

Herausforderung „Deutsch für Wirtschaft und Beruf“ an der universitären Germanistik

Johann Georg Lughofer

Philosophische Fakultät, Universität Ljubljana, Slowenien

Abstrakt

Der Beitrag baut auf zwölf Jahre Unterrichtserfahrungen im Seminar „Deutsch für Wirtschaft und Beruf“ an der Germanistikabteilung der Universität Ljubljana auf, das früher im 4. Jahr des Diplomstudiums stattgefunden hat und im neuen Bologna-Studienplan in adaptierter Form im ersten Jahr des Masterstudiums durchgeführt wird. Die eminente Bedeutung des Kurses rekurriert auf die Jobaussichten der slowenischen Germanistikstudierenden, die zu einem großen Teil in Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum – und keineswegs nur in den Bereichen Unterricht, Übersetzung und Dolmetsch – zu finden sind.

Die Studierenden der höheren Jahrgänge sprechen, schreiben und verstehen die deutsche Sprache ausgezeichnet. Doch in Sachen Bewerbung, professioneller deutschsprachiger Korrespondenz etc. stoßen sie auf manche – textsortenspezifische, wissensbezogene sowie interkulturelle – Schwierigkeiten, die in dem Beitrag skizziert werden sollen. Auch der terminologische sowie inhaltliche Wissenstand erweist sich regelmäßig als unzureichend. Publierte Unterrichtsmaterialien können in diesem Fall kaum herangezogen werden, weil sie entweder auf ein sprachlich geringeres Niveau für DaF/DaZ abzielen oder wirtschaftliches und berufskommunikatives Spezialwissen für Muttersprachler/-innen anbieten. So wurde das praxis- und zielgruppenorientierte Programm eines Wirtschaftsdeutschkurses extra für die Ansprüche der slowenischen Germanistikstudierenden – mit realen Bewerbungen für „Schnuppertage“ in Österreich, einem Fokus auf neue Medien, interkultureller Sensibilisierung etc. – designt, der durchaus auch für andere Regionen von Interesse ist und im Beitrag ebenso vorgestellt wird.

Schlüsselwörter: Wirtschaftsdeutsch, Germanistikstudium, Interkulturelles Wissen, neue Medien

Abstract

Language knowledge in institutes of higher education such as the German Department at the University of Ljubljana has reached high levels. Unfortunately, this does not mean that students' professional mastery of foreign language and culture is likewise highly developed. The paper addresses the specific problems of students with business correspondence and professional language, as well as strategies to overcome these, in the seminar „Business and Professional German“.

Keywords: German in economy, German studies, intercultural knowledge, new media



1 Fragestellung und Ausgangssituation

Dank des schulischen und universitären Fremdsprachenunterrichtes erreichen Germanistikstudierende in manchen Ländern ein sehr hohes Sprachniveau, insbesondere in jenen Ländern, in denen deutschsprachige Fernsehserien und Filme in der Regel nicht synchronisiert werden und man es gewohnt ist, grenzüberschreitend einzukaufen. Slowenien ist ein solcher Fall: Manchen Germanistikstudierenden hört man es kaum an, dass sie keine deutschen Muttersprachler sind. Doch gerade dieser Umstand verlangt eine ebenso hohe Kenntnis der kulturellen Codes und des sprachlichen Umgangs in professionellen Umgebungen. Hier zeigen sich in der Praxis häufig gravierende Mängel, etwa wenn bei Exkursionen nach Österreich Kellner richtiggehend wütend werden, da sie nicht bemerken, dass die Studierenden keine deutschen Muttersprachler sind, sich aber nicht an die – in Slowenien nämlich unbedeutende – Regel halten, Trinkgeld zu geben.

So bieten wir an der Germanistik der Philosophischen Fakultät in Ljubljana für den Master-Lehrgang, wo die Sprachübungen kein grammatikalisches Pensum mehr abzuarbeiten haben, ein Seminar zu „Deutsch für Wirtschaft und Beruf“ an, um diesem Manko entgegenzuwirken. Es hat früher zweistündig über zwei Semester im 4. Jahr des Diplomstudiums stattgefunden und wird im neuen Bologna-Studienplan in adaptierter Form im ersten Jahr des Masterstudiums einsemestrig mit vier Wochenstunden durchgeführt. Diese Lehrveranstaltung ist für die ca. 20 Studierenden pro Kurs von großem Wert, weil sie keineswegs alle in Arbeitsfeldern nahe der Philologie wie Unterricht oder Übersetzung bleiben wollen und können. Viele von ihnen arbeiten später in der Wirtschaft und in international tätigen Institutionen. Zahlreiche Investoren in Slowenien kommen aus den deutschsprachigen Ländern; Deutschland und Österreich gehören zu den wichtigsten Handelspartnern. Auch der Tourismus lebt weitgehend von österreichischen und deutschen Gästen. Daraus ergibt sich eine Fülle von Beschäftigungsmöglichkeiten, die eine gute Beherrschung des Deutschen verlangen und die Germanistikabsolventen annehmen können. Dies gilt wohl nicht nur für Slowenien, sondern als Folge der Globalisierung, des steigenden Tourismus und der wachsenden beruflichen Mobilität ebenso für Germanistikabteilungen und höhere Schulstufen in anderen Ländern.

