem der Standpunkt festgelegt wurde, sollte dieser nicht mehr verändert werden.
- *Reziprozität*: Personen fühlen sich in der Regel bei gutem Service und besonderer Beratung dazu verpflichtet, ebenso ein gutes Benehmen zum Vorschein zu kommen.
- *Soziale Validierung*: Wenn darauf hingewiesen wird, dass ein Produkt bereits von mehreren Menschen erworben wurde, kann es sich bei der Kaufentscheidung als behilflich erweisen.
- *Autorität*: Die Empfehlungen werden von Kundinnen und Kunden bereitwilliger befolgt, wenn eine Person Autorität ausstrahlt und die nötige Expertise besitzt.
- *Knappheits-Prinzip*: Angebote sowie Gegenstände werden als wertvoller angesehen, sobald sie als limitiert oder selten gelten. Verkäufer und Verkäuferinnen können infolge dieses Prinzips, Personen leichter davon überzeugen, den gewünschten Artikel zu kaufen.
- *Freundschaft/Sympathie*: Freundlichkeit des verkaufenden Personals wird positiv honoriert, denn die Kaufentscheidung wird eher positiv ausfallen, wenn Sympathie zwischen den Beteiligten herrscht (vgl. Whittler 1994: 44).

3.1.2.3 Periphere Reize

Zu den peripheren Reizen zählen größtenteils nonverbale Elemente, jedoch auch einige verbale, wie etwa der Dialekt oder der Sprachrhythmus (vgl. Gierl & Hüttl 2009: 240). Hulbert & Capon (1972) erstellten eine anschauliche Übersicht des Klassifikationsschemas für zwischenmenschliche Kommunikation, welche in der anschließenden Abbildung ersichtlich wird.

CLASSIFICATION SCHEME FOR INTERPERSONAL COMMUNICATION				
Receiver role	Sender role			
	A Static, uncontrollable	B Static, controllable	C Dynamic (low frequency)	D Dynamic (high frequency)
1. Visual	a. Physical features (race, sex, age, etc.)	a. Clothing (style, neatness) b. Physical features (hair style, facial hair)	a. Posture b. Axial orientation c. Distance	a. Body movement b. Facial expression c. Eyeline d. Gesture e. Head orientation
2. Auditory	a. Voice set	a. Accent	a. Temporal speech patterning b. Accent c. Voice qualities	a. Vocalizations b. Verbal
3. Tactile and olfactory		a. Personal odor	a. Touching behavior b. Thermal	

Abb. 2: Klassifikationsschema (Hulbert & Capon 1972: 29).

3.2 Nonverbale Kommunikation

Der Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick (¹²2011) kam ehemals zu der Erkenntnis, dass es unmöglich ist, nicht zu kommunizieren, denn Worte allein sind nicht die einzige Komponente einer Kommunikation. Jedes Verhalten, auch bewusstes Schweigen, besitzt einen kommunikativen Charakter und da Menschen konstant bewusste oder unbewusste Verhaltensbotschaften aussenden, kommunizieren sie miteinander, trotz der Abwesenheit von verbalen Elementen (vgl. Watzlawick ¹²2011: 58).

Zum nonverbalen Verhalten „[...] gehören Körperhaltung, Gestik (Gesten des Körpers), Gesichtsausdruck (Mimik), Blickkontakt, Berührungen, Informationen durch Gerüche und die Nutzung des Raumes (Abstand und Nähe).“ (Broszinsky-Schwabe 2011: 117)

Nonverbale Hinweise drücken Emotionen aus und für gewöhnlich haben nonverbale Mitteilungen einen höheren Wahrheitsgehalt, da Signale wie Vermeidung des Blickkontaktes, Zögern, darauf hinweisen, dass die verbale Information eventuell nicht der Wahrheit entspricht (vgl. 2011: 118).

Paul Ekman (2004) unterscheidet zwischen fünf Klassifikationen der nonverbalen Kommunikation, bezogen auf den Gesichtsausdruck und die Körperbewegung. Als erstes spricht Ekman von Emblemen, die laut ihm zur einzig wahren „Körpersprache“ gehören, denn sie haben eine eindeutige, klar definierte Bedeutung, die von allen Mitgliedern einer Kultur verstanden wird (vgl. Ekman 2004: 39). Embleme sind in gewissem Maße Gebärden, ähnlich einer Pantomime, die auch dann eingesetzt werden, wenn eine sprachliche Verständigung nicht möglich ist (vgl. Broszinsky-Schwabe 2011: 118). Unfähigkeit sprachlicher Verständigung kann sich auf Lärm oder Entfernung beziehen, aber auch auf eine Absenz gemeinsamer Sprachkenntnis, so wie es in einigen Fällen bei der Passagierabfertigung zutrifft. Embleme, die das gesprochene Wort ersetzen, können aber je nach Kultur variieren und es besteht durchaus die Möglichkeit, dass ein bestimmtes Emblem in einer Kultur vorhanden ist und in einer anderen wiederum nicht (vgl. Ekman 2004: 39).

Illustratoren hingegen dienen zur Verdeutlichung, Ergänzung oder Erklärung des Gesagten, wobei größtenteils die Hände zum Einsatz kommen (vgl. 2004: 41). Diese Form der nonverbalen Kommunikation dient auch einer Art sich-selbst-vorzubereitenden Funktion bei einem schwer zu erklärenden Gedanken (vgl. 2004: 43). Laut Ekman und Friesen (1972) können Illustratoren in acht weitere Subgruppen unterteilt werden:

- *Batons*: Bewegungen, die zur Betonung eines Worts oder Phrase dienen.
- *Ideographen*: der Verlauf der Gedanken wird durch Bewegung geschildert.
- *Deiktische Bewegungen*: Bewegungen die auf etwas bestimmtes zeigen, wie etwa ein Objekt, Ort oder Ereignis.
- *Spatiale Bewegungen*: Bewegungen, die eine räumliche Beziehung abbilden.
- *Rhythmische Bewegungen*: der Rhythmus oder das Tempo eines Ereignisses werden abgebildet.
- *Kinetographen*: eine körperliche Aktion oder ein physikalisches Ereignis wird abgebildet.
- *Piktographen*: das Bild eines Referenzobjekts wird in die Luft gezeichnet.
- *Emblematische Bewegungen*: Embleme die zur Illustrierung, Wiederholung oder Ersetzung von verbalen Aussagen (vgl. Ekman und Friesen 1972: 113f).

Bei der Absenz eines gemeinsamen sprachlichen Nenners am Check-in werden öfters Illustratoren gesichtet, da sie folglich auftreten, wenn entweder Passagiere oder das Personal die andere Fremdsprache nicht beherrscht und die Anliegen sowie Informationen nicht direkt

kommunizieren kann. Durch ergänzende Gestikulation und deiktische Bewegungen wird versucht das Gesagte zu erklären und zu verdeutlichen. Durch Praxis und Arbeitserfahrung am Flughafen sind gewisse Szenarien repetitiv, wodurch dem Check-in-Personal ermöglicht wird, durch Erfahrung sowie Gestik und Mimik der Passagiere, diese auch nonverbal zu verstehen.

Bei Adaptoren handelt es sich hauptsächlich um unbewusste Änderungen der Körpersprache, die kein tatsächlich nützliches Ziel verfolgen, vielmehr reflektieren sie gewohnheitsmäßige Aktivität, Nervosität oder Aufregung (vgl. Ekman 2004: 43). Diese verdeutlichten Emotionen können aber ebenso bei sprachlichem Missverständnis wegweisend sein.

Indessen dienen Regulatoren der Steuerung und Regulierung des Gesprächsverlaufs indem nonverbale Signale wie Kopfnicken oder Hebung der Augenbraue verwendet werden (vgl. Ekman 2004: 44). Durch diese Zeichen soll die sprechende Person erkennen, ob die Rede fortgesetzt, wiederholt, beschleunigt, etc. werden soll (vgl. 2004: 44).

Abschließend spricht Ekman von Affektdarstellungen. Diese Signale, vorwiegend im Gesicht, treten in der Regel unbewusst als Antwort auf emotionale Ereignisse ein und drücken Stimmungen und Gefühle aus (vgl. 2004: 44f). Während die Gesichtsmuskeln, die dabei getätigt werden in allen Kulturen gleich sind, kann der hervorzurufende Reiz kulturspezifisch sein (vgl. Ekman & Friesen 1969: 73).

Sieben Emotionen werden von Ekman und Friesen (1969) unterschieden: Glück, Wut, Überraschung, Angst, Ekel, Traurigkeit und Interesse. Bei sprachlicher Unverständlichkeit sowohl in alltäglichen Situationen als auch am Abfertigungsschalter sind es ferner die Affektdarstellungen, welche zu einer gewissen Verständigung beisteuern können. Wie bereits erwähnt, ist es gegebenenfalls durch Beobachtungen sowie Erfahrungen möglich, gewisse Szenarien kennenzulernen und daher oftmals allein aus der Mimik oder Gestik zu interpretieren, welche Nachricht die Passagiere mitteilen möchten. Wird im Gesichtsausdruck Zorn erkannt, so lässt sich daraus schließen, dass entweder der Flug verpasst wurde oder das Gepäck verloren gegangen ist. Daraufhin kann seitens des Personals passend zur Situation und Emotion gehandelt werden.

3.2.1 Physische Erscheinung

Zu nonverbalen Kommunikation gehört auch die äußere Erscheinung, welche ebenso eine wichtige Rolle hinsichtlich der Kommunikation spielt. Das Körperbild verschafft sowohl den ersten Eindruck als auch dient es zur Einschätzung der Kommunikationsteilnehmenden. Insbesondere bei interkulturellen Begegnungen können Modeaccessoires, spezifische

Bekleidung und Schmuck nonverbale Aussagen vermitteln (vgl. Broszinky-Schwabe 2011: 121).

Es ist nicht ungewöhnlich, dass am Check-in-Schalter mitunter eine Stereotypisierung erfolgt, denn das äußere Erscheinungsbild suggeriert beim Personal gewisse Erwartungshaltungen. Um einen Menschen einzuschätzen, ist anfänglich das Körperbild ausschlaggebend und es ist nicht unüblich, dass Fremde nach ihrem Aussehen bewertet und zugeordnet werden (vgl. 2011: 121). Jedoch kann manchmal der Schein trügen und die Erfahrungswerte können sich als falsch erweisen, daher sollte insbesondere bei der Begegnung mit Passagieren kein blindes Vertrauen auf Stereotypisierung gesetzt werden.

Als praxisbezogenes Beispiel ist die folgende Situation am Business-Schalter nennenswert. Erfahrungsgemäß wird bestätigt, dass mit der Business-Class⁵ hauptsächlich Passagiere reisen, die ein gepflegtes, ordentliches sowie elegantes Erscheinungsbild haben. Gelegentlich tritt der Fall ein, dass in der Business-Class Warteschlange Reisende angestellt sind, die diesem Körperbild nicht entsprechen. Das Check-in-Personal wird bei solchen Vorkommnissen mitunter misstrauisch und wendet sich meistens an die angestellte Person mit der Frage, ob diese tatsächlich in der Business-Class fliegt. Denn falls nicht, wird sie gebeten, sich in der Economy-Class Warteschlange anzustellen, da die Business-Class Fluggäste für den bevorzugten Check-in bezahlen. Oft erweist sich die Vermutung des Personals als richtig, aber in den einigen Fällen, wenn das Erscheinungsbild trügt, bringt das Bodenpersonal sowohl sich als auch die gefragte Person in eine unangenehme Situation, denn es wird indirekt unterstellt, aufgrund des Erscheinungsbildes nicht zu der bestimmten Personengruppe dazuzugehören.

Die Lage kann umso delikater werden, sobald die Stereotypen mit einer kulturellen Wertigkeit aufgeladen werden, denn dadurch entstehen in manchen Fällen sogar Abwertungen und Diskriminierung. Der Stereotypisierung werden wir uns im Kapitel 5.1.1. präziser widmen.

3.2.2 Visuelle Kommunikation

Nicht umsonst existiert das Sprichwort, dass ein Bild mehr als tausend Worte sagt und im Falle von Sprachbarrieren gilt es umso mehr. Durch die Globalisierung besteht generell ein erhöhter Bedarf an sprachunabhängigen und kulturneutralen Kommunikationsmitteln, wie etwa den Piktogrammen. „Ein Piktogramm ist eine stilisierte bildliche Darstellung zur Informationsvermittlung. Solche graphischen Darstellungen haben i.a. eine spezifische Bedeutung für verschiedene Anwendungsbereiche.“ (Hasselbring 1997: 0) Piktogramme sind

⁵ besonders für Geschäftsreisende eingerichtete, bequemere Reiseklasse im Flugverkehr (vgl. Duden. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Businessclass>)

somit selbsterklärend und idealerweise unmissverständlich. Sie können sich daher auch am Flughafen als nützlich erweisen und die Verständigung deutlich erleichtern, denn Piktogramme „[...] sind zur Unterstützung der Nachvollziehbarkeit besser geeignet als die ausschließliche Verwendung rein textueller Begriffe.“ (Hasselbring 1997: 17)

Werden flughafenbezogene bildliche Darstellungen in die Kommunikation am Check-in-Schalter eingebettet, so handelt es sich vorwiegend um Symbole, die der Verdeutlichung des Flugsteiges, der Abflugzeit oder der Wegweisung dienen. Durch kleine Markierungen oder Zeichnungen auf der Bordkarte ist es möglich, den Fluggästen einige Informationen auch wortlos zu erläutern. Falls Passagiere den Flug verpassen, müssen diese danach ein bestimmtes Prozedere durchführen, beginnend bei der Abholung des ausgeladenen Gepäcks am Gepäcksband bis hin zur Umbuchung des Flugtickets am Ticketschalter. Besteht keine Möglichkeit diesen Ablauf mit Worten zu erklären, so können ebenfalls Piktogramme zum Einsatz kommen. Durch simple Zeichnungen von Koffersymbolen, Richtungspfeilen und einfachen Abbildungen eines provisorischen Ticketschalters kann die nonverbale Kommunikation dennoch gelingen. Ein weiteres Beispiel von Piktogrammen stellt für die Autorin das Symbol der Uhr kombiniert mit einem Pfeil dar. Die Verwendung dieser Darstellung erfolgt immer, wenn Reisende viel zu früh am Abfertigungsschalter oder am Gate erscheinen und verdeutlicht werden muss, dass das Einchecken oder Einsteigen später beginnt. Dieses konkrete bildliche Abbild einer Uhr wird durch Gestik und Handbewegungen zusätzlich präzisiert. Fenk (2000) fasst das Zusammenspiel schlicht zusammen, denn „Wer sich oder anderen etwas klarmachen will, muss an in Form und Inhalt Vertrautes anknüpfen, auf diesem aufbauen.“ (Fenk 2000: 56).

3.2.3 Gesten und Gebärden

Gesten und Gebärden, nicht gemäß der offiziellen Zeichensprache wie sie bei Gehörlosen angewendet wird, sondern im Sinne einer unterstützenden Funktion, dienen ebenso der Kommunikation. Im Kapitel 3.2 wurden bereits Embleme flüchtig angedeutet, jedoch gehören zur Körpersprache weitere Unterscheidungen. McNeill (1994) unterscheidet zwischen Gestikulieren, Pantomime, Embleme und Gebärdensprachen.

Menschen gestikulieren während des Sprechens für gewöhnlich automatisch und unbewusst, jedoch wenn die verbale Kommunikation in einer bestimmten Sprache eingeschränkt ist, so wird bewusst auf Gesten und Gebärden zurückgegriffen. Die umgangssprachliche „Kommunikation mit Händen und Füßen“ ist eine gängige Art und Weise wie sich Personen bei fehlenden Sprachkenntnissen im Ausland oder bereits am Flughafen

verständigen, aber jene Hand-, Kopf- und Armbewegungen „[...] sind eine der größten Quellen für interkulturelle Missverständnisse. [...] Die gleiche Geste kann in verschiedenen Kulturen Unterschiedliches bedeuten und die selbe Bedeutung kann durch unterschiedliche Gesten ausgedrückt werden.“ (Broszinsky-Schwabe 2017: 149)

Gesten betonen und enthüllen die relevanten Gedanken und Informationen des Gesagten, somit bieten sie einen Einblick in die Gedankenwelt der sprechenden Person (vgl. 1994: 132f). Gebärden und Gesten haben eine ergänzende Funktion, jedoch wenn die gesprochene Sprache grundsätzlich nicht verstanden wird, werden die Handbewegungen zum wesentlichen und vielleicht sogar einzigen Anhaltspunkt der Verständigung.

Vorsicht ist bei kulturspezifischen Gesten geboten, denn wie bereits erwähnt, auch auf den ersten Blick harmlose Handgesten können in diversen Kulturkreisen eine völlig andere oder sogar beleidigende Bedeutung haben. Als Beispiel ist das uns bekannte „Daumen hoch“ Symbol nennenswert. In Österreich bedeutet der ausgestreckte Daumen, dass entweder „alles super ist“, oder ganz simpel die Zahl Eins, aber beispielsweise im Iran, Irak oder Afghanistan würde dieses Zeichen eine Beleidigung andeuten (vgl. Neubauer 2015: 16). Umgekehrt ist es mit dem Mittelfinger, welcher in Österreich und nahezu weltweit einen abstoßenden Sinngehalt hat, so wird in Indonesien darunter nichts Negatives verstanden, sondern bloß die Zahl Eins (vgl. 2015: 22). Diese Beispiele verdeutlichen die vielfältigen Bedeutungen von Gesten und Gebärden.

Der Arbeitsalltag am Flughafen und vor allem am Check-in-Schalter wird konstant von Gestikulation und Handbewegungen geprägt, denn es gehört sogar zur Arbeitsanweisung, dass das Personal ausdrücklich auf das immer anwesende Gefahrgutschild mit einer Geste hinweisen muss. Da sich auf dem Schild selbsterklärende Bilder mit verbotenen Gegenständen befinden, ist eine Handbewegung in die Richtung der Hinweistafel auch wortlos ausreichend.

Fragt das Bodenpersonal nach dem Handgepäck, welches abgewogen werden soll und bei vollen Flügen möglicherweise auch aufgegeben werden muss, so sind bei Sprachbarrieren ebenso Handbewegungen hilfreich, denn obwohl Reisende das Wort „Handgepäck“ oder „carry on“ nicht verstehen, so wird ihnen die Bedeutung durch Gesten nähergebracht. Eine einfache Darstellung eines eckigen Gegenstandes in der Luft oder das Andeuten von Tragen einer Tasche in der Hand erleichtern die Situation maßgeblich, denn das Imitieren von konkreten Gegenständen ist kulturunabhängig und wird in der Regel von allen Beteiligten verstanden. Die Nachvollziehbarkeit dieser Darstellungen ist auch daher möglich, da im Flughafenkontext nur eine limitierte Anzahl an Gegenständen in Frage kommt. Das Personal kann gewöhnlicherweise beim Check-in ausschließlich nach Reisedokumenten, Flugtickets, Handgepäckstücken,

Kinderwägen oder ähnlichen flugbezogenen Gegenständen fragen und diese bei Unverständnis mit Händen imitieren.

Da bereits des Öfteren bereits die Begriffe „kulturspezifisch, interkulturell, kulturunabhängig, etc.“ genannt wurden, widmen wir uns nun schließlich dem nächsten bedeutenden Thema – Kultur.

4 Kultur

Der Kulturbegriff ist äußerst vieldeutig und umfasst unterschiedliche Ansätze sowie Lebensbereiche des Menschen. Eine simple Erklärung besagt, dass sich Kultur auf die geistigen Errungenschaften und Sitten eines Volkes bezieht (vgl. Österreichisches Wörterbuch 2004: 347). Kultur in diesem Sinne ist also nicht in der Natur vorhanden, sondern wird von Menschen geschaffen.

Der Begriff Kultur bezieht sich auch auf die Identität, Herkunft sowie die Wertvorstellungen der Menschen. Maletzkes Definition richtet sich nach dem anthropologischen Ansatz und dieser betrachtet Kultur als ein „System von Konzepten, Überzeugungen, Einstellungen und Wertorientierungen, die sowohl im Verhalten und Handeln der Menschen als auch in ihren geistigen und materiellen Produkten sichtbar werden.“ (Maletzke 1996: 16)

Ebenso wie eine Kulturgemeinschaft, hat auch ein Unternehmen, im konkreten Fall eine Fluglinie, ihre Wertorientierungen und Ansichten, die sich im Auftreten und Benehmen der Angestellten widerspiegeln sollten. Unabhängig von der Profession, gehören alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Luftfahrtbranche, einer gemeinsamen Gruppe an, so wie es auch in der Theorie der *Sozialen Welten* der Fall ist. Thomas (2005) vertritt die Annahme, dass jeder Mensch in eine konkrete Gruppe oder Gesellschaft eingebunden ist, folglich bezieht sich seine Definition auf ein Orientierungssystem:

„Kultur manifestiert sich immer in einem für eine Nation, Gesellschaft, Organisation oder Gruppe typischen Orientierungssystem. Dieses Orientierungssystem wird aus spezifischen Symbolen [...] gebildet und in der jeweiligen Gesellschaft, Organisation oder Gruppe tradiert [...]. Das Orientierungssystem definiert für alle Mitglieder ihre Zugehörigkeit zur [...] Gruppe und ermöglicht ihnen ihre ganz eigene Umweltbewältigung.“ (Thomas et al. 2005: 22)

Die spezifischen Symbole im Falle der Luftfahrt sind abgesehen von einer Uniform insbesondere die Flughafensprache, welche von allen Mitgliedern beherrscht werden muss, um reibungslose Abläufe zu gewährleisten. Nennen wir als Beispiel die Bezeichnung AVIH. Der Begriff bedeutet *animal vivant in hold* und hat die Bedeutung von Tieren, die im Laderaum eines Flugzeugs transportiert werden (vgl. Unterhuber 2012: 52). Wird ein Tier eingeeckelt, muss diese Information an zahlreiche Personen weitergeleitet werden, um erforderliche Vorkehrungen zu treffen. Dieser interne Informationsaustausch sowie Dokumentation erfolgen ausschließlich in der Fachsprache und in diesem konkreten Fall wird der Begriff AVIH genutzt. Zwar bestünde gegebenenfalls die Möglichkeit die Kolleginnen und Kollegen schlichtweg über ein *Tier im Frachtraum* zu informieren, aber in der Praxis ist dies unüblich und unerwünscht.

Einige Passagiere kennen und benutzen sehr wohl jene Fachbegriffe, jedoch wird bei der Kommunikation am Schalter nicht primär das Augenmerk auf die Fachsprache gelegt, da das Check-in-Personal nicht voraussetzen kann, welche Reisende mit den Fachbegriffen tatsächlich vertraut sind. Hingegen sollte Wert auf kommunikative und kulturelle Kompetenz gelegt werden, denn „jeder Mensch trägt in seinem Inneren Muster des Denkens, Fühlens und potenziellen Handelns, die er ein Leben lang erlernt hat.“ (Hofstede 1991: 18)

4.1 Kulturelle Identität

Das Leben lange Erlernen der Kultur und die Bildung der eigenen Identität fängt bereits in der Kindheit an und setzt sich anhaltend bis ins Erwachsenwerden fort. Handlungsweisen, moralische Einstellung, Sitten und Bräuche werden von Kultur geprägt und da diese die Identität vielfach mitbestimmt, wird von kultureller Identität gesprochen. Kulturelle Identität wird auf zwei Wegen aufgebaut, welche als Enkulturation und Akkulturation bezeichnet werden.

Das Hineinwachsen in eine kulturelle Umwelt, in der sich die Person von Geburt an befindet und dabei das grundlegende Wissen und Kompetenzen aufbaut wird Enkulturation genannt (vgl. Oerter 2013: 68). Für den Anthropologen Herskovits (1949) stellte Enkulturation den Prozess der Konditionierung dar, welche in den ersten Lebensjahren erlernt wird und sich in Sitten und Gewohnheiten manifestiert. „[...] habits of eating, sleeping, speaking, personal cleanliness - whose inculcation has been shown to have special significance in shaping the personality and forming the habit patterns of the adult in later life.“ (Herskovits 1949: 40) Enkulturation hat somit ihren Schwerpunkt in der grundlegenden Erziehung der frühen Kindheit.

Akkulturation hingegen ist die Auseinandersetzung mit anderen Kulturen mit der darauffolgenden Übernahme von Elementen aus diesen fremden Kulturen. (vgl. Oerter 2013: 68). Der Wandel des ursprünglichen kulturellen Musters kann als interaktiv bezeichnet werden. Auslandsaufenthalte oder Migration dienen dem kulturellen Austausch jedoch sieht Oerter (2013) das Phänomen der Akkulturation zum Teil auch als eine Herausforderung, auf welche sich die modernen Gesellschaften nicht zur Gänze eingestellt haben. „Globalisierung und rascher kultureller Wandel stellen wesentlich höhere Anforderungen an einen gelingenden Aufbau kultureller Identität als frühere kulturelle Konstellationen. Erziehung und Bildung haben sich auf diese neue Situation noch nicht eingestellt.“ (Oerter 2013: 77)

Die Kenntnis von Kulturen und Identitäten sowie die Anpassung und partielle Übernahme dieser, verschafft den Menschen gewisse Orientierung und Verhaltensregeln. Der Arbeitsplatz Flughafen bietet eine enorme kulturelle Vielfalt und oftmals gleicht die Arbeit am Check-in einem kurzen Auslandsaufenthalt, der dem Personal die Möglichkeit bietet, Menschen und Kulturen kennenzulernen und den eigenen Horizont zu erweitern. Diese Erfahrungen sind vorteilhaft für zukünftige Vorhersehbarkeit an Reaktionen, sowie Vermeidung von Missverständnissen.

Gemeinsame Überzeugungen und historischer Hintergrund einer identifizierbaren Gruppe wird ebenso als Kultur verstanden und ist im gewöhnlichen Sprachgebrauch vielfach anzutreffen, demnach stellen Völker wie z.B. die Engländer, Österreicher, Franzosen je eigene Kultur dar (vgl. Maletzke 1996: 16). Nationalkulturen charakterisieren sich durch Gemeinsamkeiten der Sprache, Verhaltensnormen oder Mentalität und es zeigt sich, dass eine Gegenüberstellung diverser Kulturen prinzipiell auf der Ebene „unsere Kultur“ und „fremde Kultur“ geschieht (vgl. Broszinsky-Schwabe 2011: 56).

4.1.1 Interkulturalität

Laut dem Österreichischen Wörterbuch bedeutet das Wort *interkulturell* verschiedene Kulturen verbindend (vgl. 2004: 299). Das lateinische Wort *inter* mit der Bedeutung *zwischen* deutet darauf hin, dass sich etwas zwischen unterschiedlichen Kulturen abspielt. Interkulturalität ist demnach ein „Prozess, der sich im Wesentlichen auf die Dynamik des Zusammenlebens von Mitgliedern unterschiedlicher Lebenswelten auf ihre Beziehungen zueinander und ihre Interaktionen untereinander bezieht.“ (Bolten 2007: 22) Bei interkulturellen Begegnungen stehen sich mindestens zwei Personen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen sowie Identitäten gegenüber und sind in zahlreichen Varianten vorstellbar, daher aber auch mit verschiedenen und unvorhersehbaren Reaktionen verbunden (vgl. Broszinsky-Schwabe 2011:

53). Bolten demonstriert die unvorhersehbaren Handlungen anhand der Begrüßung von zwei Personen. Wenn in der Kultur von *Person A* Händeschütteln als üblicher Gruß gilt, aber dies in der Lebenswelt von *Person B* als fremdartig angesehen wird, lässt sich nicht voraussehen, welche Form der Begrüßung tatsächlich gewählt wird (vgl. Bolten 2007: 22).

Aufgrund der kulturellen Vielfalt am Flughafen treten zahlreiche interkulturelle Begegnungen und Handlungen ein. Kulturellen Unterschiede werden beispielsweise beim Abfertigen von arabischen Fluglinien deutlich. In arabischen Ländern gehört das Feilschen und Handeln um Preise zur alltäglichen Tradition (vgl. Hecht-El Minshawi 2008: 81). Daher ist es nicht außergewöhnlich, dass Passagiere bei Zahlungen für Übergepäck mit dem Check-in-Personal zum Feilschen beginnen. Selbstverständlich ist dem Abfertigungspersonal nicht erlaubt nach Sympathie und Verhandlungen einen Preisnachlass zu gewähren, außerdem wäre dies technisch kaum nicht möglich, da alle Vorgänge und Zahlungen im Computersystem gespeichert sind und der Pauschalpreis von der Fluglinie bestimmt wird. In solchen Fällen sind die weiteren Reaktionen und Handlungen der beteiligten Personen, wie vorhin erwähnt, nicht vorhersehbar. Es wäre möglich, dass sich das Personal in Österreich nicht ernst genommen fühlt oder die Passagiere das Verwehren von Feilschen als unhöflich betrachten, oder aber die Situation wird mit Humor und netten Gesprächen gelöst.

Die Forscherin ist der Ansicht, dass es in der Verantwortung des Bodenabfertigungspersonals liegt, die Kommunikation in die richtige Richtung zu lenken und die kulturellen Unterschiede stets im Hinterkopf zu behalten. Auch wenn der Preisnachlass nicht gestattet ist, sollte das Check-in-Personal immer freundlich bleiben und auf einen Smalltalk eingehen, denn ein direktes „nein“ bei Verhandlungen ist in der arabischen Welt unüblich und es sollte dennoch etwas Nettes sowie Lobenswertes drumherum erzählt werden, um die Person kulturell nicht zu beleidigen (vgl. Hecht-el Minshawi 2008: 81).

