



Hochschulzertifikat Interkulturelle Kompetenz

Online-Meeting, 04.03.2026

Prof. Dr. Maja Störmer

Thema	Vorlesungen	Anwendungsaufgabe	Bearbeitungszeitraum
Kick-Off			28.10.2025
Einführung	00: Einführung in den Kurs		
Block 1: Der relationale Kulturbegriff	01: Kulturen als Akteurs-Netzwerke: Relationale Perspektiven	1. Relationale Perspektiven in unsicheren Umwelten	
	02: Kulturmodelle zwischen engem und erweitertem, geschlossenem und offenem Kulturverständnis: Eine Frage der Perspektive		
	03: Fuzzy Cultures: Über die Problematik kultureller Abgrenzungen		
	04: Multi-/ inter-/ transkulturelle Perspektiven: Warum „Integration“ unterschiedlich verstanden wird	2. Kulturelle Perspektiven in der Politik	Bis 30.11.25
Block 2: Methoden zur Analyse und Beschreibung von Akteursfeldern	05: Zwischen Makro- und Mikroperspektiven: Unterschiedliche methodische Ansätze bei der Beschreibung kultureller Akteursfelder	3. Stilanalysen in der Werbung	
	06: Strukturprozessuale Perspektiven der kulturellen Akteursfeldbeschreibung: Zooming und das Sandbergmodell	4. Zooming auf Google Street View	Bis 04.01.2026
Block 3: Kultur & Kommunikation	07: Kultur' als relationaler Begriff: Begriffssystematische Perspektiven		
	08: ‚Kultur‘ als relationaler Begriff: Reziprozitätsdynamiken; Verknüpfung zu Impulsnoten		
	09: Kommunikation: Funktionale, inhalts- und beziehungsorientierte Konstituenten von Kommunikation	5. Journalistisches Framing	
	10: Kommunikative Systeme und Veränderungsdynamiken		
	11: Frames und semantische Netzwerke als Grundlagen kultureller Konstruktion		Bis 01.02.26
Block 4: Stereotype, Diskriminierung, Tradierungen, Machtkritik	12: Framing: Stereo- und Flexitypen, Diskriminierung und Tradierung von Narrativen	6. Stereotype in interkulturellen Trainings	
	13: ‚Eigenes‘ und ‚Fremdes‘ als Konstrukte des Framens - eine relationale Perspektive, Kontakthypothese	7. Kommunikationskampagne des WOM-Projektes	
	14: Was bleibt, was geht? Tradierungen, Kultur-Geschichte(n) und die Metapher des kulturellen Gedächtnisses		Bis 01.03.26
Block 5: Organisationales Diversity Management	15: Organisationskultur		
	16: Organisationskultureller Wandel („Changeprozesse“)		
	17: Diversity Management: theoretische Perspektiven	8. Diversity Management in der Praxis	
	18: DE&I in der Praxis	9. Onboarding und Kulturverständnis	Bis 22.03.26
Block 6: Interkulturelle Kompetenz	19: ik. Berufsfelder & Beratungspraxis	10. Ik Kompetenz und ich	
	20: Unbestimmtheitserfahrungen: strukturprozessuale Herausforderungen zwischen Bedrohung und Herausforderung, New Work Agilität = Interkulturalität usw.		
	21: Was heißt Interkulturelle Kompetenz		Bis 12.04.26

Die Mündliche Prüfung

Mündliche Abschlussprüfung (ca.30 min.), am **28. & 29.04.2026** online via Zoom.

Zu dem Termin wird es keine weiteren Pflicht-Veranstaltungen für das Ikk. Zertifikat geben.

Die Prüfungen finden online (Zoom) statt und gehen ca. 30 Minuten pro Person (entspannte Einzelgespräche). Das Prüfungsteam besteht zur Transparenz etc. aus zwei Personen (Prüfer:in und Protokollant:in). Für die Prüfung sollen zwei Projekt-Themen (freie Wahl und nach Interesse) mit Thesen vorbereitet werden.