Dieses Beispiel verdeutlicht, dass bei interkulturellen Begegnungen und ihrer Unvorhersehbarkeit die Kenntnis von Sitten, Verhaltensweisen und genereller interkultureller Kompetenz bedeutend sind.

4.1.1.1 Interkulturelle Kompetenz

Im Berufsleben vor allem in einem multikulturellen Umfeld nimmt die interkulturelle Kompetenz einen hohen Stellenwert ein. Jene Kompetenz wird sogar als „Schlüsselqualifikation des 21. Jahrhunderts“ (Straub 2007: 35) genannt. Für den Begriff der interkulturellen Kompetenz existieren verschiedene Ansätze und Klärungsversuche, aber letztendlich kann gesagt werden, dass „interkulturelle Kompetenz als ein Aspekt des personalen

Handlungspotentials“ (Straub 2007: 39) verstanden werden kann und „stets situationsabhängig ist.“ (Straub 2007: 39)

Betrachten wir die interkulturelle Kompetenz als ein Oberbegriff, so können wir sagen, sich diese in diverse Einzelkompetenzen unterteilt, wie etwa Verständnis, Toleranz oder Offenheit. Wichtig ist, welches Wissen und Erwartungen in interkulturellen Begegnungen mitgebracht werden und wie mit diesen umgegangen wird.

Interkulturelle Kompetenz könnte auch folgendermaßen definiert werden:

- Ability to communicate effectively and appropriately in intercultural situations based on one's intercultural knowledge, skills and attitudes
- Ability to shift frame of reference appropriately and adapt behavior to cultural context; Adaptability, expandability and flexibility of one's frame of reference/filter
- Ability to identify behaviors guided by culture and engage in new behaviors in other cultures even when behaviors are unfamiliar given a person's own socialization

(Deardorff 2006: 249)

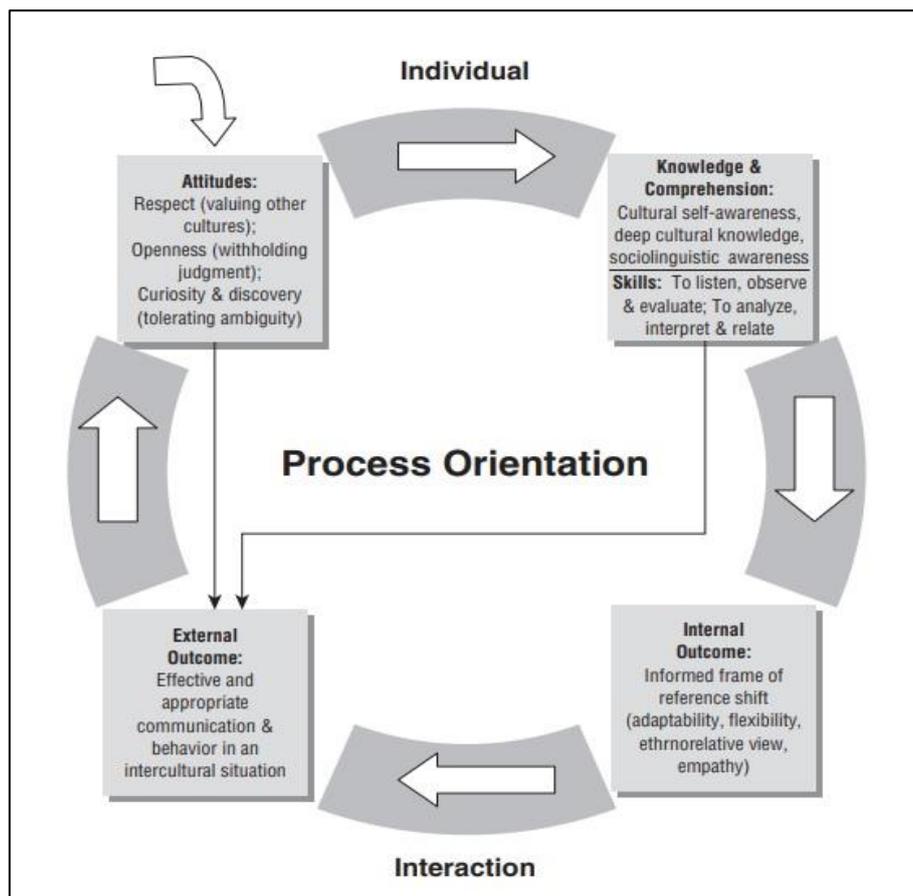


Abb. 3: Process Model of Intercultural Competence (Deardorff 2006: 256)

Die Beherrschung von Sprach- und Landeskenntnissen ist für interkulturelle Kompetenz nicht zur Gänze ausreichend, ausschlaggebender ist viel mehr, eine effektive Kommunikation sowie Handlungs- und Reflexionsfähigkeit in zwischenkulturellen Situationen (vgl. Öztürk 2008: 6).

Durch das Modell nach Deardorff (Abb. 3) wird deutlich, dass interkulturelle Kompetenz ein fortlaufender und dynamischer Prozess ist. Für eine konstante Entwicklung der Kompetenz bedarf es an fortlaufendem Lernen, stätigen Wissenserwerb und einer offenen Haltung für neue Lerninhalte und Kulturen sowie die Toleranz und Wertschätzung dieser (vgl. Öztürk 2008: 7). Folgende Komponente sind laut Deardorff ebenso (2006) wesentlich für die interkulturelle Kompetenz:

- Understanding others' world views
- Cultural self-awareness and capacity for self-assessment
- Adaptability – adjustment to new cultural environment
- Skills to listen and observe
- General openness toward intercultural learning and to people from other cultures
- Ability to adapt to varying intercultural communication and learning styles
- Flexibility
- Skills to analyze, interpret & relate
- Tolerating and engaging ambiguity
- Respect for other cultures (Deardorff 2006: 249f)

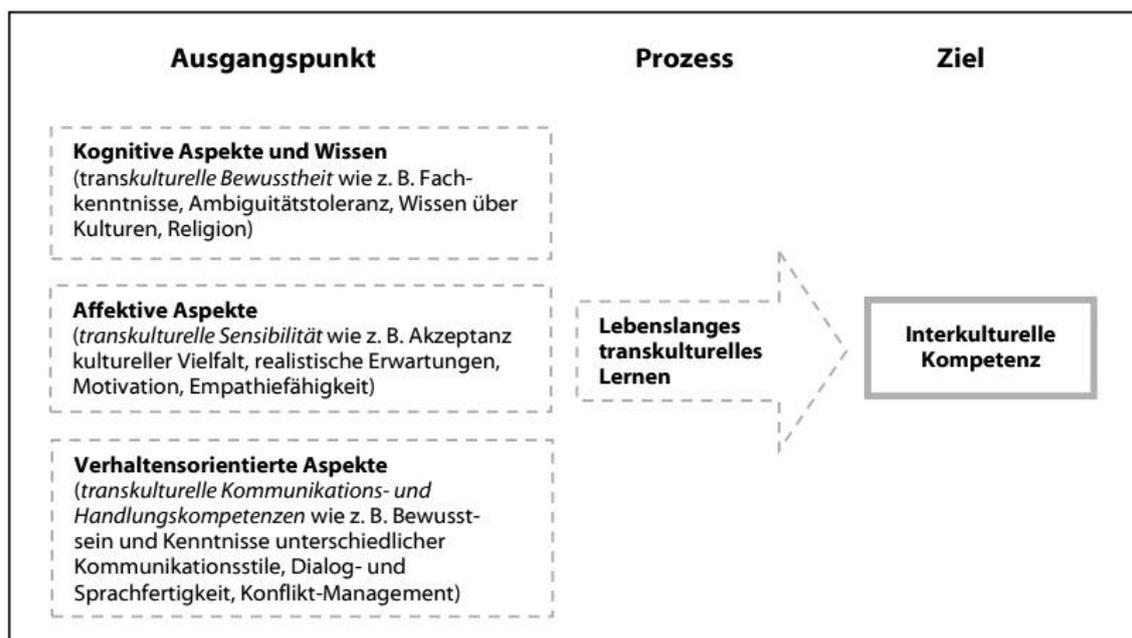


Abb. 4: Interkultureller Kompetenzerwerb (Öztürk 2008: 9)

Laut Öztürk (2008) bedarf es an lebenslangem transkulturellem Lernen, um sich interkulturelle Kompetenz anzueignen, welche wiederum in drei Dimensionen geäußert wird: in kognitiver, affektiver und verhaltensorientierter Dimension (Abb.4). Der Begriff „transkulturelles Lernen“ wird von Öztürk bewusst gewählt und dem „interkulturellem Lernen“ bevorzugt, denn Transkulturalität unterstreicht laut ihm das Gemeinsame während Interkulturalität auf Differenzen hinweist (vgl. 2008: 8).

4.1.1.2 Interkulturelle Kommunikation

Von interkultureller Kommunikation ist die Rede, wenn Personen aus unterschiedlichen Kulturkreisen miteinander von Angesicht zu Angesicht kommunizieren und Dialog führen (vgl. Lüsebrink ⁴2016: 7). Wenn jenen kommunizierenden Personen tatsächlich bewusst ist, dass sie diversen Kulturen angehören und sozusagen das „eigene“ und das „fremde“ wahrnehmen, kann dies als interkulturelle Interaktion angesehen werden (vgl. Maletzke 1996: 37).

Die interkulturelle kommunikative Dimension findet linguistisch betrachtet sowohl auf der verbalen als auch non-verbalen Ebene statt (vgl. Lüsebrink ⁴2016: 7f). Verbale und non-verbale Kommunikationsformen können eigenständig stattfinden, oder sich gegenseitig beeinflussen. Einerseits dient Mimik, Gestik und Körpersprache zur besseren Verständigung sowie zur Ergänzung des Verbalen, jedoch kann es in zwischenkulturellen Kontexten auch zu Unstimmigkeiten kommen, da wie bereits erwähnt, gewisse non-verbale Signale kulturelle Besonderheiten aufweisen. Dies verdeutlicht wiederum die Notwendigkeit der Kenntnis von kultureller und interkultureller Kompetenz.

Kommunikation gehört zu der grundlegenden interkulturellen Kompetenz und ist nicht bloß personengebunden, sondern ist überwiegend situationsabhängig. Schenk (2001) beschreibt interkulturelle Kommunikationskompetenz „als die Fähigkeit, kulturelle Bedeutungen auszuhandeln und effektive kommunikative Verhaltensweisen partner- und situationsbezogen zu entwickeln, die den unterschiedlichen Identitäten der Interaktionspartner in je spezifischen Kontexten gerecht werden.“ (Schenk 2001: 59)

Am Arbeitsplatz Flughafen wird das Personal oft mit interkulturellen Interaktionen sowie Begegnungen konfrontiert und Hinnenkamp (2004) vergleicht kulturelle Kommunikation mit einer Spiegelung. „Erst in der Spiegelung durch das kulturell fremde Verhalten meines Kommunikationspartners werde ich auf meine eigenen Selbstverständlichkeiten zurückgeworfen, muss ich mich selbst in Frage stellen.“ (Hinnenkamp 2004: 18) Interkulturelle Kommunikation lernt uns, etwas Fremde zu akzeptieren und zu tolerieren, ohne es tatsächlich begreifen zu müssen. (vgl. 2004: 18).

Das Aufeinanderprallen der Kulturen am Arbeitsort Flughafen sorgt zeitweise für als fremdartig erscheinende Szenarios, aber durch Weltoffenheit, kulturelle Kompetenz und Intelligenz werden ungewöhnliche Situation leicht bewältigt. Es ist zwar nicht möglich, durch kulturelle Kommunikation die Welt zu verbessern, aber ein besseres Verstehen zu ermöglichen, was zweifellos auch ein wichtiger Schritt nach vorne ist (vgl. 2004: 19).

4.2 Kulturmodelle

Es gibt unterschiedliche Ansätze die Kulturen zu verdeutlichen oder zu vergleichen. Die wohl bekanntesten Kulturmodelle stammen von dem Sozialwissenschaftler Geert Hofstede und dem Ethnologen Edward T. Hall, welche in den folgenden Unterkapiteln erläutert werden.

4.2.1 Kulturdimensionen nach Geert Hofstede

Der Niederländer Geert Hofstede gehörte zu den bekanntesten Vertretern im Bereich des interkulturellen Lernens. Ende der 1960er Jahre führte Hofstede über mehrere Jahre hinweg eine Studie mit 116.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von IBM, die aus diversen Berufsgruppen sowie Ländern stammten (vgl. Kutschker & Schmid ⁷2011: 718f). Er verfolgte das Ziel, durch Befragung über Zufriedenheit beziehungsweise Unzufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen und subjektiver Wahrnehmung des Arbeitslebens, Kulturdimensionen herauszuarbeiten, welche die Gemeinsamkeiten sowie Unterschiede zwischen Ländern aufzeigen (vgl. ⁷2011: 719). Seine Ergebnisse demonstrierten, anhand von fünf Kulturdimensionen, welchen Effekt das wechselseitige Einwirken von kultureller Vielfalt darstellt. Diese fünf Dimensionen werden nun näher erläutert.

4.2.1.1 Dimension der Machtdistanz

Die erste Dimension Hofstedes beschreibt inwiefern Mitglieder einer Gesellschaft Machtunterschiede sowie Machtverteilung erwarten und tolerieren (vgl. Hofstede & Hofstede ³2006: 59). Eine hohe Machtdistanz deutet auf eine starke Akzeptanz in der Verteilung von Macht in der Gesellschaft und dies bezieht sich nicht nur auf die Arbeitswelt, sondern auch auf private Beziehungen. Laut Kutschker & Schmid (⁷2011: 720) wäre der Begriff Machtunterschiedstoleranz oder Machtunterschiedsakzeptanz als Benennung geeigneter, da Hofstede in seiner Studie nicht unmittelbar nach Machtdistanz fragte, sondern nach der Bereitschaft diese zu tolerieren.

Hofstedes Ergebnisse zeigten, dass ein hohes Maß an Machtdistanz hauptsächlich in südamerikanischen, arabischen sowie in asiatischen Ländern besteht, im Gegensatz zu anglophonen und europäischen Ländern, die sich mit vereinzelt Ausnahmen mit einem niedrigen Machtdistanzwert charakterisieren. Österreich befindet sich von allen untersuchten 74 Ländern an letzter Position mit dem niedrigsten Wert (vgl. Hofstede & Hofstede³2006: 56).

In Ländern, die einen geringen Wert an Machtdistanz aufweisen, herrscht zwischen den Vorgesetzten und Angestellten eine natürliche Gleichberechtigung, somit wird eine ungleiche Machtverteilung weniger geduldet. Dies zeigt sich auch an der kleinen Anzahl der Hierarchiestufen. Entscheidungen werden nicht grundsätzlich von Vorgesetzten getroffen, aber können auch in der Eigenverantwortung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter liegen, jedoch sind die Vorgesetzten zu jeder Zeit behilflich und ansprechbar (vgl. Hofstede & Hofstede³2006: 58).

Betrachten wir Länder in der sich eine hohe Machtunterschiedstoleranz bemerkbar macht, so wird ersichtlich, dass wesentliche Entscheidungen an der Spitze der Hierarchiepyramide getroffen werden und unangenehme Aufgaben nach unten delegiert werden (vgl. Kutschker & Smid⁷2011: 721). Große Machtdistanz bedeutet zeitgleich auch Differenz im Gehalt, mehr Aufsichtspersonal, zu befolgende Anweisungen sowie, nach außen sichtbare, Statussymbole und Privilegien, jedoch sind dies eher Extremfälle und ein durchschnittlicher Arbeitsalltag weist Merkmale von beiden Werten der Machtdistanz auf (vgl. Hofstede & Hofstede³2006: 59ff).

Die Dimension der Machtdistanz bezieht sich nicht nur auf die Arbeitswelt, sondern ist auch beispielsweise in der Erziehung sowie privaten Beziehungen präsent. Für die vorliegende Masterarbeit ist nicht konkret die Machtdistanz in der Hierarchie der Vorgesetzten aufschlussreich, sondern viel mehr die Machtverteilung und die Machtakzeptanz, die zwischen Passagieren und dem Check-in-Personal herrscht.

Die Forscherin beschäftigte sich oftmals mit der Frage, wer am Check-in-Schalter eigentlich den Ton angibt, denn einerseits sind Unternehmen darauf ausgerichtet gemäß dem Sprichwort „der Kunde ist König“ zu handeln, andererseits liegen viele essenzielle Entscheidungen in den Händen des Bodenpersonals wie etwa die Vergabe von besserem Sitzplatz, (In)Toleranz von Übergepäck bis hin zur gänzlichen Verweigerung der Flugreise beim Fehlverhalten der Passagiere. Zeitweise fühlen sich Fluggäste dem Personal überlegen und andermal ist sich das Bodenpersonal einer superioren Lage bewusst. Wer sich tatsächlich in der überlegeneren Machtposition befindet ist somit eine subjektive Einschätzung und kann ebenso je nach kulturellem Hintergrund variieren.

Grundsätzlich erfolgt die Arbeit am Check-in eigenständig und die grundlegenden Entscheidungen werden vom Check-in-Personal selbst getroffen, es sei denn es handelt sich um Notfälle, ungewöhnliche Ereignisse, Unsicherheiten etc. In solchen Fällen werden die Vorgesetzten, welche jederzeit telefonisch zur Verfügung stehen, um Rat gebeten. Bei bestimmten Fluglinien und Flugdestinationen sind jedoch stets Stationsvertreterinnen und Stationsvertreter anwesend, die Entscheidungen treffen, dem Check-in Personal obligatorische Anweisungen geben und bei Bedarf Passagiere zurechtweisen. Durch langzeitige Erfahrung kann die Forscherin bestätigen, dass Fluggäste auf Hinweise der Stationsvertretung gehorsamer sowie toleranter reagieren als auf die Anweisungen des Bodenpersonals.

Einige weiteren Merkmale von großer Machtdistanz besagen, dass mehr Aufsichtspersonal anwesend ist, die oder der optimale Vorgesetzte Autokrat ist und dass Menschen die Vorgesetzten sowie Vorschriften befolgen (vgl. Hofstede & Hofstede ³2006: 58ff). Um auf den Punkt zu kommen: Stationsvertretungen sind oder waren lediglich bei Air Algérie, Air India, Aegean Airlines, Emirates, Ethiopian Airlines, KLM, Tunisair und Turkish Airlines, präsent. Das Auffällige ist die Tatsache, dass bis auf die niederländische KLM alle Fluglinien jenen Ländern angehören, die laut Hofstede (vgl. ³2006: 56) einen hohen Machtdistanz-Indexwert aufweisen. Diese Gegebenheit bestätigt zum Teil, dass Arabische Länder, die Türkei oder Griechenland ihren Erwartungen vom hohen Machtdistanzwert gerecht werden.

4.2.1.2 Individualismus versus Kollektivismus

Die zweite Dimension stellt das Verhältnis von Individualismus und Kollektivismus in der jeweiligen Kultur dar. Individualismus wird als eine Gesellschaftsform definiert, in der die Interessen eines Individuums über denen der Gruppen stehen, denn in solchen Kulturen wird vorausgesetzt und erwartet, dass sich jeder Mensch lediglich um sich selbst oder seine nächste Familie sorgt. (vgl. Hofstede & Hofstede ³2006: 520). Kollektivistische Gesellschaften haben hingegen ein stark ausgeprägtes Zusammengehörigkeitsgefühl und sind sich der beiderseitigen Loyalität sowie Gruppenbindung bewusst (vgl. ³2006: 521). Folgende Eigenschaften definieren laut Hofstedes Studie die Individualität:

- Einer Arbeit nachzugehen, welche es zulässt, ausreichend Zeit für Familie und Privates zu haben.
- Genügend Freiheit zu besitzen, um die Arbeit nach eigenen Wünschen und Anregungen anzugehen.

- Anspruchsvolle und fordernde Aufgaben zu haben, welche der persönlichen Weiterentwicklung dienen und das Gefühl vermitteln voranzukommen (vgl. Kutschker & Schmid ⁷2011: 723f).

Hingegen wird Kollektivität durch diese Merkmale ersichtlich:

- Möglichkeiten sich fortzubilden und die eigenen Fähigkeiten entfalten.
- Ein Arbeitsumfeld mit guten physischen Bedingungen zu haben, wie etwa ein geeigneter Arbeitsraum, ordentliche Lichtverhältnisse, etc.
- Volle Einsatzbereitschaft des eigenen Könnens und der Qualifikationen bei der Arbeit (vgl. ⁷2011: 723f).

Den Kulturdimensionen Individualismus und Kollektivismus sind auch essenzielle Kommunikationsstile zugeordnet. Individualismus bedient sich eher der Low-Context-Kommunikation und kollektivistische Kulturen bevorzugen High-Context-Kommunikation. Laut Hall (²1981) sind für eine Low-Context-Kommunikation etwa direkte Kommunikation ohne nonverbale Elemente, Entpersonalisierung von Konflikten sowie gegliederte Denkmuster charakteristisch, gegensätzlich zu High-Context-Kommunikation, in der nonverbale Signale stark vertreten sind, implizite Mitteilungen oder wenig feste Regeln.

Die Untersuchung zeigte, dass vor allem angelsächsisch geprägte Länder wie USA, Australien, Großbritannien und Kanada einen hohen Wert für Individualismus aufweisen (vgl. Hofstede & Hofstede ³2006: 105). Vielen südamerikanischen Ländern, sowie Indonesien oder Pakistan wurden hohe kollektivistische Werte zugewiesen, während sich Österreich, Deutschland und die Schweiz ziemlich im Mittelbereich befinden (vgl. ³2006: 105).

4.2.1.3 Maskulinität versus Feminität

Diese Kategorie unterscheidet zwei gegensätzliche geschlechterspezifische Eigenschaften von Kulturen. Es wird der Frage nachgegangen, wie die Ausprägung von maskulinen und femininen Werten in der jeweiligen Gesellschaft aussieht (vgl. Hofstede & Hofstede ³2006: 161).

Maskulinität zeichnet sich durch Kulturen aus, wo eine starke Abgrenzung sowie Unterscheidung der Geschlechterrollen herrscht und Merkmale wie Bestimmtheit, Entschlossenheit und Konkurrenzkampf im Vordergrund stehen (vgl. Kutschker & Schmid ⁷2011: 725). Für die Dimension der Feminität sind wiederum Eigenschaften wie Sensibilität, Verantwortungsbewusstsein oder zwischenmenschliche Kontakte charakteristisch und die

Rollenverteilung zwischen Männern und Frauen wird als gleichwertig angesehen (vgl. Hofstede & Hofstede ³2006: 184). In femininen Gesellschaften werden feminine Werte durchaus geschätzt und nicht den maskulinen Merkmalen untergeordnet (vgl. Kutschker & Schmid ⁷2011: 725).

Als Paradebeispiel für feminine Kulturen dienen laut Hofstedes Untersuchung die skandinavischen Länder. Österreich befindet sich gemeinsam mit Japan an der Spitze der Maskulinität, was besagt, dass in solchen Gesellschaften Berufe vielmehr nach Aufstiegschance gewählt werden und ein entschlossenes Auftreten wünschenswert ist (vgl. Hofstede & Hofstede ³2006: 192). Die Ergebnisse zeigen aber auch, dass die Ausprägungen hinsichtlich der maskulinen und femininen Werte kaum an konkrete geographische Regionen gebunden sind.

Hofstedes dritte Dimension ist die einzige, bei der die männlichen und weiblichen Versuchspersonen durchwegs unterschiedliche Werte erzielten, mit Ausnahme jener Länder, die am besonders femininen Ende der Tabelle liegen (vgl. Hofstede & Hofstede ³2006: 164).

In der Arbeitswelt äußern sich Maskulinität und Feminität nach Hofstedes Untersuchung vor allem in vier Punkten:

Maskulinität (vgl. ³2006: 164):

- es soll die Möglichkeit bestehen, viel zu verdienen
- Anerkennung für das zu bekommen, was als gute Arbeit geleistet wird
- Möglichkeit zu haben, in höhere Positionen aufzusteigen
- am Arbeitsplatz gefordert zu werden und eine zufriedenstellende Arbeit zu haben

Feminität (vgl. ³2006: 164):

- zu direkten Vorgesetzten ein gutes Arbeitsverhältnis zu haben
- eine gute Zusammenarbeit mit den Kolleginnen und Kollegen zu haben
- in einer für sich selbst und für die Familie gemütlichen und freundlichen Umgebung zu leben
- ein Sicherheitsgefühl zu haben, solange angestellt bleiben zu können, wie selbst erwünscht ist

4.2.1.4 Dimension der Unsicherheitsvermeidung

Die Dimension der Unsicherheitsvermeidung gibt an, wie Mitglieder einer Gesellschaft mit unbekanntem und uneindeutigen Situationen umgehen und bis zu welchem Grad sie sich bedroht fühlen (vgl. ³2006: 233). Angehörige von Kulturen mit einem hohen Wert für

Unsicherheitsvermeidung versuchen mithilfe von Plänen und Analysen Unbekanntes vorhersehbar sowie kontrollierbar zu machen, denn die subjektiv herrschende Angst tritt im Gegensatz zur Frucht, ohne Bezug zu einem konkreten Gegenstand oder einer Person auf (vgl. ³2006: 235ff).

In Gesellschaften mit einer hohen Unsicherheitsvermeidung wird eher Wert auf klare Regeln und Vorschriften gelegt, die wenig Interpretationsspielraum lassen, im Gegensatz zu Ländern und Kulturen am anderen Ende des Spektrums, diese sind der Meinung, dass Regelungen lediglich in Ausnahmefällen benötigt werden (vgl. ³2006: 253). Eine schwache Unsicherheitsvermeidung lässt sich an einer Reihe von durchaus unterschiedlichen Merkmalen deuten. Menschen in solchen Gesellschaften nehmen meist die Tage hin, so wie sie kommen und auch die Sorgen um Geld oder Gesundheit sind geringer ausgeprägt, darüber hinaus sind sie risikobereiter, toleranter in Bezug auf Meinungsverschiedenheiten und nehmen Zeit eher als einen Orientierungsrahmen wahr (vgl. ³2006: 262).

Hofstedes Ergebnisse zeigen, dass die Ausprägung der Länder hinsichtlich der Unsicherheitsvermeidung große Unterschiede aufweist und keine konkrete Schlussfolgerung in Bezug auf Regionen oder Kontinente getätigt werden kann. Österreich befindet sich gemeinsam mit Pakistan im mittleren Bereich, hingegen Singapur, Jamaika und Dänemark das Schlusslicht bilden und somit eine niedrige Unsicherheitsvermeidung aufweisen (vgl. ³2006: 234). Den höchsten Wert erzielte Griechenland und befindet sich somit zugleich mit Portugal und Guatemala an der Spitze der Tabelle (vgl. ³2006: 234).

Kutschker und Schmid (⁷2011) stellten sich die Frage, wie sich starke Tendenzen zur Unsicherheitsvermeidung im Management sichtbar machen und sie kamen zu der Erkenntnis, dass diese „sich bereits bei der Entscheidungsfindung zeigen. Entscheidungen in Unternehmungen [...] müssen eindeutig, und präzise sein. Konflikte und unterschiedliche Auffassungen sowie abweichende Verhaltensmuster gilt es zu vermeiden.“ (Kutschker & Schmid ⁷2011: 722)

Sofern alle genannten Merkmale betrachtet wurden, die sich auf eine hohe Unsicherheitsvermeidung beziehen und die Feststellung, dass Griechenland an oberster Stelle angeführt wird, kann diesen Erkenntnissen im Zusammenhang auf die Arbeit und kulturelle Vielfalt am Flughafen durchaus zugestimmt werden. Aegean Airlines ist die größte griechische Fluggesellschaft und von Wien fliegt sie diverse griechische Flugziele an. Nach jahrelanger Berufserfahrung traut sich die Forscherin die Äußerung zu tätigen, dass die Abfertigung dieser Airline bei weitem, mit den meisten Regeln, präzisen Vorschriften, stätiger Kontrolle sowie Einhaltung von Recht und Ordnung, verbunden ist. Bei allen Fluglinien werden

selbstverständlich Regeln und Bestimmungen befolgt, jedoch werden gelegentlich Ausnahmen bezüglich des Übergepäckes, Handgepäckes und etlichen minimalen Geschehnissen erteilt. Unter keinen Umständen aber bei Aegean Airlines. Die sämtliche Flugabfertigung beginnend beim Check-in bis hin zum Boarding wird nach strengen Regeln abgewickelt, welche zusätzlich ständiger Beobachtung unterliegt.

Ein weiteres Merkmal hoher Unsicherheitsvermeidung, welches sich auf Unternehmen bezieht, ist eine technokratische Koordination, welche besagt, dass die Form der Unternehmensführung auf statischer Kontrolle und Rationalität beruht (vgl. Kutschker & Schmid 2011: 722). Dies trifft nach Ansicht der Forscherinnen ebenso auf diese Fluglinie zu, denn die Entscheidungen und Regeln der Vorgesetzten von Aegean Airlines werden prinzipiell aufgrund von Vernünftigkeit getroffen und selten auf Basis von Emotionen.