Bitte die erforderlichen Unterlagen für die Prüfung (2* Thesenpapiere + 2* Projekte) mit Namen versehen an majastoermer@gmail.com bis spätestens **3 Werktag**e vor Prüfungstermin. Bitte ein Gesamt-PDF verschicken, mit eindeutiger Benennung ;). Bitte auch das Lerntagebuch vor der Prüfung einreichen.

Ihr könnt vor Beginn der Prüfung angeben, ob ihr eine Note benötigt (so oder so gibt es auch ein Zertifikat ohne Note und evtl. eins mit)

Die Vergabe der Prüfungstermine wird zeitnah hier mitgeteilt und mit Euch abgestimmt.

Terminvergabe Prüfung

Prüfungsdatum	Prüfungszeit	Vergabe
28.04.2026		
1	9:00-9:30 Uhr	Anja
2	9:45-10:15 Uhr	Stefan
3	10:30-11:00 Uhr	Marie-Jo
4	11:15-11:45 Uhr	
	PAUSE	/
5	13:15-13:45	Valentina
6	14:00-14:30 Uhr	Susanne
7	14:45-15:15 Uhr	
8	15:30 -16:00 Uhr	Theresa
29.04.2026		
9	09:00-09:30 Uhr	
10	9:45-10:15 Uhr	
11	10:30-11:00 Uhr	Corinne
12	11:15-11:45 Uhr	



Block IV: Stereotype, Diskriminierung, Tradierungen, Machtkritik

Fragen

Erst nach der Auseinandersetzung mit dem Thema Stereotype in diesem Modul habe ich mir seit dem Gender Gap Day bewusst Gedanken über Genderstereotype und Unconscious Bias gemacht. Im Zuge dessen möchte ich mich erkundigen, ob du mir und natürlich den anderen Teilnehmenden, Vorschläge zu einführender Literatur bezüglich dieser Thematik machen könntest. Vielen Dank im Voraus.

- Schäper, Clara; Schrenker, Annekatrin; Wrohlich, Katharina (2023) : Gender Pay Gap und Gender Care Gap steigen bis zur Mitte des Lebens stark an, DIW Wochenbericht, ISSN 1860-8787, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, Vol. 90, Iss. 9, pp. 99-105, https://doi.org/10.18723/diw_wb:2023-9-1
- Bennedsen, M., Larsen, B., & Wei, J. (2023). Gender wage transparency and the gender pay gap: A survey. *Journal of Economic Surveys*, 37(5), 1743-1777.

- Kern des EntgTranspG (seit 2017): Beschäftigte in Betrieben mit mehr als 200 Mitarbeitern haben das Recht, das Durchschnittsgehalt vergleichbarer Kollegen des anderen Geschlechts zu erfahren.
- Betriebliche Pflichten: Arbeitgeber mit über 500 Beschäftigten müssen ihre Gehaltsstrukturen prüfen und einen Bericht zur Gleichstellung vorlegen.
- EU-Entgelttransparenzrichtlinie (ab Juni 2026): Die Anforderungen werden verschärft.
- Gehaltsangaben: Arbeitgeber müssen Gehaltsspannen in Stellenausschreibungen nennen.
- Auskunftsrecht: Bereits ab 100 Mitarbeitern (statt 200) können Beschäftigte Informationen über Durchschnittsgehälter einfordern.
- Maßnahmen: Bei einer Lohndifferenz von mehr als 5 % müssen Unternehmen aktiv werden.
- Beweislast: Bei Lohndiskriminierung liegt die Beweislast künftig beim Arbeitgeber.
- Situation 2024/2026: Trotz der Gesetze verdienen Frauen in Deutschland 2024 durchschnittlich 16 % weniger pro Stunde als Männer (unbereinigter Gender Pay Gap). 6% weniger (bereinigter Gender Pay Gap)

Anwendungsaufgabe 6: Stereotype in interkulturellen Trainings

Ein selbstständiger Trainer mit langjähriger Berufserfahrung verteidigt vor euch den Gebrauch von Stereotypen für seine Ländertrainings. Stereotypen sollen hier zur Orientierung dienen und würden von den Teilnehmenden immer dankend angenommen werden: *„Wir wissen doch alle, dass das überspitzt, ist. Außerdem sind es keine Vorurteile – die wären ja dann mit einer negativen Bewertung behaftet und natürlich ist das dann nicht mehr ok“*.

Wie reagiert ihr auf diese Aussage? Wie würdet ihr die Argumentation entkräften? Was glaubt ihr vollzieht sich auch für die Teilnehmenden dieser Trainings und wie sieht es mit dem Umgang von Unsicherheit aus?

„Zu dem Argument, dass Stereotype keine Vorurteile und nicht negativ gemeint seien, würde ich sagen, dass auch positiv gemeinte Stereotype homogenisieren und Erwartungen und Handlungsspielräume begrenzen. Außerdem werden Stereotype durch deren Wiederholung zu Vorurteilen.“

Ich würde die Perspektive erweitern wollen, indem ich z.B. frage, welche anderen Faktoren und Zugehörigkeiten außer Nationalität in der Situation, die mit einem Stereotyp erklärt werden soll, eine Rolle spielen könnten? – Das kann der Kontext sein, Erwartungen, Strukturen wie Hierarchie/ Machtverhältnisse, etc.“ (Theresa)