In Bezug auf Passagiere, welche aus Ländern kommen, die einen niedrigen Wert an Unsicherheitsvermeidung haben, kann es durchaus passieren, dass sie auf Unverständnis hinsichtlich der strikten Regeln der Airline stoßen, sowie der kaum vorhandenen Empathie und Einfühlsamkeit der Vorgesetzten. Des Öfteren war es am Aegean Airlines Check-in der Fall, dass unzufriedene Flugreisende auf andere Fluglinien hingewiesen haben wo die Regeln nicht derartig streng waren. Selbst wenn das Check-in-Personal derselben Meinung wäre, wie die Passagiere, so müsste es nach den Regeln der Airline agieren und diese sind nun mal autoritärer als von anderen Fluggesellschaften.

4.2.1.5 Langfrist- versus Kurzfristorientierung

Die fünfte und letzte Kulturdimension wurde von Hofstede erst nachträglich erarbeitet und bezieht sich darauf, inwiefern Gesellschaften darauf ausgerichtet sind, sparsam zu sein oder wie groß ihre Ausdauer im Verfolgen von Zielen ist (vgl. Hofstede & Hofstede ³2006: 292).

Eine hohe Langfristorientierung, die mit sparsamen Verhalten, ausgeprägtem Schamgefühl sowie Respekt von statusorientierten Rangordnungen zeigt sich in Hofstedes Studie in asiatischen Ländern wie China, Hongkong, Taiwan und Japan (vgl. ³2006: 292ff). In Unternehmen haben strategische Überlegungen in solchen Kulturen Priorität gegenüber taktischen Fragen und die Planung orientiert sich an der weit entfernten Zukunft anstatt der Gegenwart oder der nächsten paar Monate (vgl. Kutschker & Schmid ⁷2011: 729).

Kurzfristige Orientierung hingegen liegt vor, wenn Traditionen sowie Tugenden respektiert und gepflegt werden, hinzu gehört auch der Austausch von Geschenken und Gefälligkeiten sowie Erwidern von Grußformeln (vgl. Hofstede & Hofstede ³2006: 292).

Beispiele für kurzfristig orientierte Länder sind laut Hofstedes Untersuchung Pakistan, Nigeria, aber auch Großbritannien oder die USA (vgl. ³2006: 294).

Wird diese Studie wiederum in den Flughafenkontext eingebettet, so werden die Merkmale der auf Gegenseitigkeit beruhende Grußformeln, Geschenke und Gefälligkeiten von Bedeutung. Es sind oftmals Passagiere aus Großbritannien und der USA, welche den Check-in-Schalter mit einer herzlichen Begrüßung betreten und für eine lockere Unterhaltung jederzeit bereit sind. Im Gegensatz zu asiatischen Reisenden, welche das Einchecken eher pragmatisch angehen und kaum für Smalltalk offen sind. Dies könnte auch mit dem ausgeprägten Schamgefühl zusammenhängen, welches sich laut der Autorin auch darin äußert, dass Menschen aus asiatischen Kulturen nahezu nie mit dem Flughafenpersonal streiten, die Stimme heben oder unangenehm auffallen. Wiederum sind es in der Tat unter anderem amerikanische Fluggäste, welche bei Unzufriedenheit keine Angst haben die Meinung zu äußern, lauter zu werden und eventuell nach Vorgesetzten zu verlangen.

Sämtliche flughafenbezogene Feststellungen beruhen lediglich auf den jahrelangen Beobachtungen und Erfahrungen der Verfasserin und können nicht verallgemeinert werden, jedoch in vielerlei Hinsicht bekräftigen sie Hofstedes Kulturdimensionen.

4.2.1.6 Kritik

Das Kulturmodell und Hofstedes Ergebnisse weisen einige Kritikpunkte und Schwachstellen auf. Einerseits wird Hofstede vorgeworfen, dass die Punktevergabe und Bewertungen nicht repräsentativ für eine Kultur sein müssen und dass die Daten veraltet sind (vgl. Scholz ⁶2014: 976). Natürlich sind Analysen mit Punktevergaben und Indexwerten stets mit Vorsicht zu genießen, denn sie spiegeln ausschließlich Tendenzen wider. Des Weiteren wurde kritisiert, inwiefern die Forschungsergebnisse auf externe Personen ohne IBM-Bezug übertragbar sind (vgl. ⁶2014: 976).

Hofstede reagierte durch Wiederholungsstudien auf diese Kritik und erzielte mit anderen und ähnlichen Untersuchungen vergleichbare Ergebnisse (vgl. Hofstede & Hofstede ³2006: 31ff). Trotz Kritik bilden Hofstedes Kulturdimensionen eine wichtige Grundlage für Wertesysteme und Erkenntnisse von kulturellen Differenzen zwischen Angehörigen unterschiedlicher Länder und Kulturkreise.

4.2.2 Kulturdimensionen nach Edward T. Hall

Im Gegensatz zu Hofstede untersuchte Edward T. Hall die Kulturdimensionen nicht anhand einer primären Forschung, sondern präsentierte seine Erkenntnisse fortlaufend in

unterschiedlichen Publikationen. Die Kulturdimensionen, die Hall gemeinsam mit seiner Ehefrau erarbeitete, sollen als eine Art Werkzeug für kulturübergreifende Kommunikation dienen, denn laut ihnen ist kulturelle Kommunikation deutlich tiefgründiger als jegliche gesprochene oder geschriebene Botschaft (vgl. Hall & Reed-Hall 1990: 4). Denn „[...] cross-cultural communication has more to do with releasing the right responses than with sending the right messages.“ (Hall & Reed-Hall 1990:4)

Hall identifizierte schrittweise insgesamt vier Kulturdimensionen, die Kontextorientierung, Raumorientierung, Zeitorientierung und schließlich die Informationsgeschwindigkeit (vgl. Hall & Reed-Hall 1990). Diese werden nun vorgestellt.

4.2.2.1 Kontextorientierung

Unter Kontext wird die Interaktionssituation verstanden, in welcher die Kommunikation verläuft und aus welcher diese ihren Sinn bezieht (vgl. Lüsebrink ⁴2016 :30). Kontext bestimmt laut Hall jegliche Bedeutung von Kommunikation und daher unterscheidet der Anthropologe zwischen high-context sowie low-context-Kulturen. Einzelne Begriffe oder Phrasen können in unterschiedlichen Zusammenhängen ja nach kulturellem Hintergrund ihre Bedeutung variieren (vgl. Hall & Reed-Hall 1990: 6).

In high-context-Kulturen werden Informationen implizit übermittelt und das Wesentliche ist nicht das was gesagt wird, sondern wie etwas geäußert wird, dabei spielt die non-verbale sowie paraverbale Kommunikation eine wichtige Rolle (vgl. 1990: 6). Zu high-context-Kulturen zählen arabische Länder oder Japan (vgl. 1990: 6).

Die Kommunikation sowie die Formulierung in low-context-Kulturen ist eindeutiger und linear und die Bedeutung kann direkt aus dem Gesagten verstanden werden (vgl. 1990: 7). In solchen Fällen besteht nicht die Notwendigkeit auf die Art und Weise der Aussage zu achten, sondern es kann davon ausgegangen werden, dass die inhaltliche Ebene ausschlaggebend ist. Zu low-context-Kulturen zählt Amerika, Deutschland, Skandinavien oder die Schweiz (vgl. 1990: 7).

Missverständnisse können folglich entstehen, wenn Angehörige von high-conext- sowie low-context-Kulturen gemeinsam konfrontiert werden und von diesen grundsätzlichen Unterschieden keine Kenntnis haben. In solchen Fällen könnte es passieren, dass die miteinander kommunizierenden Personen aneinander vorbeireden, da jede Seite etwas anderes versteht als tatsächlich gemeint wird.

4.2.2.2 Raumorientierung

Die zweite Dimension beschäftigt sich mit der Frage der Raumorientierung hinsichtlich der Privatsphäre und des Territoriums. Unter Privatsphäre wird ein unsichtbarer Bereich verstanden, der eine Grenze angibt, von der jede Person umgeben ist, diese aber von anderen Personen nicht durchdringt werden darf (vgl. 1990: 10). Die Beziehung zwischen Menschen ist ausschlaggebend darüber, wie stark sich Personen näherkommen dürfen. Auch die kulturellen Hintergründe spielen eine wichtige Rolle, denn in Nordeuropa ist diese vorhin genannte unsichtbare Grenze deutlich größer und undurchdringlicher als in Südeuropa, daher kann es vorkommen, dass Personen aus Skandinavien oder England das Gefühl bekommen, dass ihnen Menschen aus mediterranen Ländern zu nahekommen (vgl. 1990: 11).

Das Territorium bezeichnet Orte oder Gegenstände, die vertraut, heimisch und als „das mir gehörige“ gekennzeichnet sind, wie beispielsweise die Küche einer Chefköchin oder eines Chefkochs. (vgl. 1990: 10). Die Raumorientierung und der Güterbesitz ist auch mit Machtverhältnissen zusammenhängend, denn wird ein Auto berührt und beschädigt, so fühlt es sich für die deutschen Autobesitzerinnen und Autobesitzer derartig an, als würden sie selbst angegriffen werden (vgl. 1990: 10).

Für das Bodenpersonal stellt der Check-in-Schalter zweifellos sowohl ein Territorium dar als auch einen gewissen Abstand zu den Passagieren, der ein wenig Privatsphäre gewährleistet. Auf dem Schalter befinden sich Arbeitsmaterialien der gegenwärtig abzufertigenden Airline. Dieses Material, bestehend aus Anhängern und Aufklebern, hat jeweils seine spezifische Bedeutung und kommt zu unterschiedlichen Situationen zum Einsatz. Immer wieder tritt der Fall ein, dass Passagiere, ohne zu fragen, nach dem Material oder einem Kugelschreiber greifen, obwohl diese Gegenstände nicht zur freien Entnahme stehen und deutlich im privaten Arbeitsbereich des Personals liegen.

Das verdeutlicht, dass die Raumorientierung von Person zu Person unterschiedlich ist und während es für einige selbstverständlich ist, im Bedarfsfall nach einem Kugelschreiber zu greifen, kann es wiederum für einige als eine Verletzung der Privatsphäre empfunden werden. Solche Missverständnisse können sich dann wiederum negativ auf die weitere gemeinsame Kommunikation auswirken.

4.2.2.3 Zeitorientierung

Halls dritte Dimension unterscheidet Kulturen nach ihrer verschiedenartigen Zeitauffassung. Einerseits gibt es polychrone und andererseits monochrome Kulturen (vgl. 1990: 13). In monochronen Gesellschaften wird Zeit linear wahrgenommen und die Aufgabenerfüllung

erfolgt nacheinander. Pünktlichkeit, Terminplanung und Einhaltung dieser geplanten Termine hat in monochronen Kulturen einen hohen Stellenwert (vgl. 1990: 14). Zu strukturierten monochronen Ländern zählt Amerika, Deutschland, Schweiz und Skandinavien (vgl. 1990: 14).

Den Gegenpol dazu bilden polychrone Gesellschaften zu denen arabische und lateinamerikanische Kulturen zählen (vgl. 1990: 16). Polychrone Personen betrachten Zeit als dehnbar und erfüllen mehrere Aufgaben gleichzeitig, wobei der Abgabetermin oder die Pünktlichkeit nur einen gewissen Leitfaden darstellt und keine fixe Regel (vgl. 1990: 15). Polychrone Kulturen sind offener und toleranter gegenüber Abweichungen und im Gegensatz zu monochronen Menschen, die sich vor allem auf die Arbeit fokussieren, bevorzugen polychrone Gesellschaften soziale Bindungen und freundschaftliche Verhältnisse auch in der Arbeitswelt (vgl. 1990: 15).

Halls weitere zeitliche Unterscheidung bezieht sich auf die Vergangenheits- sowie Gegenwartsorientierung (vgl. 1990: 17). In Ländern wie Deutschland, in denen geschichtliche Hintergründe eine wichtige Rolle spielen, beginnen Artikel, Reden, Gespräche oft aus einem historischen Blickwinkel und dieser Fakt führt bei ausländischen Personen oftmals zur Verwirrung (vgl. 1990: 17).

Im Hinblick auf die Pünktlichkeitssituation am Check-in hat die Forscherin ebenso den Eindruck gewonnen, dass arabische Kulturen zweifellos zu polychronen Gesellschaften gehören. Damit ist nicht gemeint, dass arabische Fluggäste unpünktlich wären, sondern viel mehr, dass für sie der Zeitbegriff dehnbar und nicht fix festgelegt zu scheinen mag. Zur Erklärung, die Arbeit am Flughafen, sowohl am Check-in oder während des Boardings ist wie bereits erwähnt, mit strengen Zeitfristen verbunden. Jeder Check-in endet zu einer bestimmten Uhrzeit, die auch eingehalten werden muss. Nur in äußersten Notfällen oder Ausnahmesituationen darf diese festgelegte Zeit, nach Absprache mit Vorgesetzten, überschritten werden. In der Regel kommen Passagiere zur Abfertigung zwei Stunden vorher, um Stress oder Zeitdruck zu vermeiden. Bei arabischen Airlines ist es übliche Praxis, dass Fluggäste auch zehn Minuten vor der Schließung des Schalters erscheinen und nach Upgrades oder Umbuchungen fragen, wobei diese Leistungen eine gewisse Zeit in Anspruch nehmen. In der jahrelangen Arbeitserfahrung der Autorin wurden selten beobachtet, arabische Passagiere gestresst oder unter Zeitdruck wären.

Hingegen sind Passagiere aus Amerika, welche laut Hall zu monochronen Kulturen gehören, völlig gegenteilig und nehmen Zeitfristen äußerst ernst, denn üblicherweise befinden sich Fluggäste aus Amerika unter den ersten Passagieren in der Check-in Schlange. Die Möglichkeit des Vorabend-Check-ins ist bei diesen Fluggästen ebenso beliebt.

Gleichfalls wird von der Autorin erfahrungsgemäß bestätigt, dass Reisende aus Skandinavien Zeitfristen am Check-in sowie Boarding ernst nehmen und stets pünktlich sind. Die finnische Fluglinie Finnair wird vorwiegend von Passagieren aus Finnland, Norwegen und Schweden genutzt und es ist nicht überraschend, dass genau diese Airline eine hohe Pünktlichkeitsrate aufweist. Im Jahr 2018 befand sich Finnair im Vergleich mit anderen europäischen Airlines auf dem achten Platz bezüglich der Pünktlichkeit (vgl. Aviation Worldwide Limited 2018: 9).

4.2.2.4 Informationsgeschwindigkeit

Bei der vierten und letzten Kulturdimension geht es um die unterschiedliche Geschwindigkeit, mit der Informationen im Kommunikationsprozess verarbeitet werden (vgl. 1990: 22). Die Informationsverarbeitung erfolgt laut Hall je nach Kultur unterschiedlich schnell. In Ländern, die der low-context-Kultur angehören, wie Amerika, Deutschland oder Schweiz werden Informationen gezielt gesteuert, hingegen bei high-context Kulturen haben Informationen einen freien Lauf (vgl. 1990: 23). „[...] low-flow information is associated with both low-context and monochronic time resulting from the compartmentalization associated with low-context institutions and of taking up one thing at a time.” (Hall & Reed-Hall 1990: 23f)

5. Fremdwahrnehmung und Missverständnisse

Nicht alle Menschen studieren oder befassen sich mit dem Kulturbegriff sowie den unterschiedlichen Kulturmodellen und deren Anwendung im Arbeitsleben, daher sind in vielerlei Situationen kulturelle sowie sprachliche Missverständnisse geradezu prädestiniert. Eine erhebliche Rolle bei Missverständnissen und Trugschlüssen spielt die Fremdwahrnehmung. Wir nehmen sowohl Orte als auch Menschen als fremd wahr, die vor allem durch eine unbekannte Sprache und ein ungewöhnliches Aussehen sowie Auftreten auffallen (vgl. Broszinky-Schwabe 2017: 211). Fremdbilder werden maßgeblich von der eigenen Wahrnehmung geprägt und eine große Einflussnahme hat die eigene kulturelle Zugehörigkeit (vgl. Pfab 2020: 13). Die Fremdheit kann sich sowohl auf die Religion, Ethnie, Weltregion oder auch soziale Klasse beziehen (vgl. Broszinsky-Schwabe 2017: 211). All dies kann bei interkulturellen Begegnungen zu fälschlichen Deutungen, Aussagen sowie Handlungen führen. Kulturelle Missverständnisse können daher unterschiedliche Ursachen

haben, aber bevor wir uns den konkreten Konfliktpotenzialen widmen, befassen wir uns präziser mit Selbs- und Fremdbildern, welcher in interkulturellen Interaktionen stets präsent sind.

5.1 Selbstbild und Fremdbild

Selbstbilder beruhen grundsätzlich auf Selbstwahrnehmung, wobei bei Fremdbildern zwischen zwei Arten unterschieden wird: Fremdbilder, die wir uns von Anderen machen, oder Fremdbilder die sich Andere von uns machen. In beiden Fällen spielt Wahrnehmung, welche stets subjektiv ist und von Werten, Gefühlen sowie Erfahrungen beeinflusst wird, eine erhebliche Rolle (vgl. Pfab 2020: 19f). Menschen denken primär in Bildern und diese entstehende symbolische, bildliche Wirklichkeit dient nicht nur einer Orientierungsfunktion im Leben, sondern es werden, durch Abgrenzung von anderen Bildern, Selbstbilder geschaffen (vgl. Korte 2002: 46).

Durch die Vorstellung, welche wir von unserem Selbst haben, wird unser ganzes Leben hinsichtlich des Denkens, Fühlens und Handelns beeinflusst. Die eigene Identität, also wie wir uns als Menschen sehen und wer wir eigentlich sind, wird uns durch Selbstbilder bewusst (vgl. Pfab 2020: 20). Das individuelle Selbstbild steht aber nicht zusammenhangslos neben anderen Selbstbildern, sondern wird von diesen maßgeblich beeinflusst und zudem enthält jedes individuelle Selbstbild stets zeitgleich Komponente von kollektiver Identität (vgl. Korte 2002: 46). Neben der persönlichen und kollektiven Identität beinhaltet das Selbstbild auch die soziale Identität, welche die Ethnie, kulturellen Traditionen oder beruflichen Status umfasst (vgl. Pfab 2020: 21). Da die eigene Selbstwahrnehmung durch unterschiedliche Elemente und Eindrücke konstant beeinflusst wird, ist sie eindeutig wandelbar und nicht statisch.

Fremdbilder, die Andere von uns haben, basieren auf dem selben Prinzip, wie die Fremdbilder die wir uns von anderen machen. Diese sind mit der eigenen Identität sowie dem persönlichen und kollektiven Selbstbild gänzlich verbunden und spielen in der interkulturellen Kommunikation eine erhebliche Rolle (vgl. Lüsebrink ⁴2016: 95). Das Fremde kann einerseits als faszinierend, andererseits auch als irritierend und feindlich betrachtet werden (vgl. ⁴2016: 96). Die Wissenschaft unterscheidet zwischen Exotismus und Xenophobie. Xenophobie, also Fremdenfeindlichkeit kann sich bereits in der Kindheit entwickeln und das Fremde wird als das Böse wahrgenommen (vgl. Broszinsky-Schwabe 2017:219). Hingegen ist der Begriff Exotismus mit einer positiven Konnotation besetzt und kann mit Faszination gleichgesetzt werden (vgl. Lüsebrink ⁴2016: 125).

Welches Bild wir uns von Anderen machen, wird einerseits durch den ersten und letzten Eindruck geprägt, aber auch durch die Reihenfolge der Informationen, die wir über die Person bekommen (vgl. Pfab 2020: 22). Die implizite Persönlichkeitstheorie, welche genutzt wird, um andere Menschen zu beurteilen und einzuschätzen, da sie aus gewissen Eigenschaften der Person implizit auf weitere Eigenschaften schließen lässt, prägt ebenso das Fremdbild (vgl. 2020: 23). Diese subjektiven Einschätzungen und Beurteilungen anderer Menschen können sowohl einen positiven als auch negativen Beiklang haben, müssen aber keinesfalls der Wahrheit entsprechen. So wird beispielsweise einer, auf den ersten Blick, abweisenden und unfreundlichen Person Arroganz zugeschrieben, wiederum wird lächelnden Menschen Hilfsbereitschaft zugeordnet.

Jeder von uns wird von individuellen Fremdbildern geprägt, die einerseits durch eigene Erlebnisse, andererseits durch Erzählungen über Fremde entstanden sind, wobei diese Fremdbilder nicht gesellschaftlich bestätigt sein müssen (vgl. Broszinsky-Schwabe 2017: 218).

Betrachten wir die Situation am Check-in und die unzähligen Begegnungen mit Passagieren aus aller Welt, so ist es nicht unüblich, dass dadurch gewissen Eindrücke und Bilder entstehen. Fremdbilder können gegebenenfalls mit Stereotypen gleichgesetzt werden, da ebenso Bilder im Kopf entstehen, die keinen objektiven Wirklichkeitsgehalt besitzen müssen und auch werten sein können (vgl. 2017: 225.). Der Stereotypisierung werden wir uns nun im nachstehenden Unterkapitel widmen.

5.1.1 Stereotypisierung

Die Schulausgabe des Österreichischen Wörterbuchs (2004) definiert den Begriff Stereotyp schlichtweg als *Klischee* oder *Vorurteil* und das Adjektiv stereotyp als *etwas feststehendes, starres* sowie *ständig gebrauchtes*. Blicken wir zusätzlich auf die Definition der Wörter *Klischee* und *Vorurteil*, so wird deutlich, dass beide negativ besetzt sind, denn *Klischee* wird als *Abklatsch, billige, gedankenlose Nachahmung* beschrieben und ein *Vorurteil* als eine *unbegründete Meinung* (vgl. Österreichisches Wörterbuch 2004). Trotz dieser Schilderungen müssen Stereotype nicht immer negativ sein, sondern können durchaus eine neutrale als auch positive Darstellung erzeugen, wobei es sich jedoch um generalisierte und vereinfachte Klassifizierungen handelt (vgl. Broszinsky-Schwabe 2017: 223).

Die Funktionen von Stereotypen sind divers und der deutsche Kulturwissenschaftler Hermann Bausinger (1988) unterscheidet zwischen sechs unterschiedlichen Zwecken von Stereotypen. Diese haben eine Verallgemeinerungsfunktion, Orientierungsfunktion, Identifikationsfunktion, Abgrenzungsfunktion, Selbstdarstellungsfunktion sowie eine

Rechtfertigungsfunktion (vgl. Bausinger 1988: 161). Die wohl wichtigste Funktion ist die Orientierungsfunktion, denn durch sie wird erleichtert, sich in der Komplexität der Welt zurechtzufinden und das Fremdkulturelle überschaubarer werden zu lassen (vgl. 1988: 164).

Eine weitere Funktion dient „der Erhaltung des eigenen Wertsystems.“ (Broszinsky-Schwabe 2017: 224) Aufgrund von sozialer Kategorisierung fällt es Menschen leichter über andere zu urteilen, da bereits eine allgemeine soziale Übereinstimmung gegeben ist (vgl. 2017: 224). Stereotypen sind aber äußerst wahrnehmungsverzerrend, da die Wahrnehmung selektiv ist und die eigenen Erfahrungswerte oftmals von Stereotypen beeinflusst sind, weil wir oft unbewusst nach dem *typischen* suchen (vgl. Bausinger 1988: 165).

Auf die Frage, ob Stereotype veränderbar oder aufhebbar sind, ist sich die Wissenschaft durchaus einig, denn Stereotype sind „sehr resistent gegenüber Veränderungen der gesellschaftlichen Realität. Sie bilden sich unter bestimmten historischen Situationen heraus und werden später nicht erneut hinterfragt.“ (Broszinsky-Schwabe 2017:226) Da Stereotype auch einen emotionalen Charakter haben, lässt sich das subjektive Bild des Fremden nicht aufheben, ferner wird es womöglich durch ein anderes Stereotyp ersetzt, welches als komplexer wahrgenommen wird (vgl. Prokop 1995: 197).

„Praktisch sieht es so aus, dass man die aus der Alltagserfahrung resultierenden Überzeugungen über andere mit dem schon a priori vorhandenen Stereotyp vergleicht. Wenn ein negatives Ausgangsbild vorhanden ist und durch die Erfahrung bestätigt wird, entsteht nicht ein positives Bild, sondern ein neues negatives Bild.“ (Prokop 1995: 197)

Tourismus und das Kennenlernen von fremden Kulturen und Ländern erweitert einerseits den Horizont jedoch wird die Reise stets mit eigenen Stereotypen und Vorurteilen angetreten. Viele Bilder im Kopf werden durch Medien bekräftigt, da sich oftmals Reisewerbungen klischeehafter Darstellungen bedienen (vgl. Lüsebrink ⁴2016: 105). Die Annahme, dass Reisen in fremde Länder die Stereotype komplett aufheben könnten, hat sich durch einige Studien als naiv erwiesen (vgl. Bausinger 1988: 165). Reisende haben die Tendenz fremde Kulturen bloß oberflächlich wahrzunehmen und die aus der Reise gewonnen Erkenntnisse beziehen sich größtenteils auf idyllische Landschaften, Traditionen sowie das Aussehen und die Eigenschaften der einheimischen Menschen (vgl. Hesse 2008: 11). Zwar besteht das Bemühen fremde Kulturen nicht stereotypisch zu betrachten, bewährt sich der Versuch jedoch nicht immer, da der Fokus auf das Andere und die damit verbundene Kontrastierung zum Eigenen, die Sichtweise einschränkt (vgl. 2008: 11).

Die Arbeit am Check-in für diverse Fluglinien und unterschiedliche Destinationen kann wie ein kultureller Ausflug gesehen werden, denn gleichermaßen wie Touristen auf Reisen, so lernt das Bodenpersonal Menschen und Verhalten sowie Charaktereigenschaften kennen. Mit zunehmender Zeit entstehen Assoziationen und es werden Fluggesellschaften und Passagieren Eigenschaften zugeordnet, die genau wie bei Stereotypen neutral, positiv oder negativ sein können. Am Flughafen handelt es sich vor allem um nationale Stereotype, welche im nächsten Unterkapitel beschrieben werden. Bei Begegnung mit jeglichen Kulturen und Ländern ist es dennoch wichtig, über das eigene kulturelle Selbstverständnis hinwegzusehen und keine Wertungen zu fällen, was wiederum stark mit interkultureller Kompetenz und erfolgreicher interkulturellen Kommunikation verbunden ist (vgl. 2008: 11).

Angesichts der Kommunikation mit Passagieren ist es irrelevant, welches Bild das Personal von den Fluggästen hat, denn hinsichtlich der notwendigen, standardgemäßen und niveauvollen Informationswiedergabe sollte sich aufgrund von Vorurteilen nichts ändern. Wiederum kann sich dem Bodenpersonal aber eine erfahrungsgemäße Einschätzung und Kenntnis von gewissen Charaktereigenschaften als nützlich erweisen, wenn sie diese in der Kommunikation mit Reisenden sinnvoll einsetzen. Hinnenkamp (2004) veranschaulicht dieses (Aus)nützen des kulturellen Verstehens am Beispiel von der Eroberung Mexikos durch Hernán Cortés. Da Cortés viel über die Lebensweise der mexikanischen Indiokulturen wusste und dieses Wissen bloß einseitig war, gelang ihm die Eroberung (vgl. 2004: 13). Am Check-in werden weitaus mildere Ziele verfolgt, aber die Quintessenz, das Wissen Macht bedeutet, bleibt die gleiche.

5.1.2 Völkerstereotype

In der interkulturellen Kommunikation geht es vorwiegend um Völkerstereotype und daher spielen sie auch in der Kommunikation am Flughafen eine Rolle. Nationale Stereotype werden nicht primär aufgrund eigener Erfahrung gebildet, sondern werden vor allem traditionell überliefert (vgl. Budke 2006: 139). Völkerstereotype sind oft in Karikaturen, Erzählungen und Witzen präsent und der nachstehende Scherz verdeutlicht, mit welchen Merkmalen und Verhaltensweisen sich nationale Stereotype unter anderem bedienen:

Kürzlich wurde eine weltweite Umfrage durchgeführt. Die Frage lautete:

„Bitte nennen Sie uns Ihre Meinung zum Nahrungsmangel im Rest der Welt!“

Die Umfrage war ein kompletter Flop, weil
in *Afrika* niemand wusste, was *Nahrung* ist,

in *Europa* niemand wusste, was *Mangel* ist,
in *Osteuropa* niemand was, was *Meinung* bedeutet,
in *Südamerika* niemand wusste, was *Bitte* bedeutet,
in den *USA* niemand wusste, was *Rest der Welt* bedeutet!

Völkerstereotype verändern sich in einem sehr langsamen Tempo, da zugeschriebene Eigenschaften, die seit Jahrhunderten vorherrschten, heutzutage mitunter immer noch angewendet werden (vgl. 2006: 140).

Es gibt diverse Methoden, um herauszufinden, welche Völkerstereotype überwiegen, wie zum Beispiel Fragebögen, Studien, Eigenschaftslisten oder Bewertungsskalen (vgl. Broszinsky-Schwabe 2007: 227f). Eine Studie von 1953 befasste sich mit der Frage, wie sich Nationen gegenseitig wahrnehmen und dies anhand der passenden Auswahl aus zwölf Adjektiven (vgl. 2007: 228). Die Ergebnisse aus der Sicht der Deutschen zeigten, dass sie beispielsweise Frankreich als ein intelligentes sowie überhebliches Volk wahrnehmen und die amerikanischen Menschen als großzügig oder praktisch (vgl. 2007: 229). Aufgrund von Nationalitäten werden Menschen also Eigenschaften zugeschrieben, die stets in gewisser Weise wertend sind. Auch wenn diese Kategorisierungen unzutreffend und fehlerhaft sein können, besteht die Möglichkeit anhand von nationalen Stereotypen Vorhersagen und Rückschlüsse über Personen zu treffen (vgl. Budke 2006: 140).