Anwendungsaufgabe 6: Stereotype in interkulturellen Trainings

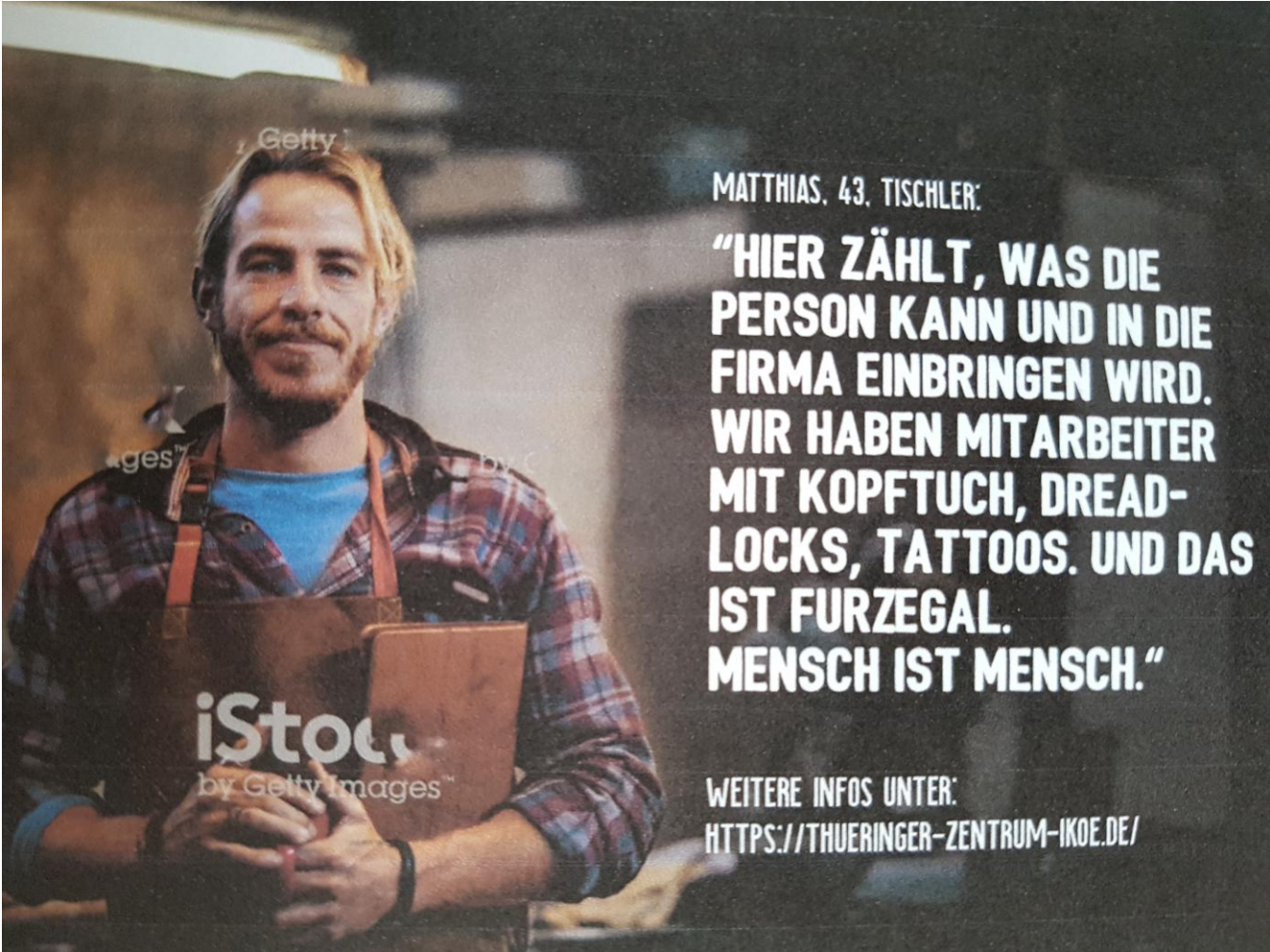
Es ist möglich, dass die Teilnehmenden der Schulung die Inhalte zunächst dankbar annehmen, da sie vielleicht keine Unsicherheiten mögen und froh sind, wenn sie ein „Regelwerk“ erhalten. Sollte dies so sein, würden sie in der Praxis vermutlich scheitern, da sie dann mit einer komplexen Realität konfrontiert werden und nicht auf starre Muster treffen. Sie kennen dann, analog einer Strukturperspektive, nur „schwarz und weiß“, und können nicht auf Kenntnisse aus einem offenen Kulturverständnis zurückgreifen, also eher nicht zwischen Perspektiven wechseln und der Situation entsprechend handeln. Bei Unsicherheiten würden sie dann auf die gelernten Stereotype zurückgreifen und somit nicht konstruktiv und zielführend reagieren. Missverständnisse und daraus resultierende Fehlentscheidungen könnten wiederum die Folge davon sein. (Anja)

Die Äußerungen des Trainers „Wir wissen doch alle, dass das überspitzt, ist.“ und „Außerdem sind es keine Vorurteile“ greifen argumentativ zu kurz und berücksichtigen didaktische sowie kognitive Aspekte bei interkulturellen Trainings nicht. Es wird durch die Verallgemeinerung „uns“ davon ausgegangen, dass alle Teilnehmenden sich der Vorurteile bewusst sind und sogar darüber reflektieren, was nicht pauschalisiert werden sollte. Auch die Trennung von Stereotyp und Vorurteil ist erstmal nicht falsch, aber es wird nicht berücksichtigt, dass ständige Wiederholungen von Stereotypen dazu führen könnten, dass diese in Vorurteile übergehen. (Valentina)

Fragen

Die erste Frage kam mir beim Bearbeiten der Anwendungsaufgabe 6 auf. Mir ist bewusst, dass es eine Vielzahl von Ländertrainingsanbietern gibt, die wie bereits in Modul 1 erwähnt, sich sehr stark in der Strukturperspektive bewegen. Gibt es eigentlich in der Forschung Auseinandersetzungen darüber, wie (vor allem nachhaltige) Ländertrainings im Idealfall aussehen könnten?

Anwendungsaufgabe 7: Kommunikationskampagne des WOM-Projektes



Beide Plakate, d.h. sowohl Entwurf 1 als auch Entwurf 2, finde ich nicht ganz gelungen, zumal die Plakatkampagne darauf abzielen sollte, die thüringische Bevölkerung gegenüber internationalen Mitbürger*innen zu sensibilisieren und im nächsten Schritt der vorherrschenden „Überfremdung“ entgegenzuwirken. Meine Gründe möchte ich im Nachfolgenden für jedes der Plakate einzeln darlegen.

Zu Entwurf 1: Auf den ersten Blick fällt der Mann auf der linken Seite des Plakats direkt ins Auge. Beim näheren Hinschauen, erfährt man, dass er Matthias heißt. Sowohl sein Aussehen als auch sein Name stehen im Kontrast zu der Aussage, die neben ihm abgebildet ist. Es wird zwar davon gesprochen, dass es im Betrieb Mitarbeitende mit Kopftuch, Dreadlocks und Tattoos gibt, jedoch wird es auf dem Plakat in keiner Weise ersichtlich. Es wird lediglich ein Mann abgebildet, dem man keinen Migrationshintergrund ansehen kann und der auch keine der aufgezählten Merkmale aufweist.

Zu Entwurf 2: Bei diesem Plakat sieht man erst auf dem zweiten Blick, dass jeweils nur eine Gesichtshälfte von zwei verschiedenen Frauen abgebildet ist, die sich von ihrer Haut- und Augenfarbe sowie hinsichtlich ihrer Frisur unterscheiden. Was auffällt, ist, dass auf dem Frauengesicht unter den Augen, der Name der abgebildeten Gesichtshälfte der jeweiligen Frau steht sowie auf der rechten Gesichtshälfte noch ein kürzerer Text. Ich finde dadurch wurde das Frauengesicht zu einem Objekt degradiert, weil es als Schreibfläche dient. Hinzu kommt, dass die Aussage oben auf dem Plakat fast die gesamte Stirn der Frau einnimmt. Die Information, dass es sich jeweils um eine Bäckerin ohne und eine Konditorin mit Migrationshintergrund handelt, rückt durch die komprimierte Darstellung der beiden Frauen gänzlich in den Hintergrund. Somit geht auch die Information unter, dass es auch internationale Fachkräfte in der Konditorei gibt/in Zukunft geben könnte. (Valentina)

Entwurf Tischler: Ich verstehe den Sinn hinter dem Entwurf, denke aber nicht, dass der Gedanke dahinter so vermittelt werden kann. Die abgebildete Person ist „typisch deutsch“ und zeigt keine der genannten Merkmale (Kopftuch, Dreadlocks, Tattoos). Somit entsteht auch kein Kontakt zu diesen Merkmalen (Kontakthypothese). Man könnte zum Beispiel ein Team abbilden, in dem zumindest einige dieser Merkmale vertreten sind. Name und Alter der Personen würden für mich hier keine Rolle spielen. Alternativ zu den Personen könnte man auch nur verschiedene Hände an einem Werkstück abbilden. Den Spruch finde ich für ein Poster zu lang – ggf. wird er nicht einmal bis zum Schluss gelesen. Ich würde nicht wörtlich die Merkmale erwähnen, sondern diese im Bild zeigen, um Vertrautheit zu schaffen. Durch einen Slogan würde ich versuchen, ein positives Gefühl von Zusammenhalt und Vertrauen zu schaffen. Indem ein Werkstück mit abgebildet wird, kann man auch sehen, dass tatsächlich etwas entsteht und geschaffen wird und nicht nur „leere Worte“ versprochen werden. Das könnte ebenfalls helfen, die Perspektiven zu verändern.