Es ist jedenfalls möglich, Passagiere anhand von nationalen Eigenschaften richtig einzuordnen. Des Öfteren wird auch mit Kolleginnen und Kollegen auf spielerische Art und Weise versucht, die Nationalität der Passagiere vorab zu erraten und in den meisten Fällen gelingt die korrekte Einordnung. Sicherlich beträgt die Erfolgsquote nicht 100%, was wiederum bestätigt, dass nationale Kategorisierungen fehlerhaft und unzuverlässig sein können, aber allgemein betrachtet ist die Identifizierung aufgrund Erfahrungen und Vorkenntnisse nahezu immer möglich und korrekt.

Kanadische Linguisten befassten sich eben mit diesem Paradoxon, dass einerseits Völkerstereotypen keine Aussagekraft über die Persönlichkeitsmerkmale haben, andererseits aber zutreffend und verlässlich sind (vgl. Sneffjella et. al. 2018: 1). Sneffjella (2018) und seine Kollegen stellten sich die Frage, worin nationale Stereotypen verankert sein könnten und veranschaulichten anhand des Beispiels von Amerika und Kanada, dass nationale Stereotypen durch das Sprachverhalten widerspiegelt werden. Die Datenerhebung erfolgte auf dem sozialen Netzwerk Twitter, wo über 40. Millionen Kurznachrichten aus Kanada sowie Amerika nach den meistgebrauchten Wörtern und Emojis untersucht wurden. Diese dienten dann als

Grundlage für die Einschätzung des nationalen Charakters. Die Ergebnisse zeigten, dass amerikanische Kurznachrichten bevorzugt Slang, Emojis und Tabu-Wörter enthielten was von Offenheit und Neurotizismus spricht (vgl. 2018: 11). Die kanadische Wortwahl beinhaltete vorwiegend höfliche und positive Ausdrücke, wie *great, thanks, good, amazing, happy* was wiederum den Gemütszustand der Nation widerspiegelt (vgl. 2018: 11). Grundsätzlich wird Kanada stereotypisch als eines der höflichsten Länder betrachtet, was auch in dieser Studie zum Vorschein kam. Letztendlich kam aus der primären Fragestellung nach der Verankerung der nationalen Stereotype eine neue auf, und zwar, wovon unser sprachliches Verhalten bestimmt wird (vgl. 2018: 32)?

Es ist also offensichtlich, dass Völkerstereotype und Stereotype allgemein ein sehr komplexes Thema sind und sich kein eindeutiges *richtig* oder *falsch* nachweisen lässt. Stereotype können aber in Bezug auf interkulturelle Kommunikation sowohl positive als auch negative Auswirkungen haben. Diesen werden wir uns nun widmen.

5.1.3 Auswirkungen von Stereotypen auf interkulturelle Kommunikation

Welche Auswirkungen Stereotypen auf die interkulturelle Kommunikation haben können, ist von der Einstellung jeder einzelnen Person abhängig. Jiafu (2016) schildert positive Auswirkungen aufgrund von Stereotypen anhand von wirklichkeitsgetreuen Beispielen aus seinem Leben. Da Jiafu ein asiatisches Aussehen hat, somit prototypisch in die Kategorie *Asiate* fällt, wird ihm in Deutschland des Öfteren die Frage nach seiner Herkunft gestellt, konkret ob er Koreaner, Chinese, Japaner oder Vietnameser sei. Nachdem er seine chinesische Herkunft und somit die Stereotypen der Fragenden bestätigt, wird er umso mehr als Chinese betrachtet und im Falle, dass die Fragenden ein zusätzliches Interesse und Wissen über Chinesen besitzen, führt dies meistens zu positiven und erfolgreichen Kommunikationen (vgl. Jiafu 2016: 438).

Jiafu (2016) ist der Ansicht, dass sich solche Fragen nicht bloß auf einen Stereotyp stützen, sondern auf mehreren Tatsachen beruhen. Beispielsweise war die Frage *Sind Sie Japaner?* nicht willkürlich gewählt, sondern geschah auch aufgrund der Gegebenheiten, dass sich zu der Jahreszeit viele japanische Touristen in Deutschland aufhielten und dieser situative Faktor von den Fragenden miteinbezogen wurde (vgl. 2016: 438).

Wird die Situation umgedreht und wir betrachten die häufig gestellten Fragen von Chinesen an Menschen aus der westlichen Kultur, so können Stereotype bei erfolgreicher Kommunikation auch behilflich sein. Als Beispiel nennt Jiafu (2016) beliebte chinesische Fragen *Wie alt sind Sie? Wie viel verdienen Sie?* Es sind alles Fragen, die in der westlichen Kultur nicht gerne gehört werden und als gewisse Verletzung der Privatsphäre betrachtet

werden, daher genügt alleinig der Stereotyp, dass der westliche Kulturkreis hohen Wert auf Privatsphäre legt und durch diese Kenntnis wird die unpassende Frage sowie die daraus resultierende Verlegenheit in der Kommunikation vermieden (vgl. 2016: 439).

Da Stereotype eine Orientierungsfunktion besitzen, dienen sie einerseits in vielen kommunikativen Fällen zur Vorbeugung von Missverständnissen, aber andererseits auch zur Bildung von Missverständnissen. Wie wir bereits wissen, sind Stereotype stets wertend und es ist durchaus möglich, dass Menschen der eigenen Kulturgruppe positive Eigenschaften zuschreiben und der fremden Kultur eher negative, wobei es bei übermäßigen negativen Konnotationen zu Fremdenfeindlichkeit kommen kann (vgl. 2016: 440). In solchen Fällen ist es offensichtlich, dass die interkulturelle Kommunikation nicht erfolgreich verlaufen kann, wenn auf einer Seite bzw. auf beiden Seiten Xenophobie vorherrscht. Haben zwei Personen gegenseitig abschlägige Stereotype übereinander, so ist es durchaus möglich, dass ein Kommunikationsaustausch gar nicht zu Stande kommt (vgl. 2016: 440).

5.2 Unzureichende Sprachkompetenz

Nicht bloß kulturelle Unterschiede oder eine verzerrte Fremdwahrnehmung können zu Missverständnissen in der Kommunikation führen, aber alleinig bereits eine mangelhafte Sprachkompetenz. Da Englisch die Lingua Franca der Flughäfen ist, gehört die Kenntnis und Beherrschung dieser, zur Selbstverständlichkeit der Angestellten. Das Niveau kann aber hin und wieder auch bei Flughafenangestellten mangelhaft sein was auf Seiten der Flugreisenden zu Verwirrung und Missverständnissen führt. Beispielsweise wurde beobachtet, wie ein Check-in-Agent einen Passagier nach seinem „final destiny“ anstatt von „final destination“ gefragt hat, was zu Gelächter und unangenehmer Situation geführt hat.

Es ist gewiss wünschenswert, dass ausländische Passagiere Englisch sprechen, aber es ist keine Bedingung bei Buchungen von Flugreisen oder dem Flughafenaufenthalt die englische Sprache zu verstehen. In manchen Fällen ist eine aufgezwungene Lingua Franca sogar unvorteilhaft, da viele Informationen verloren gehen können, aufgrund der mangelnden Verständnis seitens von nichtmuttersprachlichen Flugreisenden (vgl. Schick ⁴2010: 208).

Viele, meist ältere, Passagiere ohne Englischkenntnisse kennen zwar die grundlegenden Fachbegriffe der Fliegerei wie *check-in*, *boarding* und *gate* vom Hören, aber da sie die tatsächliche Wortbedeutung nicht kennen, kommt es immer wieder vor, dass sie die Wörter falsch anwenden. Des Öfteren fragen verirrte Fluggäste nach dem Check-in, wobei sie eigentlich den Flugsteig meinen. Oder wenn die Frage „Where should I go?“ mit der

Gegenfrage „Are you looking for the check-in or the gate?“ beantwortet wird, sind sie oft überfordert, da sie nicht wissen, was nun genau mit *check-in* oder *gate* gemeint ist.

Die Wörter *tax-free* bzw. *tax refund* sorgen auch hin und wieder für Unklarheiten, denn bei gewissen internationalen Destinationen besteht die Möglichkeit, die Mehrwertsteuer mancher Einkäufe am Zoll Schalter zurückzufordern. Am Abfertigungsschalter wird daher im Vorhinein, bevor der Koffer abgeschickt wird nach *tax-free-items* gefragt. Meist betrifft es die Destinationen China und Russland. Erfahrungsgemäß sind es aber insbesondere chinesische sowie russische Passagiere, die oftmals Schwierigkeiten mit der englischen Sprache haben. Daher kommt seitens der Passagiere oft ein höfliches und verwirrtes „Yes, yes!“ auf die Frage „Tax-free?“ obwohl es nichts zum refundieren gäbe. Es dauert dann einen gewissen Zeitraum, bis den Passagieren klargemacht wird, was mit der Frage „Tax-free?“ beabsichtigt wird und die Mimik macht es deutlich, ob die Erklärungsversuche verstanden wurden oder nicht.

Es ist ersichtlich, dass Missverständnisse jeglicher Art in internationalen Orten, wie dem Flughafen, an der Tagesordnung sind und die Kommunikation mit Passagieren oft nicht mühelos ist. Aber auch scheinbar aussichtslose kommunikative Situationen haben grundsätzlich eine Lösung.

6 Eigene empirische Untersuchung

Wie bereits am Anfang erwähnt, befasst sich die vorliegende Masterarbeit mit interkultureller Fachkommunikation zwischen Passagieren und dem Bodenpersonal am Flughafen Wien-Schwechat unter erschwerten Bedingungen. Diese Bedingungen beziehen sich auf unterschiedliche kulturelle, sprachliche und situative Gegebenheiten. Das Modell der *Sozialen Welten* von Anselm Strauss diente als Grundlage und das Augenmerk der Arbeit liegt auf dem praxisorientierten Kommunikationsprozess. Die Fragestellung, ob die Kommunikation zwischen Passagieren und dem Bodenpersonal trotz kultureller und sprachlicher Unterschiede und den daraus folgenden Herausforderungen möglich ist, wird nun nach Betrachtung aller theoretischen Überlegungen mittels empirischer Methoden und der Grounded Theory erforscht.

Die Grounded Theory wurde von Anselm Strauss und Barney Glaser begründet und ist vor allem in der qualitativen Sozialforschung bedeutend, wobei sie heutzutage in diversen Wissenschaftsdisziplinen verbreitet ist und der ursprüngliche Ansatz zum Teil weiterentwickelt wurde (vgl. Lueger 2007: 189). Das Ziel der Grounded Theory ist mittels Beobachtungen,

Interviews und anderen empirischen Daten eine neue Theorie zu formulieren (vgl. Urquahart et al. 2010: 359). Es handelt sich um eine offene und forschende Methodik, wobei bei der Analyse der Prozess interpretativ ist und die Theorie aus dem Zusammenspiel der Datensammlungen und Auswertungen entsteht (vgl. Corbin 2003: 71f). In der Grounded Theory ist die Bestätigung oder Widerlegung einer Hypothese nicht bedeutend, sondern viel mehr diese zu erweitern oder sie zu optimieren (vgl. Urquahart et.al 2010: 360). Die aufgrund von Beobachtungen gewonnen Informationen werden auf Relevantes untersucht sowie in Kategorien zusammengefasst (vgl. Corbin 2003: 71) Bei den anschließenden Beobachtungen sollte der Fokus darauf gerichtet sein, Ereignisse, die auf bestehende Konzepte hinweisen, zu identifizieren und ihre Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu vergleichen, sowie auf neue Konzepte hinzuweisen (vgl. 2003: 71).

„Der Forschungsprozess wird also nicht linear, sondern interaktiv-zyklisch organisiert. Einzelne Ereignisse im Material werden mit anderen systematisch verglichen, um sukzessive ein theoretisches Verständnis ihrer Bedeutung im Hinblick auf die interessierende Fragestellung zu erarbeiten, ohne dabei von einer a priori aufgestellten Untersuchungshypothese gelenkt zu sein. Erkenntnisleitend ist dabei gerade zu Beginn eine eher vage von Neugier geprägte Forschungshaltung im Sinne der Frage: Was geht hier eigentlich vor? Zugleich erlaubt das fortschreitende Wechselspiel zwischen Materialanalyse und konzeptuellem Denken die schrittweise Präzisierung und Ausdifferenzierung der Forschungsfrage.“ (Bohnsack et al. 2018: 98)

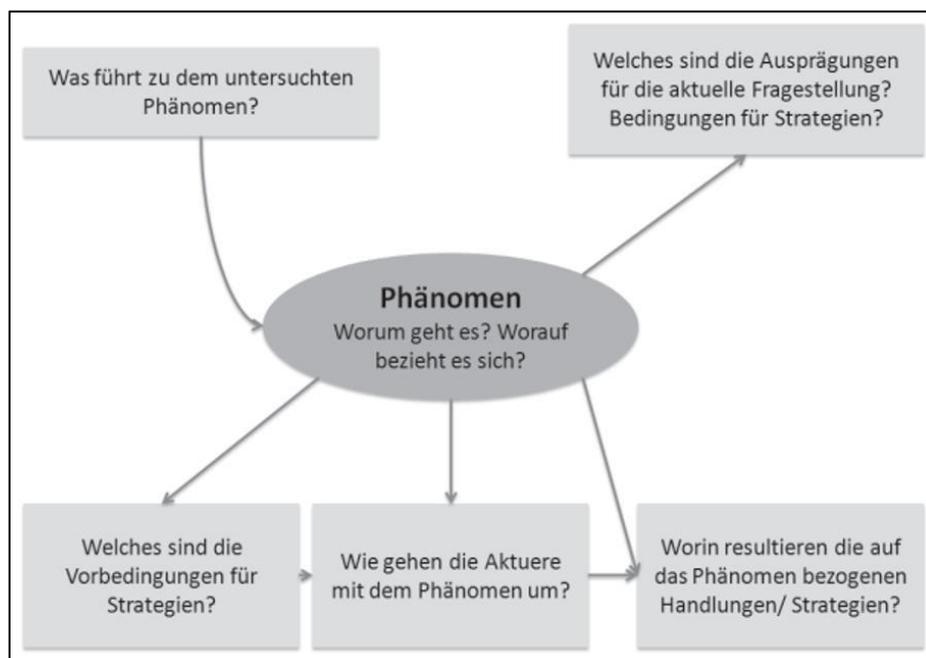


Abb. 5 Das Kodierparadigma nach Strauss (Schmidt et al. 2015: 43)

Das ständige Vergleichen des Materials wird als Kodieren bezeichnet, wobei vorab nicht festgelegt ist, welche Daten erfasst werden oder als Grundlage für die Aufstellung der Kategorien dienen (vgl. 2018: 98f). Das zentrale Phänomen, wie in Abb. 5 verdeutlicht, wird in Unterkategorien unterteilt, zu welchen die Ursachen, der Kontext, die Strategien und die intervenierenden Bedingungen für diese Strategien gehören, sowie die daraus folgenden Konsequenzen (vgl. Schmidt et al. 2015: 43f). Die zyklische Datenerhebung und Datenauswertung heißen Theoretisches Sampling und wesentlich dabei ist, dass die Auswahl der nächsten Untersuchung auf den Ergebnissen der vorherigen Untersuchung basiert (vgl. Dey 2004: 80). „[...] grounded theory relies primarily – but not exclusively – on qualitative data acquired through a variety of methods: mostly observation and [...] interviews [...].” (Dey 2004: 80).

Obwohl die Grounded Theory zu qualitativen Forschungsmethoden zählt und Interviews die gängigste Vorgehensweise darstellen, wurden bewusst Fragebögen vor Interviews bevorzugt. Die vorliegende Masterarbeit handelt von praxisbezogenen Erfahrungen, Meinungen und Sichtweisen des Check-in Personals in Bezug auf das Phänomen der Kommunikation trotz kultureller und sprachlicher Vielfalt in der *Sozialen Welt* Flughafen und in der *subworld* Check-in-Schalter. Daher wurde vorgezogen, die Meinungen und Beobachtungen von einer großen Anzahl zu befragen, anstatt qualitativ von einer geringen Menge. Da das Check-in-Personal in Bezug auf Alter, Arbeitserfahrung, Kultur, Herkunft, Sprachgewandtheit sehr unterschiedlich ist, wären qualitativ gewonnene Erkenntnisse einer geringen Anzahl an Befragten nicht gänzlich aussagekräftig. Da wir uns in der konkreten *subworld* Check-in-Schalter befinden und nur die Gruppe des Check-in-Personals (*implicated actors*) befragt wird, genügt auch ein Fragebogen zur notwendigen Informationserhaltung. Die primäre Beobachtung, welche ausschlaggebend für die Grounded Theory ist, beruht auf der jahrelangen Erfahrung der Forscherin, welche als Grundlage für den Fragebogen diente.

6.1 Vorgehensweise und Erarbeitung des Fragebogens

Seit Beginn dieser wissenschaftlichen Forschung hatte die Autorin eine gewisse Vorstellung und Idee der Fragestellung, welche im Laufe der Zeit präzisiert wurde. Da die Forscherin selbst auch einen aktiven, praxisrelevanten Zugang zum Feld hat, waren keine zusätzlichen Nachforschungen über die Situation am Flughafen oder die Arbeit am Check-in erforderlich. Was hingegen erforderlich war, war die Zustimmung der Vorgesetzten über das geplante Vorgehen. Obwohl die Umfrage keine firmeninternen Fragen beinhaltete, war es dennoch

notwendig, zuständige Personen darüber zu informieren. Da sich die Forscherin anfangs nicht sicher war, wer für das Anliegen verantwortlich ist, wurden sogleich mehrere Vorgesetzten, wie etwa der eigene Supervisor, die Abteilungsleiterin, der Leiter der Personalabteilung sowie der Geschäftsführer selbst nach Bewilligung gefragt.

Die Kommunikation erfolgte schriftlich über die online Applikation *Beekeeper*. Dabei handelt es sich um eine interne Kommunikationsplattform, in der alle Mitglieder des Unternehmens miteinander kommunizieren und sich über arbeitsbezogene Angelegenheiten austauschen. Grundsätzlich wird die App für firmenbezogene Themen eingesetzt, aber es besteht die Möglichkeit, auch private Nachrichten zu versenden. Ein einsehbares, internes Nutzerverzeichnis der Firmenmitglieder ermöglicht die Kommunikation auch mit jenen, zu denen üblicherweise die Kontaktmöglichkeit erschwert wäre. Persönliche Gespräche wurden ausgeschlossen, da diese aufgrund der derzeitigen Kurzarbeit kaum möglich wären. Die angesprochenen Personen waren nach Einsicht des Fragebogens mit dem geplanten Vorgehen unter zwei Bedingungen einverstanden: es musste im Fragebogen explizit erwähnt werden, dass die Umfrage nicht vom Unternehmen ausgeht und das Ausfüllen der Fragen sollte nicht während der Arbeitszeit erfolgen.

Der Fragebogen beinhaltet 17 Fragen und die Erstellung erfolgte online auf *www.surveymonkey.de*. Fragebögen eignen sich hervorragend, um eine Vielzahl von Personen zu diversen Sachverhalten zu befragen, wobei bei der Erstellung auf die Wortwahl geachtet werden muss, da sich Fremdwörter, lange Fragen oder ungeeignete Antwortoptionen negativ auf den Zweck des Fragebogens auswirken können (vgl. Reinders 2011: 53f). Es wurde bevorzugt mit geschlossenen Fragen zu arbeiten, da bei offenen Fragen die Gefahr bestünde, dass die teilnehmenden Personen bei zu ausführlichen Fragen und Antworten nicht partizipieren würden. Bei der, für die Verfasserin bedeutendsten Frage, betreffend der Kommunikationslösungswege bei fehlenden Sprachkenntnissen, handelte es sich um eine offene Fragestellung, da ein breites Spektrum an Antworten erhofft wurde.

Im Fragebogen wurde versucht, mehrere Themenbereiche anzusprechen, die im theoretischen Teil vorgestellt wurden und unterstützend bei der Untersuchung sein sollten. Um zu einer aussagekräftigen Analyse zu gelangen, war das Ziel, einhundert Personen zu befragen, die vor allem gegenwärtig am Flughafen Wien am Check-in tätig sind, oder es ehemals waren. Insgesamt beteiligten sich einhundertsechs Partizipierende am Fragebogen, wobei zwei Personen jeweils eine Frage ausgelassen haben. Aufgrund der eigenen Arbeitsbeschäftigung am Flughafen betrachtet sich die Autorin auch als Teil der Umfrage und hat ebenfalls den eigenen Fragebogen ausgefüllt und dadurch zur Statistik und Analyse beigetragen.

Da der Fragebogen online erstellt wurde, war das Weiterleiten mühelos über einen Link möglich, der gleichfalls über die Firmenapplikation *Beekeeper* individuell versendet wurde. Als versucht wurde ehemalige Kolleginnen und Kollegen, sowie Personal von anderen Bodenabfertigungsunternehmen zu erreichen, fanden Soziale Netzwerke wie etwa WhatsApp, Facebook und Instagram Verwendung.

Folgende Fragen wurden an das Bodenabfertigungspersonal des Wiener Flughafens im Fragebogen gestellt:

- F1: Angaben zur Person (*männlich / weiblich*)
- F2: Wie lange arbeitest du am Flughafen? (*1-5 Jahre / 5-10 Jahre / 10+ Jahre*)
- F3: Bist du der Meinung, dass die Kenntnis von Englisch am Flughafen notwendig ist? (*ja / eher ja / eher nein / nein*)
- F4: Sprichst du in der Arbeit neben Deutsch und Englisch in einer weiteren Sprache (oder mehreren)? (*ja / nein*)
- F5: Verwendest du in der Kommunikation mit Passagieren spezifische Begriffe wie AVIH, UMNR oder benutzt du Standardbegriffe wie Tier im Frachtraum, alleinreisendes Kind? (*Spezifische Begriffe / Standardbegriffe*)
- F6: Wie oft kommt es vor, dass sich Passagiere weder auf Deutsch noch Englisch verständigen können? (*immer / sehr oft / ab und zu / selten / nie*)
- F7: Wie gehst du normalerweise in Situationen vor, in denen du dich mit Passagieren nicht verständigen kannst und du ihnen etwas sagen/erklären musst? (*offene Frage*)
- F8: Kannst du anhand von Körpersprache, Gestik, Mimik erkennen, was dir Passagiere mitteilen möchten, auch wenn ihr euch sprachlich nicht verständigen könnt? (*immer / sehr oft / ab und zu / selten / nie*)
- F9: Hast du das Gefühl, dass sich Passagiere auch ohne Sprachkenntnisse am Flughafen zurechtfinden und das notwendige zur Flugreise verstehen? (*ja / eher ja / eher nein / nein*)
- F10: Denkst du, dass es aufgrund von Sprachbarrieren am Check-in zu Komplikationen kommt? (Bsp.: Passagiere verpassen den Flug, gehen zum falschen Gate, haben verbotene Gegenstände mit, etc.) (*ja / eher ja / eher nein / nein*)
- F11: Hast du am Check-in Situationen erlebt, die dir aufgrund von kulturellen Unterschieden als fremd / ungewohnt vorgekommen sind? (*ja / nein / ich bin mir nicht sicher*)

- F12: Ist es aufgrund von kulturellen und sprachlichen Unterschieden jemals zu Missverständnissen/Unklarheiten am Check-in gekommen? (*ja / nein / ich bin mir nicht sicher*)
- F13: Hast du negative Erfahrungen aufgrund von Kultur, Herkunft und Vorurteilen am Flughafen erlebt? (*ja / nein / ich bin mir nicht sicher*)
- F14: Hast du das Gefühl, dass du die Nationalität von Passagieren aufgrund von Aussehen, Charaktereigenschaften, usw. erkennen kannst? (*ja / eher ja / eher nein / nein*)
- F15: Ändert sich manchmal aufgrund von Kultur/Nationalität deine Art der Kommunikation mit Passagieren? (Nicht im negativen Sinne, aber z.B. die Kommunikation mit gewissen Passagieren wird bewusst humorvoller, strenger, höflicher, charmanter, lauter,...) (*ja – die Kommunikation mit Passagieren ist oft kulturabhängig / eher ja - die Kommunikation mit Passagieren ist hin und wieder kulturabhängig / eher nein - die Kommunikation mit Passagieren ist fast nie kulturabhängig / ein - die Kommunikation mit Passagieren ist nie kulturabhängig*)
- F16: Bereichert dich die Arbeit am Flughafen kulturell? Konntest du neue kulturelle Erkenntnisse sammeln? (*ja / eher ja / eher nein / nein*)
- F17: Sollte interkulturelle Kompetenz zu den Qualifikationen des Check-in Personals gehören? (*ja / eher ja / eher nein / nein / ich bin mir nicht sicher*)

6.2 Statistische Auswertung

Online Fragebögen erstellen automatisch präzise statistische Auswertungen der Daten, welche in Balkendiagrammen präsentiert werden. Jene Auswertungen ermöglichen eine grundlegende Einsicht in die Meinungen, Sichtweisen sowie Vorgehensweisen des Flughafenpersonals in der *subworld* Check-in. Da es sich bei der *Grounded Theory* um eine offene Methode handelt und die Analyse interpretativ erfolgt, wobei Theorien aus den Zusammenhängen der Auswertungen und Daten resultieren, (vgl. Corbin 2003: 71f) dient die folgende Datenvisualisierung als erster Schritt für die weitere Untersuchung der etwaigen Korrelationen. Zuerst werden die Auswertungen der geschlossenen Fragen präsentiert und schließlich die vielfältigen Antworten der offenen Frage.

Den Großteil der Befragten bilden weibliche Teilnehmerinnen was in Abb. 6 sichtbar ist. Dieser Fakt ist in der Tat keine Überraschung, da die Mehrheit des Bodenpersonals am

Flughafen Wien-Schwechat Frauen bilden. Angaben zur Person sind rein informativ und haben keinen tieferen Bezug auf die weitere Forschung.

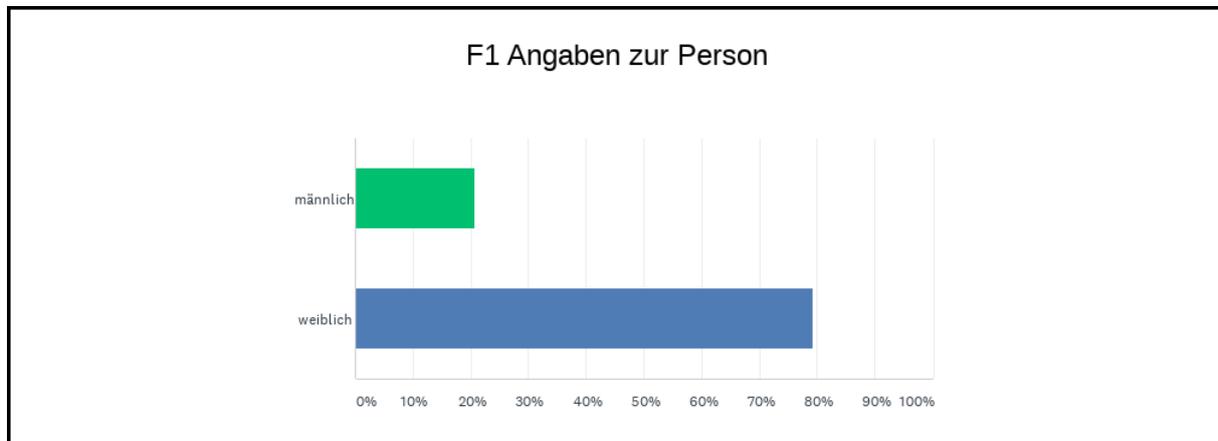


Abb. 6: Frage 1

50% der Befragten haben eine 1-5-jährige Arbeitserfahrung und die restlichen 50% sind, oder waren länger als 5 Jahre am Check-in tätig (Abb. 7). Die Arbeitserfahrung wird uns in weiteren Schritten noch begleiten, da zusätzlich analysiert wird, inwiefern sich die Länge der Arbeitserfahrung auf gewisse Situationen und Vorgehensweisen auswirkt.

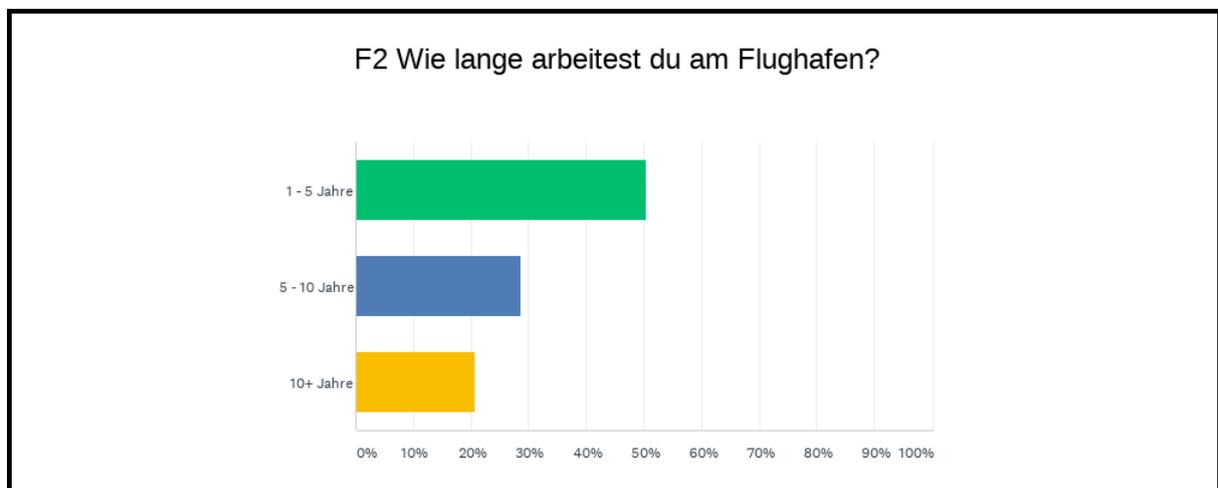


Abb. 7: Frage 2

Bezüglich der Notwendigkeit der englischen Sprache liegt eine eindeutige Antwort vor, denn alle am Check-in tätigen Personen sind der Meinung, dass Englisch unbedingt oder ziemlich notwendig ist, wie es die Abb. 8 verdeutlicht. Das bestätigt gänzlich, dass Englisch auf alle Fälle die Lingua franca der Flughäfen ist und Kenntnis dieser zweifellos erwartet wird.