Entwurf Brot: Dieses Bild hat mich im ersten Moment sehr irritiert. Erst durch den Text ist mir der Sinn dahinter klar geworden. Im Vorbeigehen an einem Plakat, hätte ich diesen vermutlich nicht registriert. Das Gesicht bzw. die Gesichter für sich allein könnten auch Werbung für Kosmetik sein. Die Schrift im Gesicht finde ich befremdlich und auch nicht gut lesbar. Wenn im Slogan von Brot und Händen die Rede ist, sollte man diese auch sehen können. Alternativ zu diesem Bild könnte man eine Gruppe von Bäckereimitarbeiter/innen abbilden, die verschiedene Gebäcke herstellen und einen passenden Spruch auswählen oder auch hier wieder nur mit den verschiedenen Händen arbeiten.

Insgesamt finde ich, dass man pro Thema nicht nur mit einem Plakat arbeiten sollte, sondern mit verschiedenen Bildern und auch verschiedenen Ansätzen im Slogan, um Menschen an ihren verschiedensten Standpunkten abzuholen. Vielfalt sollte versucht werden als alltäglich, normal und positiv darzustellen und nicht als etwas Besonderes. (Anja)



**VIELFALT IST KEIN EXTRA.
SIE IST ALLTAG – UND EINE STÄRKE.**

Mehr Infos  www.testtest.de

**WO HÄNDE ARBEITEN,
ENTSTEHT WERT –
EGAL, WO SIE HERKOMMEN.**

MEHR
INFO:  www.testtest.de

Bei uns wird ihr Brotteig mit viel Liebe
geknetet und das schmeckt man auch.
Bäckerei/Konditorei XYZ

Sabine Fatima

 <https://www.thueringen.de>   #WeltoffenMiteinanderArbeiten. In Thüringen!

**GUTER GESCHMACK
KENNT KEINE GRENZEN.**

Mehr Infos  www.testtest.de

**WENN ALLE MIT ANPACKEN,
WÄCHST MEHR ALS NUR
DER TEIG.**

MEHR
INFOS:  www.testtest.de

Hier zählt, was die Pe
Firma einbringen wir.

Tischlerei XYZ

Weitere Infos unter:
<https://thueringer-zentrum-ikoe.de/> 

Fußzeile

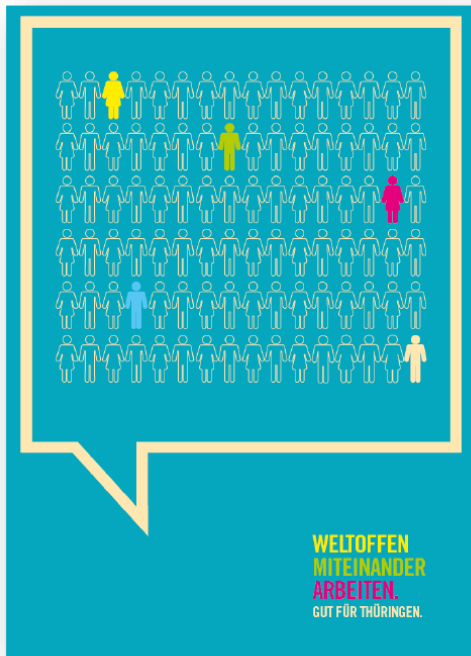
WOM: aktuelle Kommunikationsmittel (Auswahl)



Kontakthypothese und Flexitypen

Aufschlussreich für die Erforschung von Stereotypenverwendungen und daraus potentiell resultierenden Ressentiments ist die von G. Allport 1958 publizierte und 1998/ 2000 u.a. von T.F. Pettigrew modifizierte „**Kontakthypothese**“. Sie weist nach, dass die Neigung zu Stereotypenverwendung und zu Ressentimentverhalten i.d.R. sinkt, je umfangreichere Sachkenntnisse über und Kontakte zu entsprechend ‚gelabelten‘ Akteur:innen bestehen (→ Beziehungsorientierung).

Kommunikationsmittel: CityCards



ABER

Dies ist nur unter bestimmten Voraussetzungen möglich, u.a. wenn...

- ... die Menschen in der Kontaktsituation gemeinschaftliche Ziele verfolgen
- ... die Menschen von etwa gleichem Status sind
- ... die Menschen miteinander interagieren müssen, um ihre Ziele zu erreichen
- ... dieser Kontakt von Autoritäten unterstützt wird.

interculture.de
e Radio Hamburg

Quelle: Allport, 1971

Thema	Vorlesungen	Anwendungsaufgabe	Bearbeitungszeitraum
Kick-Off			28.10.2025
Einführung	00: Einführung in den Kurs		
Block 1: Der relationale Kulturbegriff	01: Kulturen als Akteurs-Netzwerke: Relationale Perspektiven	1. Relationale Perspektiven in unsicheren Umwelten	
	02: Kulturmodelle zwischen engem und erweitertem, geschlossenem und offenem Kulturverständnis: Eine Frage der Perspektive		
	03: Fuzzy Cultures: Über die Problematik kultureller Abgrenzungen		
	04: Multi-/ inter-/ transkulturelle Perspektiven: Warum „Integration“ unterschiedlich verstanden wird	2. Kulturelle Perspektiven in der Politik	Bis 30.11.25
Block 2: Methoden zur Analyse und Beschreibung von Akteursfeldern	05: Zwischen Makro- und Mikroperspektiven: Unterschiedliche methodische Ansätze bei der Beschreibung kultureller Akteursfelder	3. Stilanalysen in der Werbung	
	06: Strukturprozessuale Perspektiven der kulturellen Akteursfeldbeschreibung: Zooming und das Sandbergmodell	4. Zooming auf Google Street View	Bis 04.01.2026
Block 3: Kultur & Kommunikation	07: Kultur' als relationaler Begriff: Begriffssystematische Perspektiven		
	08: ‚Kultur‘ als relationaler Begriff: Reziprozitätsdynamiken; Verknüpfung zu Impulsknoten		
	09: Kommunikation: Funktionale, inhalts- und beziehungsorientierte Konstituenten von Kommunikation	5. Journalistisches Framing	
	10: Kommunikative Systeme und Veränderungsdynamiken		
	11: Frames und semantische Netzwerke als Grundlagen kultureller Konstruktion		Bis 01.02.26
Block 4: Stereotype, Diskriminierung, Tradierungen, Machtkritik	12: Framing: Stereo- und Flexitypen, Diskriminierung und Tradierung von Narrativen	6. Stereotype in interkulturellen Trainings	
	13: ‚Eigenes‘ und ‚Fremdes‘ als Konstrukte des Framens - eine relationale Perspektive, Kontakthypothese	7. Kommunikationskampagne des WOM-Projektes	
	14: Was bleibt, was geht? Tradierungen, Kultur-Geschichte(n) und die Metapher des kulturellen Gedächtnisses		Bis 01.03.26
Block 5: Organisationales Diversity Management	15: Organisationskultur		
	16: Organisationskultureller Wandel („Changeprozesse“)		
	17: Diversity Management: theoretische Perspektiven	8. Diversity Management in der Praxis	
	18: DE&I in der Praxis	9. Onboarding und Kulturverständnis	Bis 22.03.26
Block 6: Interkulturelle Kompetenz	19: ik. Berufsfelder & Beratungspraxis	10. Ik Kompetenz und ich	
	20: Unbestimmtheitserfahrungen: strukturprozessuale Herausforderungen zwischen Bedrohung und Herausforderung, New Work Agilität = Interkulturalität usw.		
	21: Was heißt Interkulturelle Kompetenz		Bis 12.04.26

Gibt es noch Fragen?

Viel Spaß mit Block 5+6 😊

Nächstes Online-Meeting 25.03., 16:30 Uhr