Es könnte jedoch die Fragestellung bemängelt werden, da nicht konkretisiert wird, für wen die Englischkenntnis erforderlich ist. Betrifft es die Arbeit am Check-in, so ist Englisch unentbehrlich, aber würde die Frage lauten, ob es notwendig ist, dass Flugpassagiere Englisch sprechen, so würden die Antworten eventuell anders ausfallen. Dennoch ist ein Trend ersichtlich, dass der Flughafen und die englische Sprache untrennbar sind.

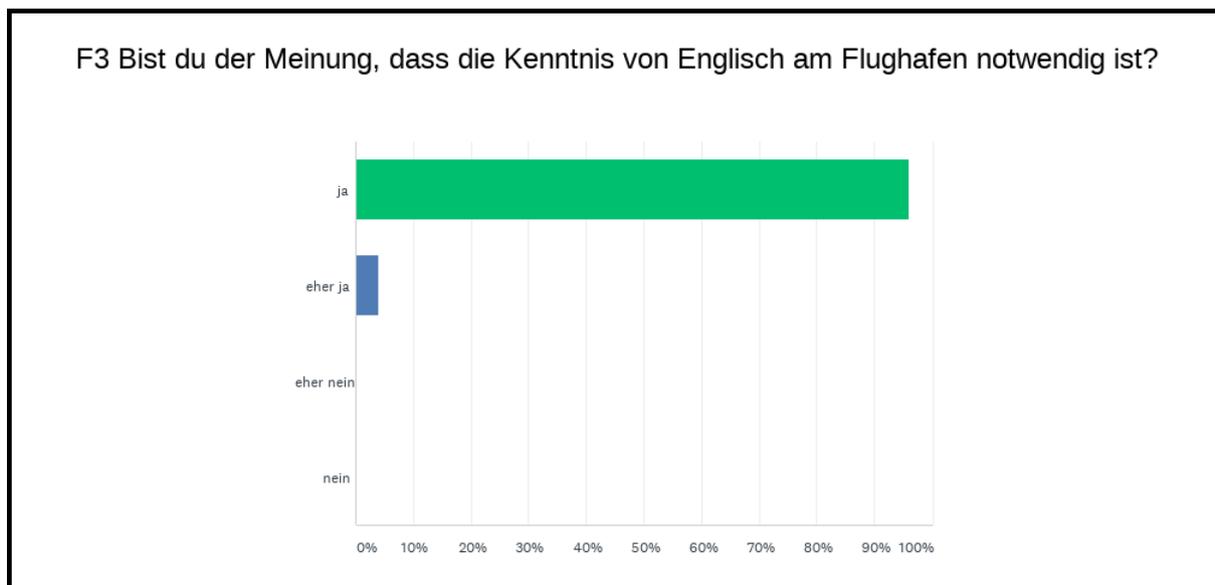


Abb. 8: Frage 3

In der Abb. 9 wird aber sichtbar, dass 77% aller Befragten abgesehen von Deutsch und Englisch eine oder mehrere Fremdsprachen beherrschen, somit könnte behauptet werden, dass Vielsprachigkeit des Personals am Flughafen eine Regel und keine Ausnahme bildet. Obwohl Fremdsprachenkenntnis keine Voraussetzung für die Arbeit am Check-in ist, gehört es heutzutage fast zur Selbstverständlichkeit mehrere Sprachen zu sprechen und diese am Arbeitsplatz anzuwenden. Da die Angestellten des gesamten Flughafens über 54 unterschiedlichen Nationalitäten angehören (vgl. Nachhaltigkeitsbericht 2017: 62) ist Vielsprachigkeit demnach auch eine logische Schlussfolgerung. Die verbreitete Multilingualität am Flughafen könnte ein Grund dafür sein, weshalb die Kommunikation mit nicht-englischsprachigen Passagieren möglich sein kann, da die Wahrscheinlichkeit besteht, dass jemand vom Personal die Sprache der Flugreisenden versteht und als eine Art Dolmetscherin oder Dolmetscher agiert.

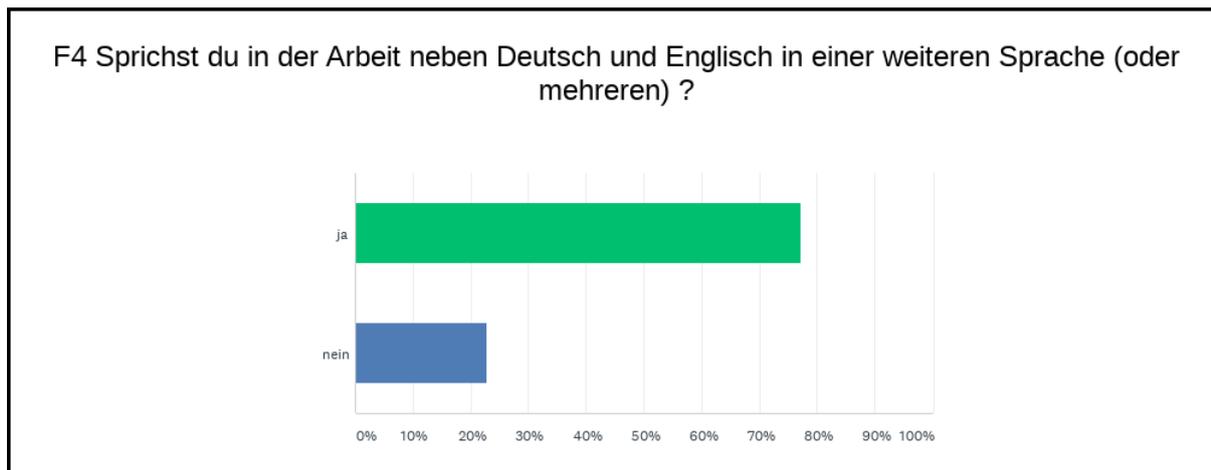


Abb. 9: Frage 4

Nicht nur Englisch ist ein unverzichtbarer Bestandteil der Arbeit am Flughafen, sondern auch die spezifische, alltäglich gegenwärtige Fachsprache. Diese wird, wie vermutet wurde, aber nicht primär mit Passagieren angewandt, was auch die Abb. 10 zeigt. Von der Autorin wird vermutet, dass spezifische Begriffe situationsabhängig vom Personal eingesetzt werden, wie etwa bei vielfiegenden Reisenden, bei denen aufgrund von gemeinsamer Kommunikation und Interaktion am Check-in ersichtlich wird, dass sie mit den Fachbegriffen vertraut sind und diese auch selbst in der Kommunikation anwenden.

Da sich diese Masterarbeit vor allem mit erschwerter Kommunikation aufgrund von Sprachbarrieren und kulturellen Missverständnissen beschäftigt, wäre die Verwendung von Fachbegriffen bei sprachlichen Barrieren sogar kontraproduktiv.

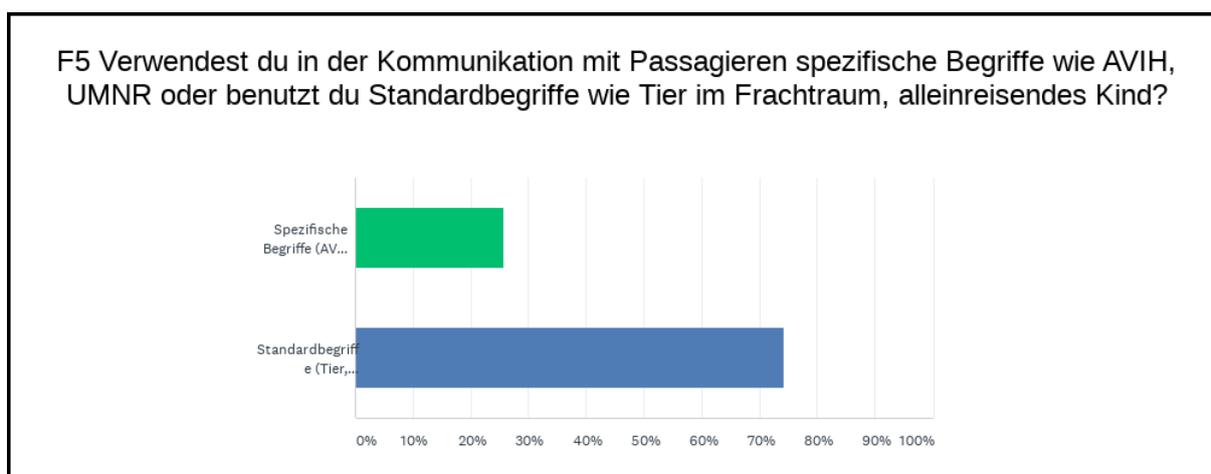


Abb. 10: Frage 5

Bei der Frage nach der Häufigkeit der nicht vorhandenen Deutsch- sowie Englischkenntnissen seitens der Passagiere dominieren die Antworten *sehr oft* und *ab und zu* (Abb. 11). Die unterschiedlichen Sichtweisen hängen natürlicherweise auch von den abzufertigenden Fluglinien ab. Da es sich am Flughafen Wien um eine Vielzahl von Airlines handelt, wird das Check-in-Personal während des Dienstes verschiedentlich eingesetzt. Gewisse Fluglinien werden von manchen Angestellten unterschiedlich oft oder selten abgefertigt. Beispielsweise ist die Mehrheit der British Airways Passagiere englischsprachig im Gegenteil zu der spanischen Fluglinie Iberia. Wenn eine Person vermehrt nur die British Airways abfertigt, kann es ihr erscheinen, dass die Problematik mit Englisch eher gering ist.

Dessen ungeachtet sind bloß 5% der Befragten der Ansicht, dass Passagiere nur exzeptionell der deutschen sowie englischen Sprache nicht mächtig sind. Die Erfahrung, dass sich Flugreisende immer auf Deutsch oder Englisch verständigen können hat keine der Auskunftspersonen gemacht. Somit ist ersichtlich, dass die Frequentierung der erschwerten Verständigung zwar unterschiedlich ist, aber dennoch an der Tagesordnung. Welche Vorgehensweisen und Taktiken in solchen Fällen angewendet werden, werden die Antworten der offenen Frage näherbringen.

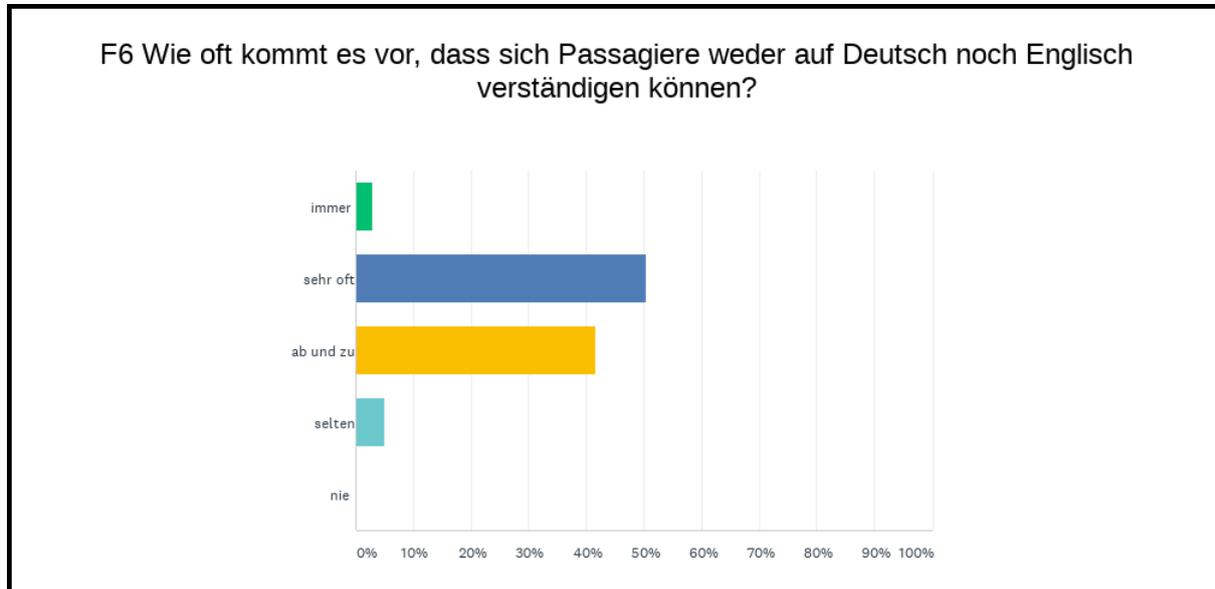


Abb. 11: Frage 6

Einen wichtigen Punkt dieser Arbeit bildet die nonverbale Kommunikation, da diese in der Regel kultur- und sprachunabhängig ist, was sich bei Check-in Situationen als hilfreich erweist. Abgesehen von einigen kulturspezifischen Gesten oder Affektdarstellungen sind die grundlegenden Emotionen, wie Freude oder Wut bei allen Menschen gleich.

Dass die Körpersprache, Gestik und Mimik der Passagiere nützliche Instrumente in der Verständigung am Check-in-Schalter sind, wird auch in der Abb. 12 ersichtlich, denn lediglich eine Person gab an, dass sie *selten* die nonverbale Mitteilung der Flugreisenden aus dem Gesicht oder der Körpersprache ablesen kann. 27% können gelegentlich aufgrund von Körpersprache, Gestik und Mimik erkennen, welches Anliegen die Passagiere haben und die restlichen Befragten teilen sich auf, in *sehr oft* und *immer*, wobei die Antwort *sehr oft* dominiert.

Dies könnte auch einen Zusammenhang mit der Länge der Berufserfahrung haben, denn je länger am Flughafen mit Passagieren gearbeitet wird, desto mehr Erfahrung wird gesammelt und folglich kann die situationsbedingte nonverbale Kommunikation besser gedeutet werden. Dieser mögliche Zusammenhang wird im nächsten Schritt der Studie untersucht.

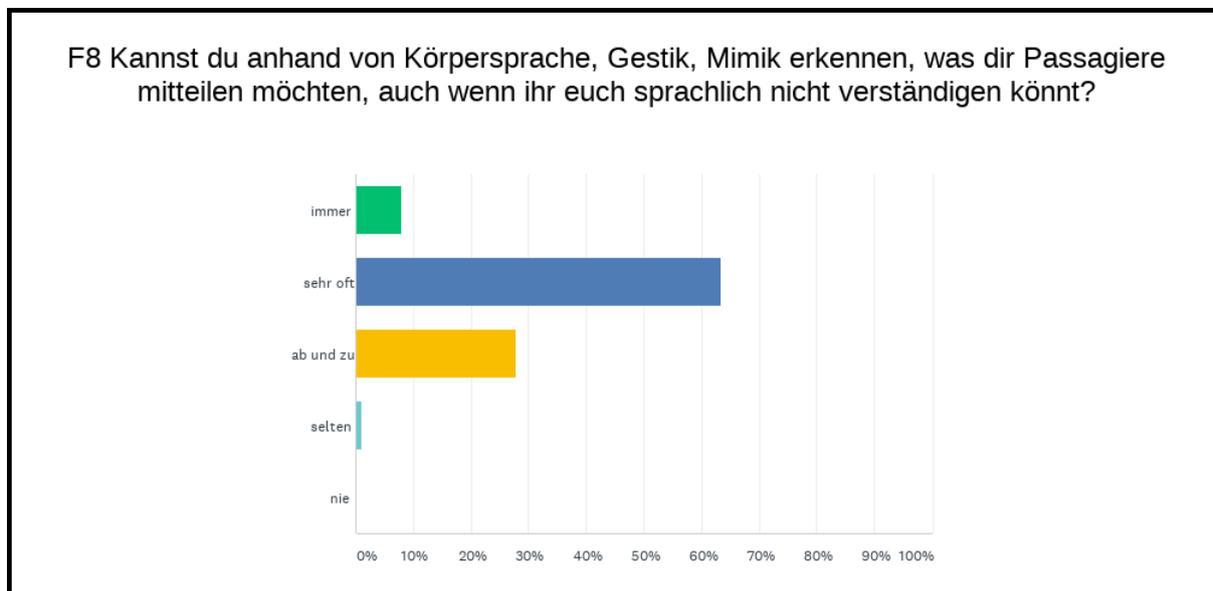


Abb. 12: Frage 8

Dass Englisch die Lingua franca der Flughäfen ist und, dass nicht alle Passagiere diese Sprache beherrschen ist ein Fakt. Jedoch sollte ein erfolgreicher Flughafenaufenthalt inklusive des Eincheckens an der sprachlichen Wissenslücke nicht scheitern.

Wie in Abb. 13 ersichtlich ist, ist das Check-in-Personal mehrheitlich der Meinung, dass sich Passagiere auch ohne Sprachkenntnisse am Flughafen und im Flughafenprozess orientieren können. 25% der Befragten nehmen an, dass sich Flugreisenden aufgrund von mangelnden Sprachkenntnissen eher nicht zurechtfinden. Lediglich 3% sind davon überzeugt, dass mangelnde Sprachkenntnisse dazu beitragen, dass Passagiere die Flugreise uninformatiert sowie unwissend antreten.

Die Forscherin schließt sich der Meinung an, dass Passagiere trotz Schwierigkeiten grundsätzlich das notwendige zur Flugreise verstehen und sich ebenso am Flughafen zurechtfinden und das aufgrund von mehreren Faktoren. Prinzipiell ist die Vorgehensweise an jedem Flughafen gleich, somit sollten alle Passagiere, die zumindest einmal geflogen sind, den Ablauf kennen. Die Bordkarten sind ebenso dementsprechend konzipiert, dass alle notwendigen Informationen ablesbar sind, wie etwa der Sitzplatz, die Boarding- sowie Abflugzeit und der Flugsteig. Da die Gates aus sichtlich wahrnehmbaren Buchstaben und Ziffern bestehen, können sie in der Wegweisung nicht verfehlt werden. Bei Verspätungen, Flugstreichungen oder Änderungen des Flugsteiges werden die neuen Informationen deutlich auf einer Informationstafel angezeigt, wobei Sprachkenntnisse bei Verständigung von jenen Veränderungen nicht zwingend notwendig sind.

Hingegen ist es durchaus denkbar, dass sich Reisende, ohne jeglicher Flugerfahrung im Terminal verloren fühlen und sich mit der Vielzahl an Informationen nicht zurechtfinden. Wenn dazu mangelnde Fremdsprachkenntnis hinzukommt, könnte das Check-in-Personal annehmen, dass die Unsicherheit und Verwirrung vermeintlich aufgrund dessen zustande kommen.

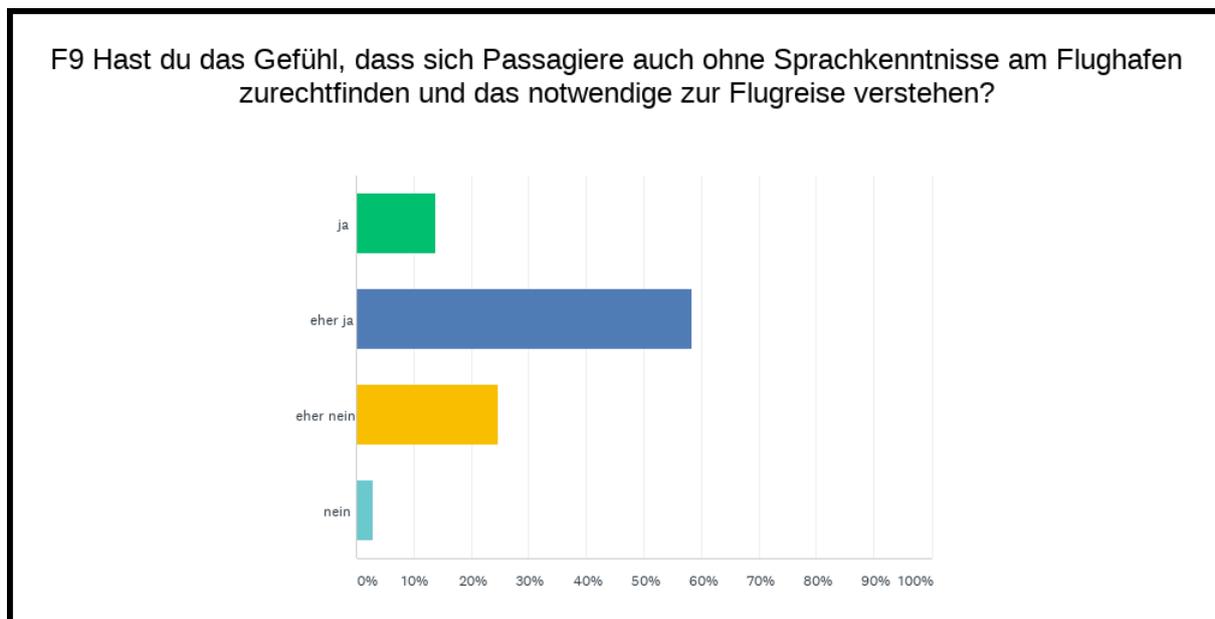


Abb. 13: Frage 9

Die zehnte Frage (Abb. 14) hat eine Ähnlichkeit zur neunten Frage und betrifft eventuelle negativen Auswirkungen der vorhandenen Sprachbarriere. Bis auf eine Antwort ist die Aufteilung der Antworten ziemlich gleichmäßig und es lässt sich kein eindeutiger Trend beobachten, da es diverse Meinungen diesbezüglich gibt.

Die Mehrheit der Befragten ist entweder völlig oder zum Teil der Meinung, dass die Sprachbarriere am Check-in zu anschließenden Komplikationen resultieren kann. 29% denken, dass alleinig die Sprache eher keine Auswirkungen auf den weiteren Flughafenaufenthalt hat und 2 Befragte sind überzeugt, dass es aufgrund von Sprachbarrieren zu keinen Komplikationen kommt.

Bei dieser konkreten Frage werden unter Komplikationen flugbezogene Situationen verstanden, wie etwa das Mitführen von verbotenen Gegenständen im Handgepäck, die Nichtauffindung des Flugsteiges sowie das Verpassen des Fluges aufgrund von nichtverstandenen Informationen am Check-in. Hier ist die Autorin ebenso der Meinung, dass nicht einzig die Sprachbarriere die Ursache für etwaige Komplikationen verantwortlich ist, sondern auch der Grad der (Un)Informiertheit der Passagiere bezüglich der Vorgehensweise am Flughafen. Die verschiedenen Antworten verdeutlichen die unterschiedlichen Ansichtsweisen und Erfahrungen der Befragten mit Passagieren.

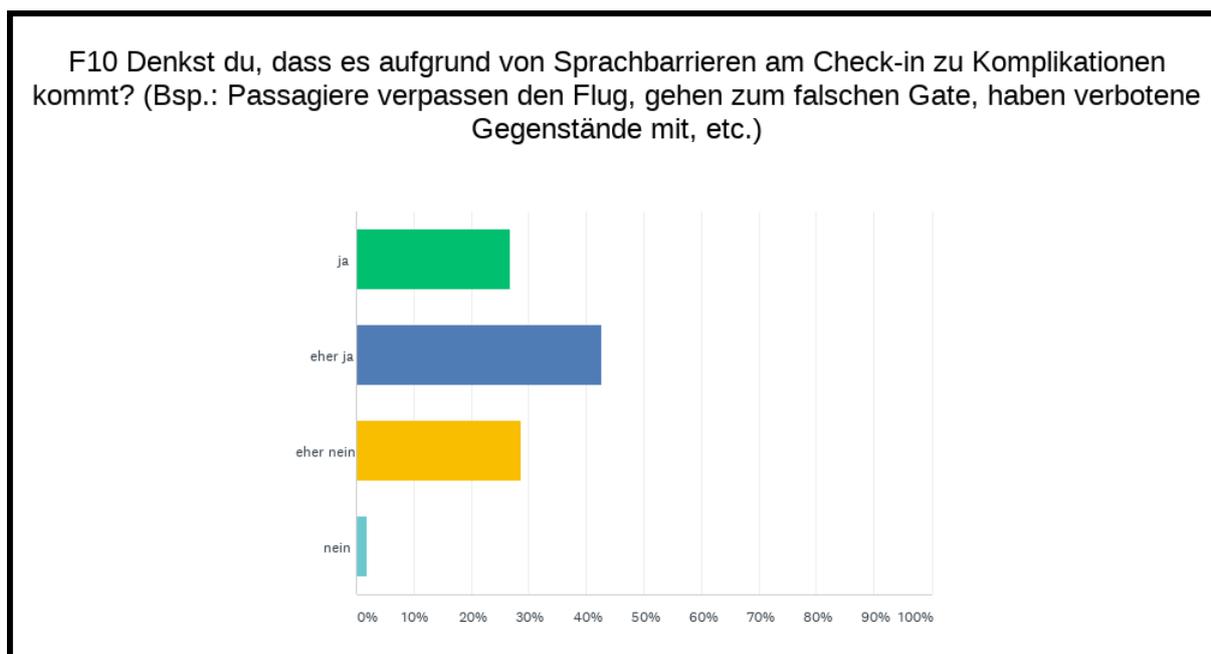


Abb. 14: Frage 10

Wie bereits des Öfteren erwähnt, bietet ein kulturell Vielfältiger Arbeitsplatz viel Neues und Unbekanntes. Diese Ergebnisse (Abb. 15) verdeutlichen lediglich, dass das Check-in-Personal mehrheitlich fremde sowie ungewohnte Situationen aufgrund von kulturellen Unterschieden während der Arbeit erlebte. 60% haben angegeben, dass sie mit solchen Situationen sehr wohl

Erfahrung gemacht haben und 20% hingegen haben keine kulturell basierten Ungewöhnlichkeiten erlebt. Die restlichen Befragten sind sich unsicher.

Diese Fremdheit bzw. Ungewöhnlichkeit führt nicht zwingend zu Kommunikationsbarrieren, jedoch ist es situations- und kontextabhängig wie sich kulturelle Unterschiede auf die Kommunikation auswirken können. Auch die Erfahrung, Intelligenz, kulturelle Kompetenz und der Scharfsinn spielen eine erhebliche Rolle bei interkulturellen Begegnungen am Check-in.

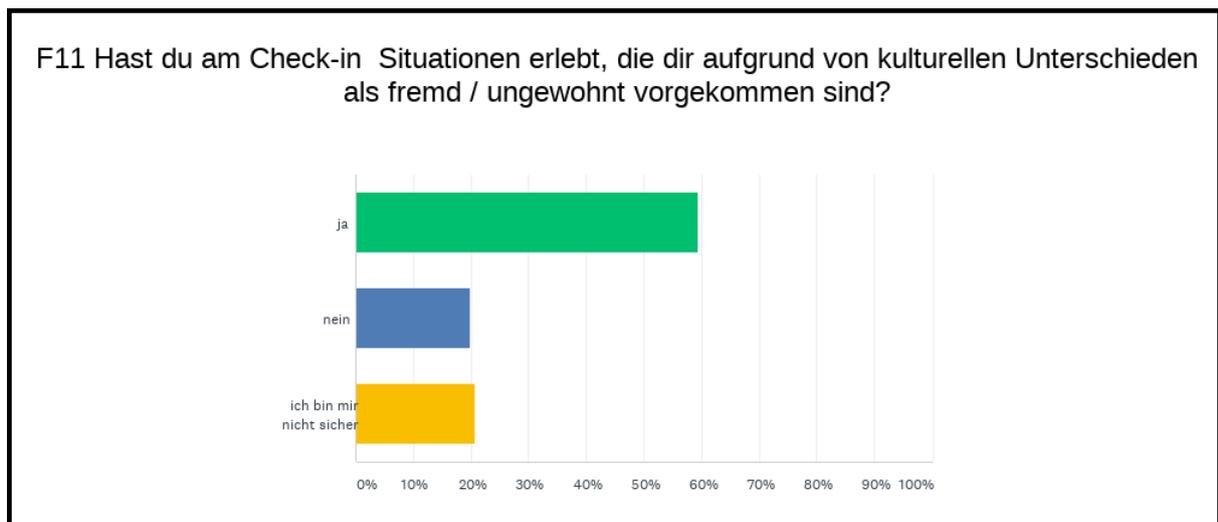


Abb. 15: Frage 11

Ergänzend zu Frage 11 fokussiert sich die folgende Fragestellung (Abb. 16) spezifisch auf Missverständnisse am Check-in aufgrund von kulturellen und sprachlichen Unterschieden der beteiligten Personen. 65% stellten erfahrungsgemäß fest, dass die oben genannten Differenzen mitunter zu Ungewissheiten während des Arbeitsprozesses führen. Jedoch entsteht dadurch ein Lernprozess und bei der nächsten ähnlichen kulturellen Begegnung kann das Personal dementsprechend agieren und von früheren Fehlern lernen. Es wäre auch denkbar, dass beispielsweise erfahreneres Check-in-Personal in gewissen Situationen anders handelt wie neu angestellte Personen und daher die Missverständnisse am Check-in-Schalter erst gar nicht auftreten.

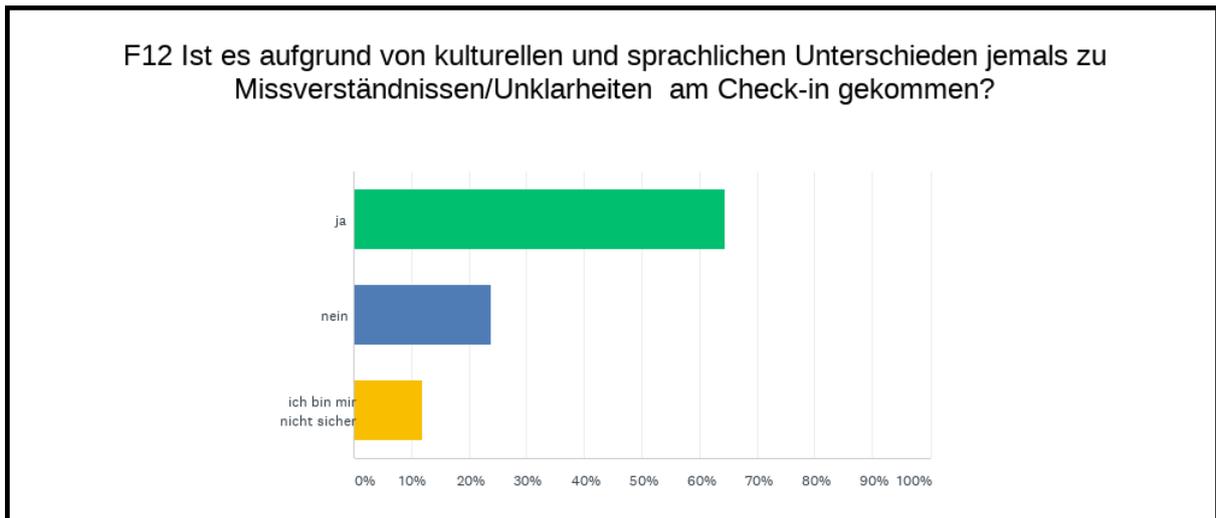


Abb. 16: Frage 12

Kulturelle Vielfalt und Interaktion kann positive Auswirkungen auf alle Beteiligten haben, jedoch unter Umständen auch negative. Hierbei handelt es sich um Vorurteile, negative Stereotype, Fremdenfeindlichkeit und Ähnliches. 61% des Check-in-Personals hat solche Situationen am Flughafen erlebt, wobei in der Fragestellung bewusst nicht konkretisiert wurde, ob die Erfahrungen am eigenen Leib durchlebt wurden, außenstehend observiert wurden, oder ob die negativen Erlebnisse aus eigener ablehnender Einstellung entstanden sind. Ein deutlich geringerer Anteil, konkret 34%, hat keine schlechten Erfahrungen aufgrund von Kultur, Herkunft sowie Vorurteilen am Arbeitsplatz Flughafen bemerkt.

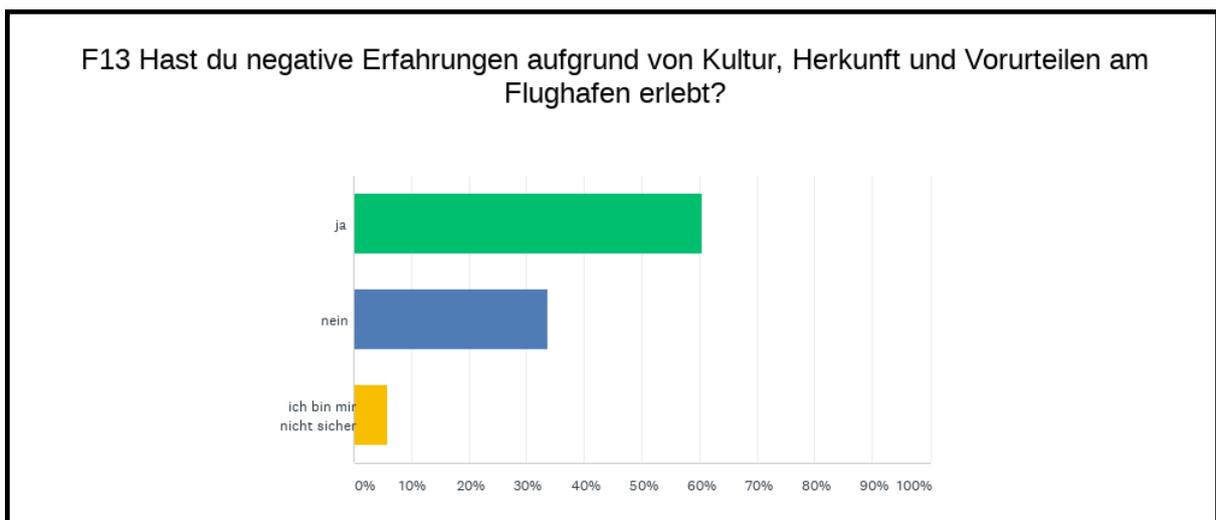


Abb. 17: Frage 13

Erfolgreiche Kommunikation hängt oftmals von interkultureller Kompetenz ab und wenn das Check-in-Personal interkulturelle Begegnungen und Interaktionen vorhersieht und dementsprechend agiert, ist es für alle Beteiligten von Vorteil. Bei internationalen Geschäftsbesprechungen, Versammlungen, etc. können sich Personen auf die Situation einstellen, da es im Vorhinein bekannt ist, wo und mit wem das Meeting stattfindet. Beispielsweise wenn ein Businessmeeting mit einer japanischen Firma erfolgt, so können die anderen Geschäftsleute die japanische Kultur einstudieren und beim Meeting dadurch einen guten Eindruck hinterlassen und profitieren.

Am Check-in-Schalter ist es ähnlich, denn das Personal kann sich aufgrund des kulturellen Vorwissens und der Erfahrungen auf gewisse Situationen einstellen. Da wir es am Flughafen mit einer unzähligen Menge an Passagieren aus diversen Ländern und Kulturkreisen zu tun haben, basierte das Interesse der Forscherin darauf, ob das Check-in-Personal die Flugreisenden aufgrund von Aussehen sowie Charaktereigenschaften ihrer Nationalität zuordnen kann (Abb. 18). Es wird oftmals betont, dass es wertend und unzutreffend ist, Menschen Eigenschaften und Kategorisierungen zuzuschreiben, jedoch bieten vor allem nationale Stereotype die Möglichkeit, Vermutungen und Schlüsse über Personen zu treffen (vgl. Budke 2006: 140). Diese Schlussfolgerungen über Nationalitäten in Verbindung mit interkultureller Kompetenz können sich positiv auf die weitere Kommunikation und Interaktion auswirken. Bereits eine Begrüßung in der Landessprache der Fluggäste, oder ein kleines Know-how über das Land, kann oft ein Lächeln in die Gesichter zaubern und das Einchecken verläuft unmittelbar freundlicher. Angenommen, der konkrete Flug ist verspätet oder überbucht, werden von den Passagieren sogar schlechte Nachrichten besser aufgenommen, wenn eine Sympathie zum Personal vorherrscht. Allein durch richtige Kommunikation und kulturelle Kompetenz können auch unangenehme Situationen besser gelöst werden.

25% der Befragten haben das Gefühl, die Nationalität der Flugreisenden bereits aus den optischen Eigenschaften zu erkennen und 61% schließen sich dem eher an. Nur eine geringe Anzahl der Teilnehmenden kann keine Schlüsse bezüglich der Nationalität aus dem Aussehen oder der Charaktereigenschaften ziehen, wie in der Abbildung 18 verdeutlicht wird.

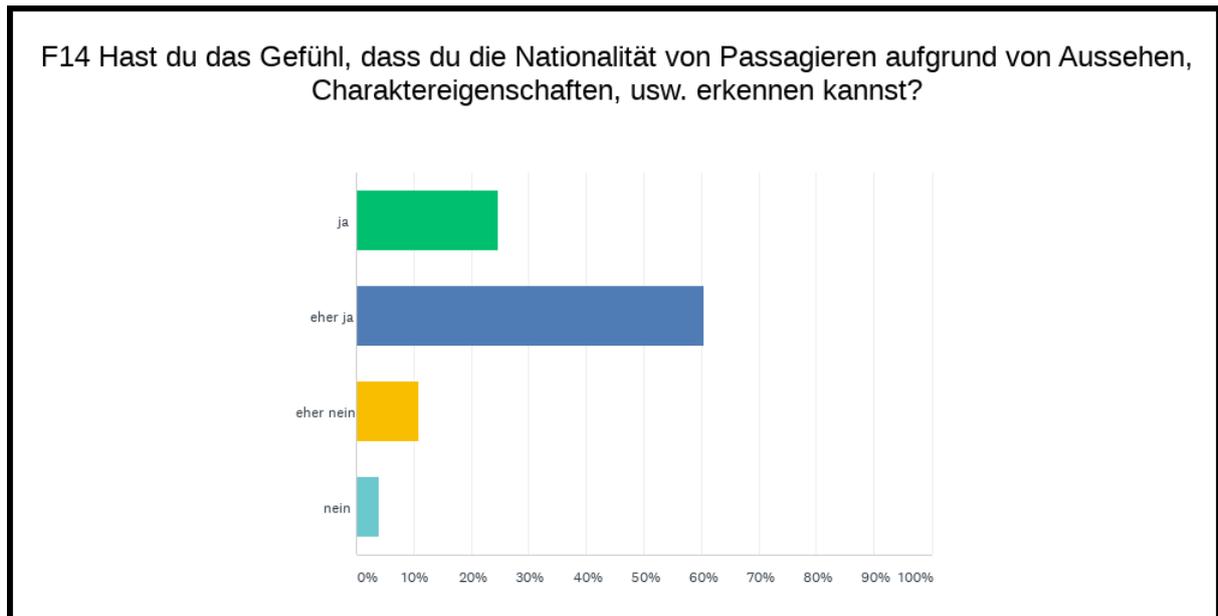


Abb. 18: Frage 14

Zusammenhängend mit der vorherigen Frage, wurden partizipierende Personen folglich über die Auswirkung der Kultur sowie Nationalität auf die Kommunikationsart befragt (Abb. 19). Das Ziel war herauszufinden, inwiefern der verbale Austausch mit Passagieren tatsächlich kulturabhängig ist und somit die, durch Erfahrung erworbene, (inter)kulturelle Kompetenz angewendet wird. Es wurde nach *bewusster* Veränderung der Kommunikation mit Passagieren gefragt und die Ergebnisse verlaufen in etwa gleichmäßig und weisen keinen eindeutigen Trend auf.

32 Personen gaben an, dass die Kommunikation mit Passagieren *oft* kulturabhängig ist und 37 der Befragten sind der Meinung, dass die Kommunikation *hin und wieder* kulturabhängig ist. Die restlichen 22 Menschen behaupten, Kommunikation wäre *fast nie* abhängig von dem kulturellen Hintergrund und die abschließenden 10 teilnehmenden Personen ändern *nie* die Art der Kommunikation aufgrund von Kultur. Werden die Antworten *nie* und *fast nie* zusammengefügt, sowie *hin und wieder* und *oft*, so gewinnt die kulturabhängige Kommunikation an Bedeutung, da insgesamt 69 Personen für *ja* und *eher ja* stimmten und die restlichen 32 Personen sich für *nein* und *eher nein* entschieden.

Bei dieser Frage werden ebenso in der nächsten Phase die Antworten nach der Länge der Arbeitsjahre verglichen und untersucht. Speziell, ob sich längere Berufserfahrung und somit zahlreichere Interaktionen mit Passagieren auf die Beantwortung auswirkt.

F15 Ändert sich manchmal aufgrund von Kultur/Nationalität deine Art der Kommunikation mit Passagieren? (Nicht im negativen Sinne, aber z.B. die Kommunikation mit gewissen Passagieren wird bewusst humorvoller, strenger, höflicher, charmanter, lauter,...)

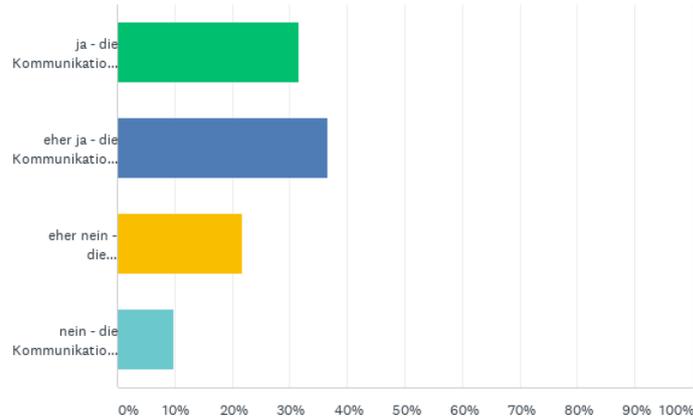


Abb. 19: Frage 15

Kulturelle Vielfalt ist ein fixer Bestandteil des Flughafens und der Arbeit am Check-in, daher wollte die Forscherin die Sichtweise der Befragten auch hinsichtlich der kulturellen Bereicherung und neuer Erkenntnisse erfahren. Denn wären die teilnehmenden Personen nicht offen gegenüber von Neuem und würden die Arbeit am Flughafen würden gar nicht als kulturell bereichernd wahrnehmen, so wäre ihre Teilnahme an der gesamten Forschung weniger aufschlussreich. Umso zufriedenstellender ist es, dass 93% die Arbeit am Flughafen als völlig oder ziemlich kulturell bereichernd empfinden und niemand der Ansicht ist, dass der Arbeitsplatz zu gar keinen neuen kulturellen Erkenntnissen sowie Bereicherungen führt (Abb. 20).

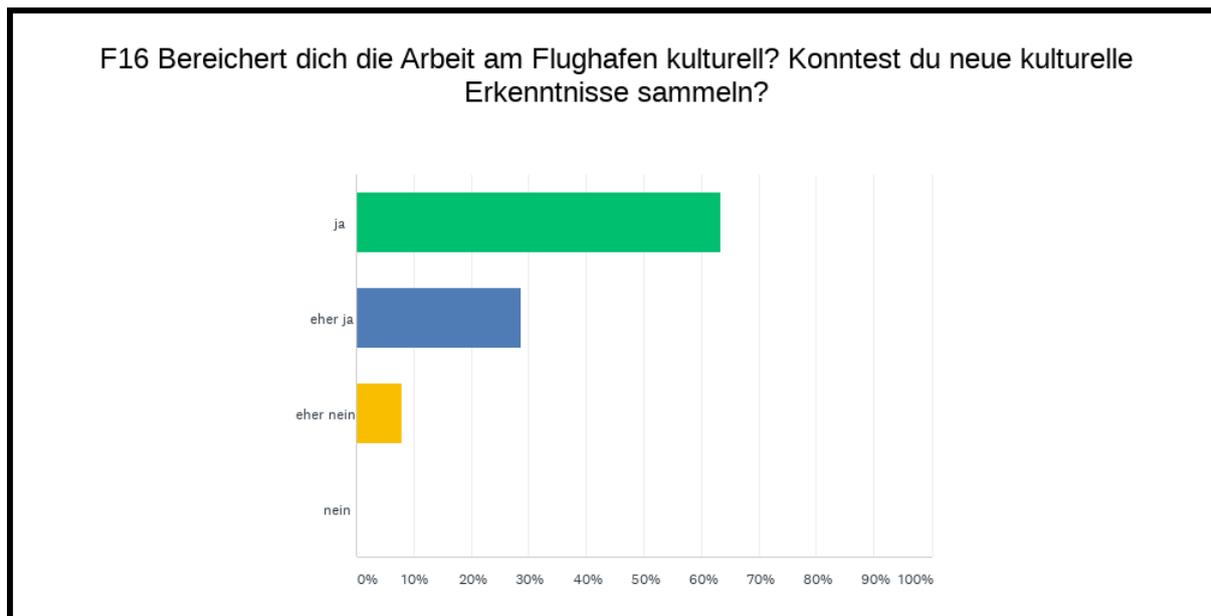


Abb. 20: Frage 16

Die grundlegenden Qualifikationen des Check-in-Personals werden bei Vorstellungsgesprächen sowie Schulungen genau erläutert und überprüft. Diese beinhalten unter anderem geographische Kenntnisse, Englischkenntnisse und ein angenehmes Auftreten. Interkulturelle Kompetenz gehört nicht zu den Voraussetzungen, aber wie in Abb. 21 ersichtlich ist, wäre die Mehrheit dafür, wenn das Check-in-Personal ein interkulturelles Know-how besitzen würde.

So wie es nahezu überall der Fall ist, ist die beste Lernmethode *learning by doing* und erst durch Praxis und Erfahrung werden Menschen besser, auch hinsichtlich interkultureller Kompetenz. Eine Möglichkeit jedoch wäre, bei Arbeitsschulungen bewusst mehr auf die kulturelle Vielfalt einzugehen und Neuankömmlinge auf das Aufeinanderprallen der Kulturen vorzubereiten. Dagegen wiederum spricht der Fakt, dass die Arbeit am Check-in mit dem komplexen Erlernen von diversen Computerprogrammen, Einreise- sowie Sicherheitsbestimmungen verbunden ist und interkulturelle Kompetenz im Vergleich zu den tatsächlich notwendigen Arbeitsprozessen nur zweitrangig wäre.

Interkulturelle Kompetenz könnte somit als eine freiwillige, individuelle Ergänzung der Arbeitsabläufe betrachtet werden. Weiterbildung und erhöhtes Interesse an der Arbeit bleibt jeder und jedem selbst überlassen, denn nicht nur am Flughafen, sondern überall gibt es Menschen, die ihre Arbeit sorgfältig und geübt machen, oder Menschen, die nur das Notwendige erledigen. Erfolgreiches Interagieren mit Personen aus anderen kulturellen

Hintergründen sollte jedenfalls von guten Flughafenangestellten angestrebt werden, jedoch gehört es nicht zur absoluten Notwendigkeit der konkreten Arbeitsausübung.

Ein weiterer interessanter Punkt ist, dass interkulturelle Kompetenz stets als etwas Gutes und Positives betrachtet wurde, aber durch eine ergänzende Antwort einer Teilnehmerin über das Soziale Netzwerk Instagram, wurde auch eine andere Sichtweise präsentiert: *„Bei der letzten Frage habe ich mir etwas schwer getan. Ich studiere soziale Arbeit im interkulturellen Bereich im Master, und da geht es viel darum, dass interkulturelle Kompetenzen eher negativ betont sind, sowie: Du bist anders als ich. Also ich mache dadurch die Unterschiede sichtbar.“* Ob interkulturelle Kompetenz eine positive oder negative Färbung aufweist, könnte der Gegenstand einer anderen komplexen Untersuchung sein, aber trotz unterschiedlicher Meinungen hinsichtlich interkultureller Kompetenzen, bleibt der Grundgedanke derselbe, da die Teilnehmerin unmittelbar daraufhin ergänzt: *„Aber Respekt, Verständnis und Offenheit sollte durchaus am Flughafen in einer Schulung gelehrt werden!“*

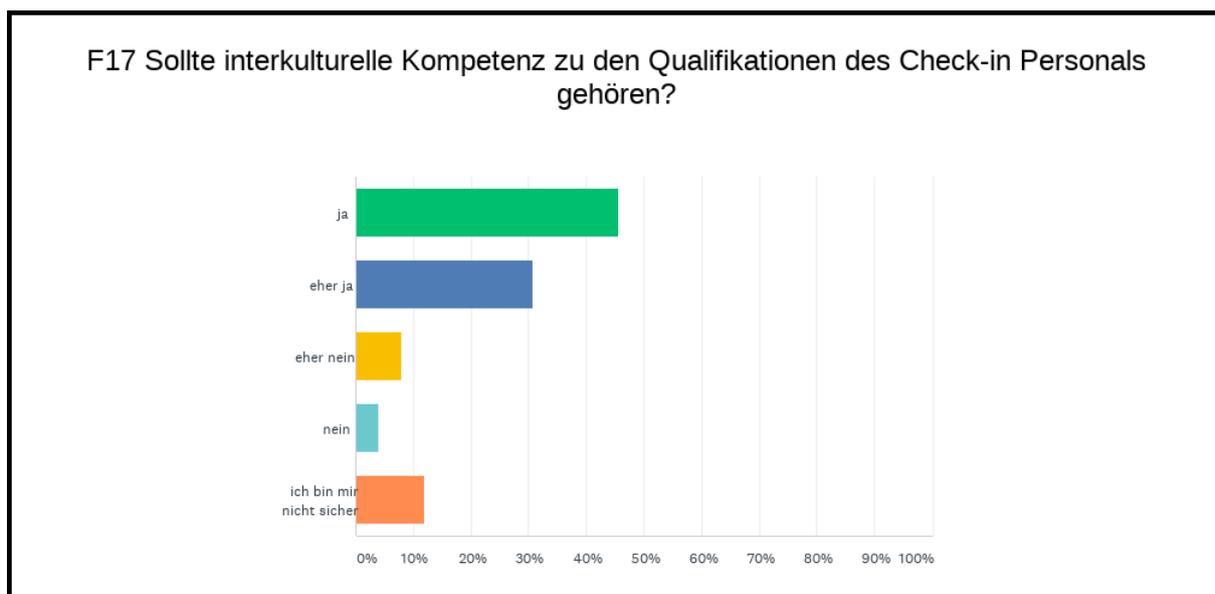


Abb. 21: Frage 17

Eine wesentliche Frage dieser Untersuchung beschäftigt sich mit den Vorgehensweisen und Strategien des Check-in-Personals bei Situationen, in denen eine Erklärung oder Information erfordert wird, aber eine gegenseitige verbale Verständigung nicht vorhanden ist. Die am Fragebogen teilnehmenden Personen haben ihre eigenen Herangehensweisen und Lösungsansätze geschildert.

Da die offene Frage (F7) über das Handy oder am Computer beantwortet wurde, sind einige Tipp-, Grammatik- sowie Rechtschreibfehler zustande gekommen, welche von der

Verfasserin ausgebessert wurden. In Bezug auf das Gendern oder die unterschiedlichen Schreibweisen wurden keine Änderungen vorgenommen. Nun werden die Antworten präsentiert, wobei jeweils ähnliche Ergebnisse zur besseren Veranschaulichung farblich markiert wurden.

P1: Google Übersetzer

P2: Google Translate, Hände & Füße, Kollegen, die übersetzen können zur Hilfe rufen

P3: ich hole Kollegen, spreche mit Händen und Füßen, Translator, evtl. Zeichnungen

P4: Supervisor

P5: Kollegen, versuchen es zu erklären oder zeigen

P6: Googeln, zeichnen...

P7: Google translate, Gestikulieren, Vielleicht Kollegen fragen, ob sie die Sprache können

P8: Kollegen suchen, googeln

P9: Gestikulation, Gebrauch von Zeichen(sprache)

P10: Ich hole vor allem Hilfe von Kollegen oder auch anderen Passagieren, die diese Sprache sprechen könnten. Sonst mit Händen und Füße

P11: das Gesagte in Zeichnung veranschaulichen, Hilfe von Kolleg/Innen holen

P12: Ich versuche es mit Google translate, Hände mit Zeichen und mit der Hilfe eines Arbeitskollegen der die Sprache versteht.

P13: Hände und Füße bzw. Übersetzer am Handy

P14: Ich versuche eine Kollegin, die die Sprache des Passagiers versteht zu kontaktieren und helfen kann. Ansonsten google ich Wörter, bis man versteht was man meint.

P15: Ich verwende Google oder hole Hilfe von Kolleg*Innen

P16: Mit Händen und Füßen, funktioniert immer!

P17: Entweder ich erwische eine Kollegin/ einen Kollegen, der die Sprache spricht, oder ich versuche mit Händen und Füßen zu erklären was ich sagen will

P18: Spreche ich mit „Händen und Füßen“ und Wörter von der Sprache der Passagiere oder ähnliche damit sie mich verstehen...

P19: A) Kolleg*Innen, die die notwendige Sprache sprechen B) Übersetzungsdienste

P20: Mit „Händen und Füßen“, bei Zahlen durch Schreiben, sonst durch Hilfe von Kollegen oder Passagieren

P21: Hände, durch Zeigen

P22: Wenn die Panik haben versuche ich die zuerst zu beruhigen und sage in ruhiger Stimme alles mit Handzeichen und google Wörter, falls die mir was sagen wollen

P23: Spreche mit Händen und Füßen

- P24: google die Wörter, sprechen mit der Hand oder frage andere Passagiere die, die gleiche Sprache sprechen und ob sie weiterhelfen kommen
- P25: Gestik
- P26: Body language oder Hilfe von anderen Kollegen
- P27: Hole Hilfe, oder Google translate
- P28: Mit Körper und Hände
- P29: Meistens benutze ich einen translator
- P30: mit Händen
- P31: Google Translate, einen Kollegen/eine Kollegin anrufen, Information mit Händen und Füßen erklären oder Wegbeschreibungen auf einen Zettel aufschreiben
- P32: Ich lasse den Übersetzer für mich sprechen oder zeige, wenn möglich, ein Bild oder übersetze eine bestimmte Phrase und wenn möglich und Zeit ist hole ich einen Kollegen der das schneller und besser verständigen kann als ich
- P33: Handzeichen, Google Translate
- P34: Google translate + Hände und Füße :)
- P35: Ich frage Kollegen oder versuche mit Händen und Füßen, wenn es gar nicht geht verwende ich Google translate
- P36: Hole eine Kollege/in
- P37: Versuche mit Gesten zu verständigen
- P38: Veranschaulichung
- P39: Mit Händen und Füßen
- P40: Mit Händen und Füßen
- P41: 1. Wenn nur einzelne Worte in Deutsch/Englisch verstanden werden - gestikulieren 2. Geht das nicht, dann frage ich Kollegen um Hilfe mit den entsprechenden Sprachkenntnissen 3. Wenn 1 u 2 nicht funktioniert, dann Übersetzungs-App
- P42: Gestik (Hände und Mimik), ab und zu translator vom Passagier
- P43: Google manchmal, ab und zu mit Händen und Füßen
- P44: Google Translate, spreche mit "Hände und Füßen", ich hole Hilfe von Kollegen falls Sie die Sprache können
- P45: Hole eine Kollegin oder im schlimmsten Fall muss ich mich mit Händen und Füßen verständigen.
- P46: reden mit „Händen und Füßen“ jemanden anrufen der mit Sprachkenntnissen helfen könnte
- P47: Spreche mit „Händen und Füßen“ oder hole Hilfe von KollegInnen

- P48: Hole Kolleg*Innen die jeweilige Sprache des Passagiers reden, ansonst muss Google Übersetzer.
- P49: Body language oder Hilfe von Kollegen/innen
- P50: Sprich mit Händen, Hilfe von Kolleginnen
- P51: Mit Händen und Füßen, oder hole ich Hilfe von Kollegen.
- P52: Google Translator und Hilfe von Kollegen
- P53: Hole Hilfe von Kollegen oder benutzen wir ein Google Übersetzer mit Sprachangabe.
- P54: Google Übersetzer
- P55: Mit Händen und Füßen
- P56: Ich verwende den Google Übersetzer
- P57: Hände & Füße, sowie Kolleginnen fragen
- P58: Ich spreche mit "Händen und Füßen", manchmal zeichne ich Dinge auf. Falls eine Kollegin oder ein Kollege in der Nähe ist, der sich mit den Passagieren verständigen kann, bitte ich sie oder ihn um Hilfe.
- P59: mit Händen und Füßen reden oder Hilfe von Kollegen wenn möglich
- P60: Mit allem was geht, Händen, Handy, auf einem Blattpapier schreiben, etc.
- P61: Entweder es gibt einen Kollegen, der spanisch oder türkisch kann, da dies die meisten Fremdsprachen sind, mit denen es Probleme gibt, oder ich weiche auf eine andere Sprache aus z.B.: Russisch bei älteren Slowaken und Tschechen. Ansonsten Hand und Fuß
- P62: Handbewegungen oder "Googlen"
- P63: Google, Kollegen
- P64: Als erstes versuche ich es mit Händen und Füßen und Wörtern, die in vielen Sprachen gleich sind. Wenn es kompliziert wird probiere ich es mit Google Translate oder ich Frage eine/n Kollegen/-in um Hilfe. Wobei ich sagen muss, dass Google Translate meist alle Probleme löst.
- P65: Verständige mich mit Hand und Fuß; google die Wörter; Hilfe von Kollegen, die die Sprache besser beherrschen;
- P66: Ich versuche es langsam zu erklären und währenddessen mache ich Handgesten
- P67: Mit Händen und Füßen
- P68: mit Händen, im schlimmsten Fall Hilfe von Kollegen.
- P69: Mit Händen und Füßen, zeichnen, herumfragen, ob wer die Sprache spricht, alle Sprachen nutzen, die mir zur Verfügung stehen
- P70: Google Translate, Handzeichen

- P71: Versuche erstmal Hilfe von KollegenInnen zu holen; wenn das nicht geht dann kommen Hände ins Spiel
- P72: Ich habe schon den google translator verwendet, um den Inhalt auf der Sprache des Passagiers zu übersetzen. Hat funktioniert!
- P73: mit Händen und Füßen sprechen, Kollegen/Kolleginnen um Hilfe bitten
- P74: Google, Hilfe von Kollegen/innen, Hände und Füße
- P75: Körpersprache oder jemanden anrufen, der die Sprache kann
- P76: Spreche mit Händen oder hole Kollegen, die die Sprache können
- P77: Mit Hilfe von anderen Kollegen die der Sprache des Passagiers mächtig sind oder eben mit Händen und Füßen.
- P78: Ich hole meistens Hilfe von Kolleg*Innen.
- P79: Mit Händen und Füßen, wenn ein Kollege in der Nähe ist, der dieselbe Sprache spricht oder Google Übersetzer
- P80: Frage Kollegen, die die Sprache beherrschen, Google und Hände und Füße
- P81: Ich versuche es mit Hand und Fuß zu erklären
- P82: ich spreche mit Händen und Füßen, ich hole mir Hilfe von Kollegen, oder veranschauliche das gesagte in Zeichnungen
- P83: Andere Kollegen zu Hilfe holen, mit Händen und Füßen kommunizieren
- P84: Kollegen mit der entsprechenden Sprache fragen z.B.: oder zeigen/bildlich
- P85: Ich hole Hilfe von Kollegen*innen, verwende Google translate oder versuche es mit Händen und Füßen. Je nachdem was schneller und einfacher ist.
- P86: Hole Hilfe von KollegInnen
- P87: Ich erfrage, ob Kollegen eventuell der Sprache mächtig sind oder versuche eine meiner mir mächtigen Sprachen anzuwenden
- P88: Google
- P89: Googeln, Zeichnung und Hilfe von Kollegen
- P90: Fragen ob Kollegen die Sprache kennen. sonst mit Händen u Füßen.
- P91: Kollegen oder mit Händen und Füßen
- P92: Kommunikation mit Händen und Füßen, Zeichnungen
- P93: Ich frage Kollegen in unmittelbarer Nähe, ob sie zufällig übersetzen können und versuche weiterhin „mit Händen und Füßen“ zu erklären. Die meisten Sachen erklären sich von selbst, solange man einfach weiter arbeitet (einfach Boardkarte ausdrucken, zum Gate

- schicken). Gibt es einmal mehr Erklärungsbedarf und ich komme einfach nicht weiter, versuche ich es telefonisch beim SV⁶, damit jemand gefunden werden kann der übersetzt.
- P94: Hole Hilfe von Kollegen. schreibe/male es auf.
- P95: Ich erkläre es mit "Händen + Füßen", und schreib es auf die Boardkarte
- P96: Google Translate, Hilfe von Kollegen/innen
- P97: In der Regel wird mit „Händen und Füßen“ gesprochen, also das Gesagte versuche ich dann durch Gestikulieren verständlich zu machen. Wenn ich aber weiß, dass ein Kollege, der sich in der Nähe befindet, der entsprechenden Sprache mächtig ist, dann bitte ich diesen zur Hilfe.
- P98: Händen und Füßen, Hilfe von Kollegen
- P99: Ich verdeutliche das Gesagte mit Gestik, ich deute auf die Gegenstände oder in die Richtung.
- P100: Googeln, gestikulieren, Kollegen um Hilfe bitten, Zeichnungen

Die genannten Ergebnisse und Lösungswege lassen sich folglich in fünf Kategorien aufteilen, wobei die Reihenfolge nach der absteigenden Häufigkeit der Antworten bestimmt wurde:

- Verständigung durch Körpersprache (Häufigkeit: 72)
- Verständigung durch die Hilfe von anwesenden Personen (Häufigkeit: 66)
- Verständigung durch moderne Technik (Häufigkeit: 45)
- Verständigung durch Zeichnungen (Häufigkeit: 16)
- Verständigung durch eigene (Fremd)Sprachgewandtheit (Häufigkeit: 5)

Die nonverbale Kommunikation wie etwa die Gestik, Handbewegungen und Andeutungen spielen in einer erschwerten Verständigung mit Passagieren die erheblichste Rolle. Einen weiteren wichtigen Faktor stellen auch die anwesenden Kolleginnen und Kollegen, gegebenenfalls andere Personen dar, die eine zusätzliche Sprache sprechen. Denn wie auch in Abb. 8 verdeutlicht wird, gehört Vielsprachigkeit zu einem selbstverständlichen Phänomen am Flughafen, da die Mehrheit des Check-in-Personals mindestens eine weitere Fremdsprache außer Deutsch und Englisch beherrscht. Der allgemeinen Vielsprachigkeit sind sich die Kolleginnen und Kollegen bewusst und daher greifen sie bei Möglichkeit oft auf diese Hilfe zurück.

⁶ Supervisor

Weitere Lösung ist die moderne Technik, welche heutzutage immer mehr an Bedeutung gewinnt, da Übersetzungs-Apps immer besser und verbreiteter werden. Die Richtigkeit der Übersetzungen lässt zwar zeitweise zu wünschen übrig, aber für nicht allzu komplexe Mitteilungen eignet sich das Internet mit all seinen Errungenschaften hervorragend.

Bildliche Darstellungen sowie Zeichnungen werden mitunter auch bei Verständigungsproblemen angewandt, jedoch deutlich weniger frequentiert als die vorhin genannten Lösungsansätze. Dies könnte daran liegen, dass erklärende Zeichnungen mehr Zeit in Anspruch nehmen als spontane Gesten und Handbewegungen.

Die eigene Sprachkenntnis, sowie die Kenntnis von bestimmten internationalen Wörtern, oder das Zusammenfügen von ähnlichen Sprachen wird ebenso in Ausnahmefällen angewandt. Die Seltenheit dieser Antwort könnte daran liegen, dass die kulturelle und sprachliche Vielfalt der Passagiere oft über die eigene Fremdsprachkenntnis hinausgeht.

6.3 Erarbeitung der Kategorien

Die aus dem Fragebogen gewonnenen Informationen, Daten und Sichtweisen der Befragten werden nun in Kategorien zusammengefasst und in Hinsicht ihrer Relevanz auf die Forschungsfrage interpretiert. Da nicht alle Fragen eine erhebliche Bedeutung für die Untersuchung haben, werden alleinig die zentralen Aussagen in Oberkategorien sowie Unterkategorien unterteilt. Die grundlegende Frage dieser Masterarbeit lautet, ob Kommunikation zwischen Passagieren und dem Check-in-Personal möglich ist, beziehungsweise wie sie trotz sprachlicher sowie kultureller Unterschiede und den daraus entstehenden Herausforderungen erfolgt. In Abbildung 22 können die Kategorien mit ihren dazugehörigen Subkategorien betrachtet werden.

Der Kontext ist in der *Sozialen Welt* Flughafen, konkret in der *subworld* Check-in-Schalter eingebettet und das zentrale Augenmerk liegt in der Kommunikation mit Passagieren. Die Vielzahl an Sprachen sowie beträchtliche kulturelle Vielfalt am Flughafen sind Gründe dafür, weshalb es ein tagtägliches Phänomen am Arbeitsplatz ist, dass Kommunikation trotz der Absenz eines gemeinsamen sprachlichen oder kulturellen Nenners erfolgen muss. Anfangs wurde festgestellt, dass die *Kernaktivität* aller Mitglieder der *Sozialen Welt* Flughafen, das Bestreben nach der Erhaltung des Betriebs ist. Somit liegt diese Bestrebung auch im Interesse der *subworld Mitglieder*. Die individuellen Strategien dieser, verbunden mit bestimmten Vorbedingungen, können zu den gewünschten, für den Flugbetrieb positiven, Auswirkungen

führen. Im nächsten Schritt werden die Kategorien mithilfe der Fragebogenergebnisse diskutiert.

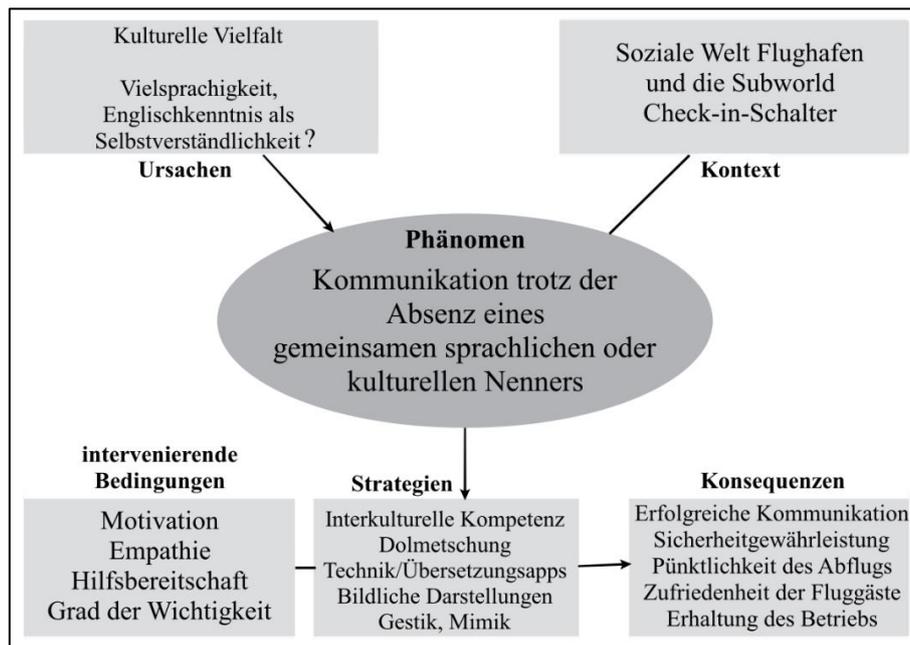


Abb. 22: Kategorien angelehnt an das Kodierparadigma nach Strauss

6.3.1 Ursachen, Strategien und Konsequenzen

Die logische Ursache, dass in der *Sozialen Welt* Flughafen die Kommunikation oft trotz keiner gemeinsamen verbalen Verständnis stattfindet, ist wie schon so oft erwähnt, die kulturelle und sprachliche Diversität der Passagiere. Obwohl die Mehrheit des befragten Personals (77%) selbst eine Fremdsprache spricht, oder eine andere Muttersprache als Deutsch hat, sind Missverständnisse und ungewöhnliche Situationen dennoch an der Tagesordnung.

Nach Betrachtung der Aufteilung nach Arbeitsjahren in Verbindung zu der Meinung zu Unklarheiten am Check-in aufgrund von kulturellen und Sprachlichen Unterschieden, kam die Forscherin zu dem Ergebnis, dass die Arbeitsjahre und die damit verbundene Erfahrung, keinen wesentlichen Unterschied machen. Denn in jeder Kategorie wurde mehrheitlich angegeben, dass am Check-in kulturelle sowie sprachliche Missverständnisse passieren (Abb. 16).

Das Check-in-Personal, welches mehr als 10 Jahre am Flughafen tätig ist, hat aber im Vergleich zu den anderen Befragten häufiger die Antwort *nein* gewählt. Dies könnte mutmaßlich wohl einen Zusammenhang mit den Arbeitsjahren haben, da es durch die Erfahrung und den bewussten sowie unbewussten Umgang in solchen Situationen in erster Linie gar nicht zu Missverständnissen kommt. Möglicherweise würde ein und dieselbe Gegebenheit bei unerfahrenem Check-in-Personal zu Missverständnissen führen, wiederum bei routinierten Angestellten nicht (mehr).

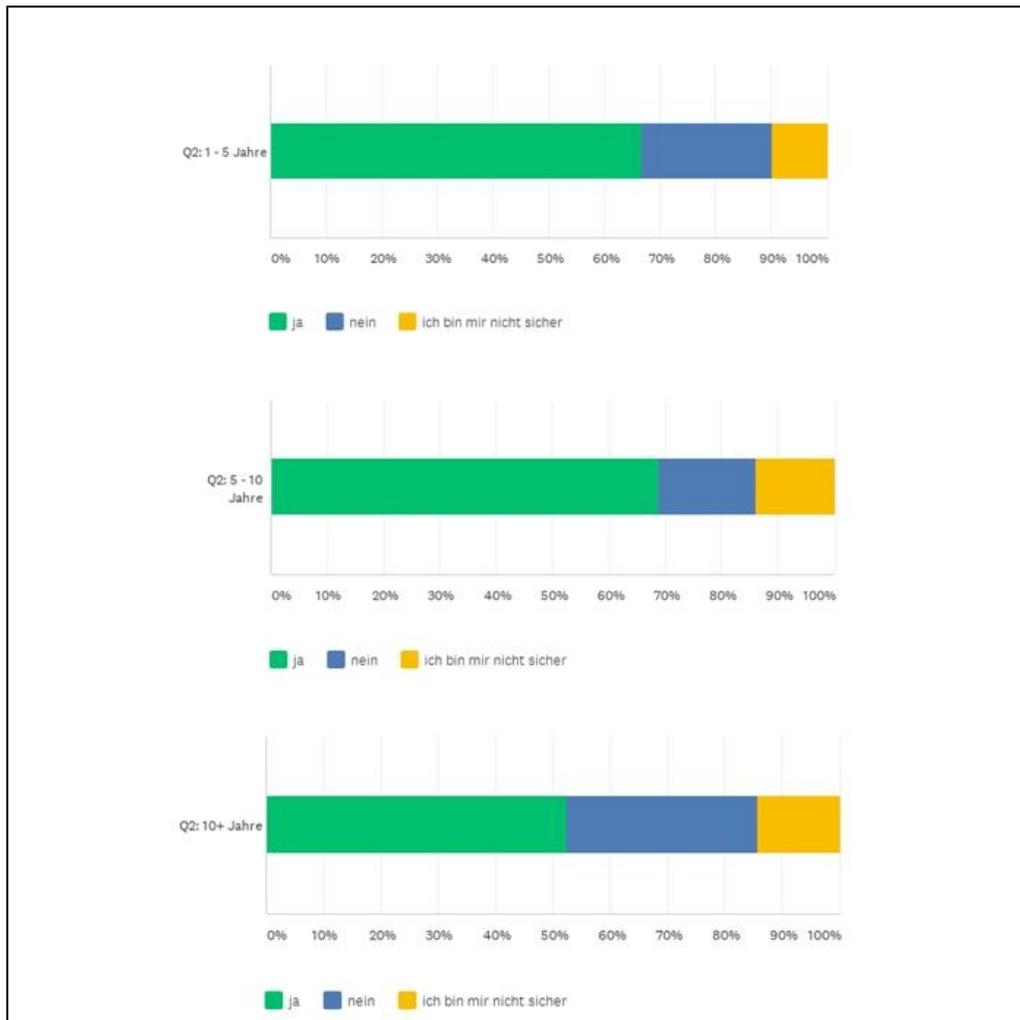


Abb. 23: Frage 12 - Aufteilung nach Arbeitsjahren

Bei sprachlicher Vielfalt ist die geeignete Lösung eine Lingua franca, was sichtlich auch an allen Flughäfen der Fall ist und auch in der Kommunikation eine erhebliche Rolle spielt. Der Ansicht, dass Englisch notwendig und selbstverständlich am Flughafen ist, sind alle Befragten, jedoch wird bei der Frage 6 (Abb. 11) deutlich, dass Englisch doch nicht so selbstverständlich ist, wie erwünscht wäre. Dass Fremdsprachen unter den Kolleginnen und Kollegen verteten sind, ist allen bewusst und bei der Sprachproblematik wird in vielen Fällen, wie bei der offenen Frage ersichtlich, auf andere Kolleginnen und Kollegen ausgewichen. Von einhundert Befragten, gaben sechshundsechzig an, dass sie bei sprachlicher Missverständigung Kolleginnen oder Kollegen um Hilfe bitten würden. Eine solche Dolmetschung würde eine rasche und gute Problemlösung darstellen, jedoch ist diese Möglichkeit nur bedingt realisierbar und von einigen intervenierenden Faktoren abhängig, wie in den folgenden ausgewählten Beantwortungen ersichtlich wird:

„[...] Kollegen fragen ob sie die Sprache können“ (P7), „Kollegen suchen“ (P8), „Entweder ich erwische eine Kollegin/einen Kollegen, der die Sprache spricht[...]“ (P17), „[...] wenn möglich und Zeit ist hole ich ein Kollegen der das schneller und besser verständigen kann als ich“ (P32), „ich hole Hilfe von Kollegen falls Sie die Sprache können“ (P44), „Falls eine Kollegin oder ein Kollege in der Nähe ist, der sich mit den Passagieren verständigen kann, bitte ich sie oder ihn um Hilfe.“ (P58), „[...] herumfragen ob wer die Sprache spricht“ (P69); „[...] wenn ein Kollege in der Nähe ist, der die selbe Sprache spricht [...]“ (P79), „Ich erfrage ob Kollegen eventuell der Sprache mächtig sind [...]“ (P87), „Ich frage Kollegen in unmittelbarer Nähe, ob sie zufällig übersetzen können [...]“ (P93), „Wenn ich aber weiß, dass ein Kollege, der sich in der Nähe befindet, der entsprechenden Sprache mächtig ist, dann bitte ich diesen zur Hilfe.“ (P97).

Es werden oft Konjunktionen verwendet, welche bei dem Eintreffen der Handlung mit einer Bedingung und/oder Voraussetzung verbunden sind. Da Pünktlichkeit maßgeblich bei allen flugbezogenen Prozessen ist, ist es auch am Check-in eine Frage der Zeit, ob es überhaupt möglich ist, unter Zeitdruck ein geeignetes dolmetschendes Personal zu finden. Darüber hinaus müsste sich die Person in unmittelbarer Nähe befinden, da es wiederum zu viel Zeit in Anspruch nehmen würde, vom Check-in-Schalter aufzustehen und im Terminal nach adäquaten Kolleginnen und Kollegen zu suchen. Da es sich bei der Passagierabfertigung um einen Schichtdienst handelt, ist die Diensterteilung täglich unterschiedlich und auch die Kolleginnen und Kollegen wechseln sich immer ab. Manchmal ist es eine Frage des Glücks, ob sich die geeignete Person einerseits im Dienst und in der Nähe befindet, andererseits zum gegebenen Zeitpunkt zur Verfügung steht und nicht selbst mit abzufertigenden Passagieren beschäftigt ist.

Während bestimmten Uhrzeiten kann es sogar passieren, dass fast niemand vom Personal auffindbar ist und somit die Person auf sich allein gestellt ist. In diesen Fällen setzen viele auf Übersetzungs-Apps:

„[...] Übersetzer am Handy“ (P13), „[...] google ich Wörter, bis man versteht, was man meint“ (P14), „[...] Google Übersetzer mit Sprachangabe“ (P53), „Wenn es kompliziert wird probiere ich es mit Google Translate [...] Wobei ich sagen muss, dass Google Translate meist alle Probleme löst.“ (P64), „Ich habe schon den Google Translator verwendet, um den Inhalt auf der Sprache des Passagiers zu übersetzen. Hat funktioniert!“ (P72)

Übersetzungs-Apps und das Internet generell bieten heutzutage viele Möglichkeiten an und sind ein hilfreiches Instrument bei sprachlichen Verständigungsproblemen. Es sind vor allem jüngere Menschen, die diese während der Arbeit verwenden, denn die Voraussetzung für solche Apps ist ein dementsprechend modernes Handy, was die ältere Generation nicht immer

besitz, oder sich in der modernen Technik und den vielzähligen Applikationen nur bedingt auskennt. Online sind viele gratis Wörterbücher auffindbar und wären bei sprachlichen Verständigungsprobleme eine schnelle und gute Lösung, aber obwohl für den Check-in Computer genutzt werden, beinhalten diese lediglich Arbeitssysteme und haben keinen Internetzugang, welcher für Übersetzungen genutzt werden könnte. Generell sind aber online Übersetzungsdienste für eine gewisse Kategorie von Menschen eine große Hilfestellung, wiederum für die andere Gruppe nutzlos. Selbstverständlich wählt jede und jeder den für sich geeignetsten Lösungsweg bei Verständigungsproblemen, aber bei Betrachtung der Ergebnisse befindet sich die Körpersprache hinsichtlich der Häufigkeit an erster Stelle.

Gestik und Mimik ermöglichen uns die Emotionen zu erkennen, die außerhalb der Sprache sowie Stimme liegen und wie die Abbildung 24 zeigt, benötigt es keiner Arbeitserfahrung, um dies zu erlernen, denn die eindeutige Mehrheit kann anhand von Körpersprache, Gestik und Mimik erkennen, was Passagiere mitteilen möchten.

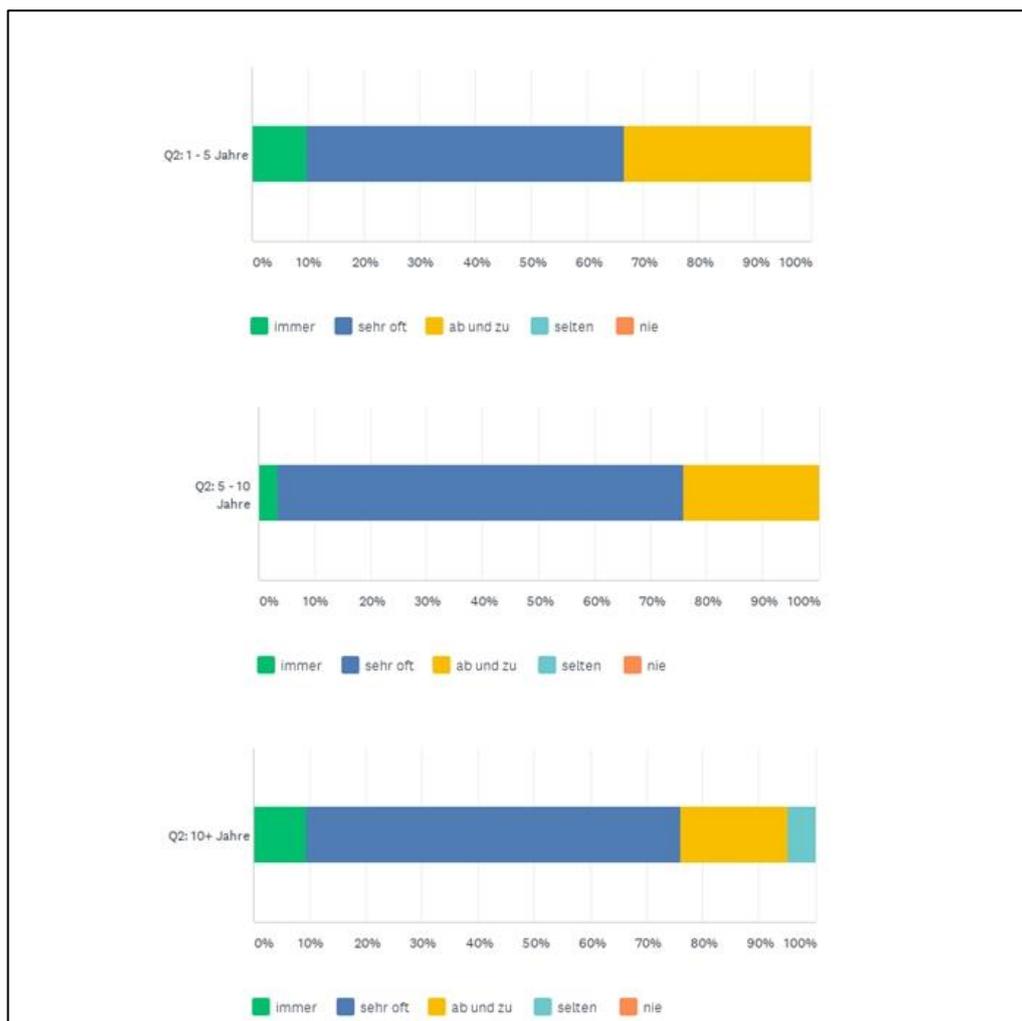


Abb. 24: Frage 8 – Aufteilung nach Arbeitsjahren

So wie das Check-in-Personal die kulturneutralen Nachricht aus der Gestikulation und dem Gesichtsausdruck ablesen kann, so können dies die Passagiere unter Umständen auch und daher ist die häufigste Art der Kommunikation bei nicht vorhandener verbaler Verständigung mit Hand und Fuß, so wie es in der offenen Frage ersichtlich wurde:

„[...] mit Händen und Füßen“ (P3), „Gestikulation, Gebrauch von Zeichen(sprache)“ (P9), „Mit Händen und Füßen, funktioniert immer!“ (P16), „Hände, durch Zeigen“ (P21), „Body language [...]“ (P26), „[...] Information mit Händen und Füßen erklären“ (P31), „Handzeichen [...]“ (P33), „Veranschaulichung“ (P38), „In der Regel wird mit ‚Händen und Füßen‘ gesprochen, also das Gesagte versuche ich dann durch Gestikulieren verständlich zu machen [...]“ (P97), „Ich verdeutliche das Gesagte mit Gestik, ich deute auf die Gegenstände oder in die Richtung.“ (P99)

Hin und wieder werden auch bildliche Darstellungen als Kommunikationshilfe verwendet, jedoch im Vergleich zu den anderen Lösungswegen kommen diese deutlich geringer vor. Was des Weiteren auffällt ist, dass Zeichnungen während der Umfrage nie als die einzige Methode gewählt wurden, sondern immer in Begleitung von anderen Lösungsansätzen.

Eine nennenswerte Antwort bezieht sich auf die Selbstverständlichkeit des routinierten Check-in-Prozesses, denn nicht allzu komplexe Fragen betreffend die weitere Flugprozedur, können sich Passagiere durch Beobachtung und Vernunft selbst beantworten. Vorausgesetzt, sie haben bereits Erfahrung mit Flugreisen und kennen die Abläufe.

„Die meisten Sachen erklären sich von selbst, solange man einfach weiter arbeitet (einfach Boardkarte ausdrucken, zum Gate schicken) [...]“. (P93)

Ein Bezug auf die interkulturelle Kommunikation oder Kompetenz wurde nie als eine Lösungsstrategie angegeben. Das kam auch nicht überraschend, denn interkulturelle Kompetenz wird in diesem Fall als etwas Zweitrangiges betrachtet, da bei erheblichen Kommunikationsschwierigkeiten am Check-in die grundlegende und notwendige Informationswiedergabe die Priorität ist. Oftmals verwandelt sich der Check-in-Schalter in einen tragikomischen Schauplatz, bei dem jegliche Emotionen, Handlungen und improvisierte Erklärungsversuche präsent sind. Es ist offensichtlich, dass ebenso die Kundenkommunikation sowie die erwünschten Niveaustandards in solchen konkreten Fällen an Wichtigkeit verlieren, denn zu dem Zeitpunkt ist es nicht allzu wichtig *wie* die Kommunikation zustande kommt, sondern *dass* sie überhaupt erfolgt.

Interkulturelle Kompetenz spielt wiederum bei anderen Check-in-Situationen eine Rolle, da wie bereits in Kapitel 5.1.1 erwähnt wurde, Wissen Macht bedeutet und durch gezielte interkulturelle Kommunikation können einerseits Situationen in die gewünschte Richtung

gelenkt werden andererseits kann durch bewusste Kommunikation das positive Image des Unternehmens gestärkt werden. Auf die Frage, ob die Kommunikation mit Passagieren kulturabhängig erfolgt, antwortete die Mehrheit mit *ja* oder *eher ja* (Abb. 19). Nun wird zusätzlich untersucht, inwiefern dies mit der Länge der Arbeitserfahrung zusammenhängt. Denn die Mutmaßung war, dass jenes Personal, das länger am Flughafen tätig ist, bewusster die Kommunikation an Fluggäste anpasst.

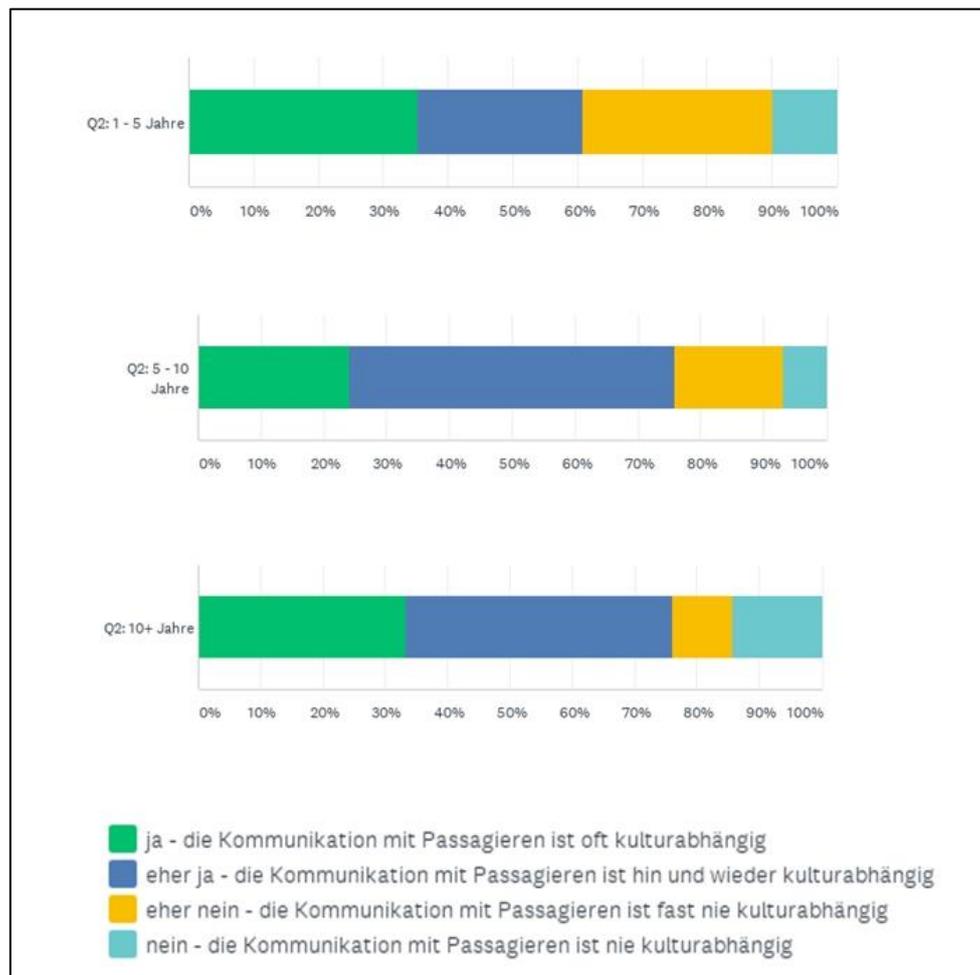


Abb. 25: Frage 15 – Aufteilung nach Arbeitsjahren

Wie die Abbildung 25 zeigt, sind die Unterschiede in den Beantwortungen nur gering und die Vermutung wurde nur zu einem minimalen Grad bestätigt. Personal, welches kürzer als fünf Jahre in der Passagierabfertigung arbeitet, wählte die Antwort *eher nein*, öfters als jene, die eine längere Arbeitserfahrung aufweisen können. Jedoch ist der generelle Unterschied nicht allzu signifikant und die Kommunikation wird von der Mehrheit der Befragten an die kulturellen Hintergründe der Passagiere angepasst. Diese Kompetenz kann durch die Arbeit am Flughafen

sehr wohl gestärkt werden, aber auch individuelle Lebenserfahrungen sowie Situationen führen zur Aneignung und Ausprägung dieser Kompetenz.

Alle besprochenen Kommunikationsstrategien des Personals hängen auch mit intervenierenden Bedingungen zusammen. Diese wurden nicht konkret befragt, aber jene Voraussetzungen sind situationsbedingt und schlüssig. Wie bereits bekannt, sind Sicherheit und Pünktlichkeit das Alpha und Omega der Fliegerei, somit sollte jede und jeder den Wichtigkeitsgrad der Information, welche den Passagieren kommuniziert werden sollte, kennen. Die Relevanz der Mitteilung ist oft ausschlaggebend für die weiteren kommunikativen Bemühungen des Check-in-Personals. Unumgängliche Auskünfte über Gefahrgut, Flugänderungen, Einreisebestimmungen oder ähnlichem erfordern die oben genannten Strategien. Nebensächliche Informationen über Vielfliegerprogramme, Upgrades oder Mahlzeiten an Bord können bei erschwerter Verständigung ebenso zusätzlich kommuniziert werden, aber hierbei spielt der Zeitfaktor eine Rolle. Das Personal muss sich sicher sein, dass die ergänzenden Erklärungen und Bemühungen in keiner Hinsicht den Check-in-Prozess oder ferner die Pünktlichkeit des Abflugs verzögern. Es macht nämlich einen Unterschied, ob zur gegebenen Zeit allein am Check-in-Schalter gearbeitet wird, oder mit mehreren Kolleginnen und Kollegen. Die Situation muss jede und jeder für sich selbst einschätzen können und danach dementsprechend handeln.

Angenommen, es ist genügend Zeit und die essenziellen Informationen wurden dank eingesetzten Strategien kommuniziert, hängt die zusätzliche Kommunikation mit den Passagieren auch von individuellen menschlichen Faktoren ab, wie etwa der Motivation, Empathie, Sympathie und Hilfsbereitschaft. Am Check-in-Schalter wird die Bedeutung des Sprichworts *du erntest was du säst* oft sichtbar, denn sind die Passagiere dem Personal gegenüber freundlich, höflich und respektvoll, dann bekommen sie dies auch wieder zurück. Wiederum bei unhöflichen und rücksichtslosen Fluggästen hält sich die Hilfsbereitschaft von Seiten des Personals in Grenzen. Selbstverständlich wird der Arbeitsprozess bei respektlosen Passagieren nicht vernachlässigt, jedoch wird auf zusätzliche Nettigkeiten und Bemühungen in der Regel verzichtet.

Da das Phänomen, der Kontext, die Ursachen, sowie die Strategien in Verbindung mit den notwendigen Voraussetzungen besprochen wurden, werden wir nun die gewollten, daraus folgenden Konsequenzen aufweisen. Wie bereits bei der Erarbeitung der Kategorien in Abbildung 22 verdeutlicht wurde, beziehen sich die Auswirkungen ferner alle auf den Flugbetrieb. Der Check-in leistet einen wichtigen Teil in der gesamten Kette, alleinig bereits mit einer erfolgreichen Kommunikation bei der ersten Begegnung mit Reisenden. Fühlen sich

Passagiere gut und freundlich betreut, so werden sie auch zukünftig die Fluglinie nutzen. Werden wichtige Informationen verständlich und frei von Missverständnissen kommuniziert, so werden eventuelle Flugverspätungen sowie Sicherheitsrisiken vermieden, was sich ebenfalls positiv auf die einzelnen Airlines und ferner in der Erhaltung des Flugbetriebs auswirkt, was die primäre und wichtigste *Kernaktivität* der *Sozialen Welt* und aller ihrer *implicated actors* ist.

Insgesamt lässt sich sagen, dass das täglich auftretende Phänomen der erschwerten Kommunikation mit Passagieren mit der richtigen Herangehensweise des Check-in-Personals lösbar ist. Einige Strategien unterliegen gewissen Voraussetzungen, aber da es unterschiedliche Lösungsansätze für die kommunikative Problematik gibt, muss das Personal nach Einschätzung der Situation selbst entscheiden, welche Methode die geeignetste wäre. Daher liegt die erfolgreiche Kommunikation in der Hand jeder und jedes einzelnen und es kann nicht verallgemeinert werden, welche Lösung bei sprachlich und kulturell erschwerter Kommunikation die beste wäre.

7 Zusammenfassung

Zunächst muss erwähnt werden, dass die Ergebnisse und Analysen kritisch betrachtet werden müssen, da es sich bei den Antworten des Fragebogens um subjektive Wahrnehmungen und Erfahrungen des Check-in-Personals handelt. Bis auf wenige Ausnahmen haben die Befragten keinerlei wissenschaftliche Erfahrungen mit Themen Kultur, Kommunikation und Interkulturalität, was sich wiederum in den Meinungen und Antworten widerspiegeln kann. Einige Beispiele sowie die anschließenden Interpretationen der Ergebnisse unterliegen demnach auch den subjektiven Erkenntnissen der Autorin, aber aufgrund der achtjährigen Arbeitspraxis weisen die Beobachtungen und Widerfahrnisse durchaus eine Signifikanz auf.

Da auch die Anzahl der Teilnehmenden nicht unter einhundert liegt, haben die Ergebnisse, trotz wissenschaftlicher Unerfahrenheit, eine gewisse Aussagekraft. Dennoch müssten weitaus größere Studien durchgeführt werden, um eine wissenschaftlich gültige Aussage zu treffen. Jedoch kann diese Forschung, als eine Vorlage oder Anstoß für weitere Untersuchungen in diesem Feld dienen.

Einleitend wurde in dieser Arbeit die Vermutung aufgestellt, dass die Kommunikation trotz sprachlicher und kultureller Hindernisse möglich ist, aufgrund der größtenteils bekannten und routinierten Check-in Abläufe und der daraus resultierenden gegenseitigem

Kommunikationsziels seitens der Passagiere und des Personals. Die Hypothese, dass die Kommunikation möglich ist, wurde unter Berücksichtigung von gegebenen Rahmenbedingungen und situationsabhängigen Lösungsstrategien bestätigt. Wenn also die eigene (Fremd)Sprache nicht ausreicht, wird auf andere Methoden zurückgegriffen. Diese sind am Check-in Schalter Piktogramme, Übersetzungs-Apps, Hilfe von anwesendem Personal, welches der gewünschten Sprache mächtig ist oder die Verständigung durch Körpersprache.

Zeichnungen können bei einfachen Wegweisungen oder Verdeutlichung von Gegenständen und Orten genutzt werden, da komplexe Erklärungen zu aufwändig wären. Übersetzungs-Apps erfreuen sich heutzutage immer größer werdender Beliebtheit, aber werden eher von der jüngeren, technisch begabten Generation genutzt. Die Hilfe von anwesenden Personen, welche die gewünschte Sprache sprechen, erweist sich als der zweithäufigste Lösungsweg bei Kommunikationsschwierigkeiten. Diese Lösung scheint auf den ersten Blick optimal zu sein, da Dolmetschen von fachbezogenen und nicht allzu komplizierten Themen auch für Laien möglich ist. Jedoch liegt der Nachteil in der unzuverlässigen Verfügbarkeit dieser Personen. Die Körpersprache hat sich in dieser Forschung als die meist genutzte Methode erwiesen und dass trotz der Gefahr, dass gewisse Gesten kulturspezifisch sein können. Mimik verdeutlicht allerdings kulturunabhängige Emotionen und die Gestik und Handbewegungen veranschaulichen konkrete Gegenstände oder Richtungsweisungen. Daher kann aufgrund der routinierten Check-in-Abläufe und des wohlbekannten Bestrebens der Fluggäste, das Personal fast immer korrekt aus den nonverbalen Elementen ablesen oder zumindest richtig vermuten, was die Passagiere mitteilen möchten und danach agiert werden.

Interkulturelle Kompetenz ist bei erschwerter Kommunikation aufgrund von sprachlicher Barriere nicht wahrlich behilflich, da bereits die Kenntnis der Fremdsprache zu der Kompetenz gehören würde, jedoch kann sie ein wichtiges und zusätzliches Instrument bei anderen, arbeitsbezogenen kommunikativen Tätigkeiten sein. Durch interkulturelle Kommunikation können Gespräche mit Passagieren in die gewünschte Richtung gelenkt werden, oder ein guter Eindruck hinterlassen werden, was sich positiv auf das Image des Unternehmens auswirkt. Interkulturelle Kompetenz leistet auch einen großen Beitrag hinsichtlich des Respekts und Einfühlungsvermögen hinsichtlich fremder Kulturen. Obwohl interkulturelle Kompetenz nicht zu den vorausgesetzten Qualifikationen des Check-in-Personals gehört, wäre die Mehrheit der Befragten dafür, dass die Angestellten diese Kompetenz besäßen. Manche sind sich diesbezüglich zwar unsicher oder sehen interkulturelle Kompetenzen eher negativ betont, „[a]ber Respekt, Verständnis und Offenheit sollte durchaus am Flughafen in einer Schulung gelehrt werden!“ (F17: 82)

Bibliographie

- Austrian Wings (2019). *Flughafen Wien für „Best Airport Staff in Europe“ ausgezeichnet*.
<https://www.austrianwings.info/2019/03/flughafen-wien-fuer-best-airport-staff-in-europe-ausgezeichnet/> (Stand: 17.10.2020).
- Aviation Worldwide Limited. (2018). OAG 2018 punctuality league: On-time performance for airlines and airports and Top 20 busiest routes.
https://www.oag.com/hubfs/Free_Reports/Punctuality_League/2018/PunctualityReport2018.pdf (Stand: 19.01.2021).
- Bausinger, Hermann (1988). Stereotypie und Wirklichkeit. In: Wierlacher, Alois et. al (Hg.) *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache, Bd. 14*. München: Hueber, 157 – 170.
- Beier, U. (1974). *Heuristische Methoden des Operation Research. Vorlesungsmanuskript*. Berlin: Akademische Verlagsgesellschaft.
- Berti, Adele (2018). *Can cultural differences impact passenger satisfaction? Airport Industry Review*.
https://airport.nridigital.com/air_dec18/can_cultural_differences_impact_passenger_satisfaction (Stand: 20.05.2020).
- Bohnsack, Ralf & Geimer, Alexander & Meuser, Michael (⁴2018). *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung*. Opladen & Toronto: Verlag Barbara Budrich.
- Bolten, Jürgen (2007). *Interkulturelle Kompetenz*. https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00020394/interkulturellekompetenz.pdf (Stand: 17.06.2020).
- Bromme, Rainer & Hömberg, Eckhard (1977). *Psychologie und Heuristik. Probleme der systematischen Effektivierung von Erkenntnisprozessen*. Darmstadt: Steinkopff.
- Broszinsky-Schwabe, Edith (2011). *Interkulturelle Kommunikation: Missverständnisse – Verständigung*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Bruhn, Manfred (⁹2018). *Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen*. München: Vahlen.
- Budke, Alexandra (2006). Nationale Stereotypen als soziale Konstruktionen im Erdkundenunterricht. In: Dickel, Mirka & Kanwischer, Detlef (Hg.) *TatOrte: neue Raumkonzepte didaktisch inszeniert*. Berlin: Lit Verlag, 139 – 154.
- Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (³⁹2004). *Österreichisches Wörterbuch*. Wien: Österreichischer Bundesverlag.

- Clarke, Adele E. (1991). Social Worlds/Arenas Theory as Organizational Theory. In: Maines, David (ed.) *Social Organization and Social Process. Essays in Honor of Anselm Strauss*. New York: Aldine de Gruyter, 119 - 159.
- Clarke, Adele E. & Star, Susan Leigh (2008). The Social Worlds Framework: A Theory/Methods Package. In: Hackett, Edward & Amsterdamska, Olga & Lynch, Michael & Wacjman, Judy (eds.) *Handbook of Science and Technology Studies*. Cambridge, MA: MIT Press, 113 - 137.
- Corbin, Juliet (2003). Grounded Theory. In: Bohnsack, Ralf & Marotzki, Winfried & Meuser, Michael (Hg.). *Hauptbegriffe Qualitativer Sozialforschung. Ein Wörterbuch*. Opladen: Leske + Budrich, 70 – 75.
- Crystal, David (2003). *English as a Global Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Deardorff, D. K. (2009). The identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization at institutions of higher education in the United States. In: *Journal of Studies in International Education Vol 10 Issue 3*. Thousand Oaks: Sage Publications, 241 - 266.
- Dey, Ian (2004). Grounded Theory. In: Seale, Clive & Gobo, Giampietro & Gubrium, Jaber F. & Silverman, David (eds.) *Qualitative Research Practice*. London & Thousand Oaks & New Delhi: SAGE Publications, 80 – 93.
- Ekman, Paul (2004). Emotional and Conversational Nonverbal Signals. In: Larrazabal, Jesus M. & Pérez Miranda, Luis A (eds.) *Language, Knowledge, and Representation*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 39 - 50.
- Ekman, Paul & Friesen, Wallace V. (1969). The Repertoire of Nonverbal Behavior: Categories, Origins, Usage, and Coding. In: *Semiotica*. San Francisco: University of California, 49 – 98.
- Ekman, Paul & Friesen, Wallace V. (1972). Handbewegungen. In: Scherer, Klaus R. & Wallbott, Harald G. (Hg.). *Nonverbale Kommunikation. Forschungsberichte zum Interaktionsverhalten*. Weinheim/ Basel: Beltz Verlag, 108 - 123.
- Essig, Carola & Soulas de Russel, Dominique & Semanakova, Marcela (2003). *Das Image von Produkten, Marken und Unternehmen*. Sternenfels: Verlag Wissenschaft & Praxis.
- Estival, Dominique & Farris, Candace & Molesworth, Brett (2016). *Aviation English: A lingua franca for pilots and air traffic controllers*. New York: Routledge.
- Fenk, August (2000). Piktogramme und Diagramme. In: Bernard, Jeff & Withalm, Gloria (Hg.) *Semiotische Berichte 24 (1-4)*: 35 - 58.

- Flughafen Wien AG (2015). *FLUGHAFEN WIEN VON A BIS Z*. Kommunikation, Werbung & Marketing: Wien-Flughafen.
- Flughafen Wien AG (2017). *Nachhaltigkeitsbericht 2017: Inklusive Umwelterklärung gemäß EMAS-Verordnung*. Korneuburg: Ueberreuter Print GmbH.
- Gierl, Heribert & Hüttl, Verena (2009). Persönliche Kommunikation. In: Bruhn, Manfred & Esch, Franz-Rudolf & Langner, Tobias (Hg.) *Handbuch Kommunikation*. Berlin: Springer, 233 - 244.
- Halit, Öztürk (2008). Professionalität im „globalen Dorf“: interkulturelle Kompetenz in der Weiterbildung. In: *MAGAZIN erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs*. https://erwachsenenbildung.at/magazin/08-4/meb08-4_08_oeztuerk.pdf (Stand 11.02.2021).
- Hall, Edward T. (1981). *Beyond Culture*. New York: Doubleday.
- Hall, Edward T. & Hall, Mildred Reed (1990). *Understanding cultural differences: keys to success in West Germany, France, and the United States*. Yarmouth, Maine: Intercultural Press, Inc.
- Hasselbring, Wilhelm (1997). *Nachvollziehbarkeit von den Anforderungen zum entwickelten System durch den Einsatz von Piktogrammen*. Dortmund: Universität Dortmund.
- Hazrati, Alireza (2015). Intercultural communication and discourse analysis: The case of Aviation English. In: Rahimi, Ali (ed.) *Procedia – Social and Behavioral Sciences Vol. 192*. Teheran: Elsevier, 244 - 251.
- Hecht-El Minshawi, Béatrice (2008). *Business Know-how Golfstaaten: So wird Ihre Geschäftsreise zum Erfolg*. München: Redline Wirtschaft.
- Herskovits, Melville Jean (1949). *Man and his work: the science of cultural anthropology*. New York: Knopf.
- Hertwig, Ralph (2006). Strategien und Heuristiken. In: *Handbuch der Allgemeinen Psychologie - Kognition*. Göttingen: Hogrefe Verlag, 461 - 469.
- Hesse, Lisbeth (2008). Fremdwahrnehmung im Tourismus oder: Reisen in Nahost und was man davon hat...In: *Austrian Studies in Social Anthropology, Journal 1/2008* <https://www.univie.ac.at/alumni.ksa/wp-content/uploads/text-documents/ASSA/ASSA-Journal-2008-01.pdf> (Stand: 04.01.2021).
- Hinnenkamp, Volker (2004). Die Anderen als Fremde – Wir als Fremde: Missverständnisse und Brücken in der interkulturellen Kommunikation. In: Rometsch, W. & Sarrazin, D. (Hg.) *Best Practices – in der Arbeit mit suchtmittelabhängigen Russlanddeutschen in der*

- ambulanten Suchthilfe*. (Forum Sucht Bd. 34). Münster: Landschaftsverband Westfalen-Lippe, 7 – 19.
- Hofstede, Geert (1991). *Interkulturelle Zusammenarbeit: Kulturen - Organisationen - Management*. Wiesbaden: Gabler.
- Hofstede, Geert & Hofstede, Gert Jan (2006). *Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Huck-Sandhu, Simone & Hassenstein, Katrin (2015). Kundenkommunikation. In: Hundt, Markus & Biadala, Dorota (Hg.) *Handbuch Sprache in der Wirtschaft*. Berlin/Boston: De Gruyter, 131 – 150.
- Hulbert, James & Capon, Noel (1972). Interpersonal Communication Marketing: An Overview. In: *Journal of Marketing Research* Vol. 9 No.1. Thousand Oaks: Sage Publications, 27-34.
- ICAO (2004). *Publication of Doc 9835-AN/453, Manual on the Implementation of ICAO Language Proficiency Requirements*.
- Jiafu, Qi (2016). Die Auswirkungen von Stereotypen auf die interkulturelle Kommunikation. In: *Literaturstraße: Chinesisch-deutsches Jahrbuch für Sprache, Literatur, Kultur*. Heidelberg: Universitätsbibliothek, 431 – 443.
- KLM Marketing division (2009). *The 7 Service Standards: customer focus*. https://klmaf.weebly.com/uploads/1/3/1/6/13160507/7ss_kl_crew_eng_17_06_tcm696-317994.pdf (Stand 29.05.2020).
- Klußmann, Niels & Malik, Arnim (2004). *Lexikon der Luftfahrt*. Berlin: Springer.
- Kutschker, Michael & Schmid, Stefan (2011). *Internationales Management*. Berlin: De Gruyter.
- Konzernkommunikation Flughafen Wien AG (2019). *Verkehrsergebnisse*. https://www.viennaairport.com/unternehmen/investor_relations/news/verkehrsergebnisse?news_beitrag_id=1547640734879 (Stand 15.05.2020).
- Korte, Karl-Rudolf (2002). Außenbeziehungen: Selbstbild/Fremdbild. In: Greiffenhagen, M. et. al (Hg.). *Handwörterbuch zur politischen Kultur der Bundesrepublik Deutschland*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH, 45 – 48.
- Kriele, Christian (2017). Terminologie in der Fachkommunikation. In: Perrin, Daniel & Kleinberger, Ulla. *Doing Applied Linguistics: Enabling Transdisciplinary Communication*. Berlin: De Gruyter, 201 – 207.

- Ludwig-Mayerhofer, Wolfgang (2016). Grounded Theory. In: *ILMES Internet-Lexikon der Methoden der empirischen Sozialforschung*. http://wlm.userweb.mwn.de/Ilmes/ilm_g1.htm (Stand 23.01.2021).
- Lueger, Manfred. (2007). Grounded Theory. In: Buber, R & Holzmüller, H. H. (Hg). *Qualitative Marktforschung*. Wiesbaden: Gabler, 189 – 205.
- Lüsebrink, Hans-Jürgen (⁴2016). *Interkulturelle Kommunikation: Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Maletzke, Gerhard (1996). *Interkulturelle Kommunikation: Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Mast, Klaudia & Güller, Karoline & Huck, Simone (2005). *Kundenkommunikation: Ein Leitfaden*. Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Maurer, Peter (⁴2006). *Luftverkehrsmanagement: Basiswissen*. München: Oldenbourg.
- McNeill, David (1994). *Hand and Mind. What Gestures Reveal about Thought*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- McFarland, Richard G. & Challagalla, Goutam N. & Shervani, Tasadduq A. (2006). Influence Tactics for Effective Adaptive Selling. In: *Journal of Marketing Vol. 70*. Thousand Oaks: Sage Publications, 103 – 117.
- Merten, Klaus. (1977). *Kommunikation: Eine Begriffs- und Prozeßanalyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag. Berlin: Springer, 67 - 80.
- Meyer, John P. & Stanley, David J. & Herscovitch, Lynne. & Topolnytsky, Larissa (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. In: Fouad, Nadya A. (eds.) *Journal of Vocational Behavior*. Amsterdam: Elsevier, 20 – 52.
- Neubauer, Melanie (2015). *Das Handbuch: Gesten weltweit verstehen*. Norderstedt: BoD – Books on Demand.
- Oerter, Rolf (2013). Der Aufbau kultureller Identität im Spannungsfeld von Enkulturation und Akkulturation. In: Genkova, Petra & Ringeisen, Tobias & Leong, T.L. Frederick (Hg.). *Handbuch Stress und Kultur: Interkulturelle und kulturvergleichende Perspektiven*. Wiesbaden: Springer, 67-79.
- Pfab, Antej (2020). *Ich und die Anderen: Der Einfluss von Selbst- und Fremdbildern auf den beruflichen Alltag*. Berlin: Springer.
- Plate, Markus (²2015). *Grundlagen der Kommunikation: Gespräche effektiv gestalten*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

- Prokop, Izabela (1995). Stereotype, Fremdbilder und Vorurteile. In: Czyzewski, Marek & Gülich, Elisabeth & Hausendorf, Heiko & Kastner, Maria (Hg.). *Nationale Selbst- und Fremdbilder im Gespräch: Kommunikative Prozesse nach der Wiedervereinigung Deutschlands und dem Systemwandel in Ostmitteleuropa*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 180 - 202.
- Reinders, Heinz (2011). Fragebogen. In: Reinders, Heinz & Ditton, H. & Gräsel, C. & Gniewosz, B. (Hg.). *Empirische Bildungsforschung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 53 – 65.
- Schenk, Eberhard (2001). Interkulturelle Kompetenz. In: Bolten, Jürgen. & Schröter, Daniela (Hg.). *Im Netzwerk interkulturellen Handelns: Theoretische und praktische Perspektiven der interkulturellen Kommunikationsforschung*. Sternenfels: Verlag Wissenschaft & Praxis, 52 - 61.
- Schick, Siegfried. (2010). *Interne Unternehmenskommunikation*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.
- Schmidt, Janina & Dunger, Christine & Schulz, Christian. (2015). Was ist „Grounded Theory“?. In: Schnell, M. W. et al. (eds.) *Palliative Care und Hospiz, Palliative Care und Forschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Scholz, Christian (2014). *Personalmanagement: informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen*. München: Verlag Franz Vahlen.
- Schulz, Alex (2009). *Verkehrsträger im Tourismus: Luftverkehr, Bahnverkehr, Straßenverkehr, Schiffsverkehr*. München: Oldenbourg.
- Schulz von Thun, Friedeman. (1981). *Miteinander reden: 1. Störungen und Klärungen: Allgemeine Psychologie der Kommunikation*. Hamburg: Rowohlt.
- Sneffjella, Bryor & Schmidtke, Daniel & Kuperman, Victor (2018). *National character stereotypes mirror language use: A study of Canadian and American tweets*. PLoS ONE 13(11). e0206188. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0206188> (Stand 11.01.2021).
- Statistik Austria (2019). *Zivilluftfahrtstatistik 2018*. https://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/verkehr/120765.html (Stand 29.05.2020).
- Statistik Austria (2020). *Zivilluftfahrtstatistik 2019*. http://www.statistik.at/web_de/statistiken/energie_umwelt_innovation_mobilitaet/verkehr/luftfahrt/122988.html (Stand 29.05.2020).

- Straub, Jürgen (2007). Kompetenz. In: Straub, Jürgen & Weidemann, Arne & Weidemann, Doris (Hg.). *Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kompetenz*. Stuttgart/Weimar: Verlag J.B. Metzler, 35 - 46.
- Strauss, Anselm (1978). A social world perspective. In: Denzin, Norman (eds.) *Studies in Symbolic Interaction*. Greenwich: JAI Press, 119 - 128.
- Thomas, Alexander & Kinast, Eva-Ulrike & Schroll-Machl, Sylvia (2005). *Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation: Band 1: Grundlagen und Praxisfelder; Band 2: Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Unterhuber, Alexandra (2012). *Celebi: Schulungsunterlagen*. Wien: o.A.
- Urquhart, Cathy & Lehmann, Hans & Myers, Michael D. (2010). Putting the ‘theory‘ back into grounded theory: guidelines for grounded theory studies in information systems. In: *Information System Journal* Vol. 20, 357 – 381.
- Wahren, Heinz Kurt E. (1987). *Zwischenmenschliche Kommunikation und Interaktion in Unternehmen. Grundlagen, Probleme und Ansätze zur Lösung*. Berlin; New York: De Gruyter.
- Watzlawick, Paul & Beavin, Janet H. & Jackson, Don D. (122011). *Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien*. Bern: Verlag Hans Gruber.
- Whittler, Tommy E. (1994). Eliciting consumer choice heuristics: Sales representatives’ persuasion strategies. In: *The Journal of Personal Selling & Sales Management*. Vol 14, Iss 4. Abingdon: Taylor & Francis, 41 - 53.

Abstract

Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich mit kommunikativen Herausforderungen und möglichen Lösungswegen, welche ein kulturell vielfältiges Umfeld mit sich bringt. Konkret handelt es sich um den Arbeitsplatz Flughafen und betrifft die Kommunikation zwischen Passagieren und dem Bodenabfertigungspersonal am Check-in-Schalter.

Flughäfen bedienen sich einer eigenen Fachsprache sowie der Lingua franca Englisch, aber aufgrund der sprachlichen und kulturellen Vielfalt der Passagiere können mitunter Verständigungsschwierigkeiten auftreten. Ziel dieser Forschung ist es, auf die kulturspezifischen Herausforderungen aufzuzeigen und zu erforschen, ob und inwiefern die Kommunikation zwischen Flugreisenden und dem Check-in-Personal verläuft, wenn kein gemeinsamer sprachlicher Nenner gegeben ist.

Zunächst wird die Arbeit am Check-in-Schalter mit all ihren Prozessen und Verantwortungen vorgestellt, um zu veranschaulichen, warum eine effiziente Kundenkommunikation in erster Linie notwendig ist. Anschließend werden verschiedene Kommunikationsarten erläutert sowie der Kulturbegriff, gemeinsam mit unterschiedlichen Kulturmodellen. Ferner wird auf herausfordernde Situationen aufgewiesen, welche im konkreten Setting eintreten.

Die anschließende empirische Untersuchung beinhaltet Erfahrungen, Meinungen und kommunikative Strategien des Bodenabfertigungspersonals des Wiener Flughafens. Aufgrund der realen sowie praxisbezogenen Einblicke werden Schlussfolgerungen und Lösungswege präsentiert.

Abstract (EN)

The present master's thesis deals with communication challenges and possible solutions, which occur in a culturally diverse environment. Specifically, at the workplace airport relating to the communication between passengers and the ground staff at the check-in counter.

Airports are making use of a particular technical language as well as of English as a lingua franca, but due to the passenger's linguistic and cultural diversity, comprehension problems may arise. The goal of this research is to point out the cultural challenges and to research, if and how the communication between passengers and the check-in staff takes place, without a common language.

Initially the check-in procedures and responsibilities will be introduced, to illustrate why an efficient customer communication is necessary in the first place. Subsequently different types of communication and the concept of culture along with various cultural models will be described. Furthermore, challenging situations, which occur in this specific setting will be demonstrated.

The following empirical study includes experiences, opinions and communication strategies of the ground staff of the Vienna airport. Due to the realistic and practically orientated insights, conclusions and approaches will be presented.