Seit den 1980er Jahren wird Deutsch als Fremdsprache in der Wirtschaft vermehrt in Kursen angeboten und in der Wissenschaft verstärkt zur Kenntnis genommen und behandelt. Bolton (1992, S. 59) schätzte diesen Bereich sogar als das wichtigste zukünftige Feld der Fremdsprachen ein, ein Urteil, dem man noch heute zustimmen kann: Qian (2012, S. 14) spricht sogar vom Boom. Wirtschaftsdeutsch wird auch als eine Möglichkeit gesehen, die zum Teil verlorene Bedeutung als Fremdsprache wiederzugewinnen (vgl. Braunert 1999, S. 98). Die Kurse waren schon früh konzeptionell breit gefächert und boten ein weites Spektrum von Fachsprachen der Wirtschaftslehren und den entsprechenden Wissensinhalten (vgl. Buhlmann & Fearn, 1987, S. 198ff.) bis hin zu einem berufsorientierten Fokus mit interkulturellen Aspekten (vgl. Bolten, 1991, S. 93ff.). Zwar besteht eine große Auswahl an Lehrwerken zum Thema, doch nur wenige für fortgeschrittene Niveaus. Die meisten Lehrwerke richten sich an Lernende im Mittelstufenbereich (B2 und C1 nach dem Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen). Die notwendigen Vorkenntnisse für Wirtschaftsdeutsch wurden in den 90ern intensiv diskutiert. Manche Autoren befürworteten Kurse bereits ab Anfängerniveau und begründeten dies mit der Ähnlichkeit zwischen Wirtschafts- und Alltagsdeutsch (vgl. Ehrhardt & Volgnandt, 1997 oder Braunert, 1999). Dieser Ansatz führte zu weitgehend generell ausgerichteten und wenig fachspezifischen Lehrwerken: beispielsweise wurden einfach typische Übungen im Fremdsprachenunterricht – wie die Wegbeschreibung vom Bahnhof zum Stadtzentrum als Frage nach der Richtung zu einem Unternehmen – leicht adaptiert. Diese Lehrwerke konzentrieren sich dann in der Folge auch weiter auf Grundstufengrammatik und -kommunikation mit einer Färbung ins Wirtschaftsdeutsche.

Doch selbst die Werke für fortgeschrittene Niveaus sind für das Seminar an der Universität wenig hilfreich, denn sie vereinfachen die tägliche Wirtschaftssprache zu sehr. Auch Materialien zur Handelskorrespondenz u. a. für Muttersprachler sind nur teilweise einzusetzen, denn sie verlangen wiederum entsprechende Vorkenntnisse in dem jeweiligen Wirtschaftsfeld.

Das Seminar wurde so von den Inhalten her sowie den Materialien vollkommen neu entworfen. Von großer Bedeutung war die empirische Forschung, welche Textsorten denn im realen Berufsleben tatsächlich eingesetzt werden. Dazu konnten an der Germanistik Ljubljana einige Spracherhebungen als Diplomarbeiten realisiert werden (vgl. Kovač, 2009, Kranjec, 2010, Volf, 2010, Pucelj, 2011, Capuder, 2011, Čegovnik, 2012 und Šeliga, 2013), doch auch Untersuchungen zu Textsorten wie jene des Instituts für internationale Kommunikation der Universität Düsseldorf wurden herangezogen. Basierend auf Umfragen unter 1000 in Deutschland ansässigen Unternehmen wurden die relative Bedeutung und die Benutzungshäufigkeit unterschiedlicher Textsorten im Berufsleben ausgelotet: Rundschreiben (18 %), Zeitungen (14 %), Protokolle (12 %), Notizen (12 %), Produktbeschreibungen (8 %), Berichte (6 %), Abrechnungen (5 %), berufsrelevante Bücher (5 %), Bestellungen (5 %), Verträge (1 %) und andere Texte (14 %) (vgl. Bolten, 1994, S. 8).

Auch Analysen der morphologischen und syntaktischen Besonderheiten im Wirtschaftsdeutschen wurden verwendet. Höhnes Auswertung von 360.000 Texten und auch neuere Untersuchungen zeigten die starke Anonymisierung, Spezifizierung und Verdichtung, die sich im Passivgebrauch, in den Adjektivsuffixen (-lich, -bar), Präpositionen (mittels, hinsichtlich, mit Hilfe), Funktionsverbgefügen, Zusammensetzungen, Einschüben, Infinitiv- und Partizipkonstruktionen niederschlagen. Auch Internationalismen und Neologismen werden häufig eingesetzt (vgl. Höhne, 1994, S. 119ff. oder Reuter, 2010, S. 459f.).

Der Gebrauch der adäquaten Textsorten war für den Entwurf des Seminars sicher von großer Bedeutung. Darüber hinaus wurde aber vor allem auf die spezifischen Schwierigkeiten der Studierenden sowie die konkreten Anforderungen des Arbeitsmarktes eingegangen.

2 Probleme der Studierenden bezüglich Wirtschaftsdeutsch

Analysiert wurden für die folgende Übersicht 250 Bewerbungsschreiben – Anschreiben und Lebensläufe, die zwischen 2006 und 2017 geschrieben wurden. Diese wurden als Hausübung für das Seminar zu einem real und aktuell existierenden Jobangebot im Internet verfasst. Die Studierenden mussten in ihren schulischen und universitären Deutsch-Sprachkursen schon mehrmals solche Texte verfassen. Im Seminar wurden sie kurz erneut auf die Anforderungen der schriftlichen Bewerbung vorbereitet; unterschiedliche Modelle von Lebensläufen wurden vorgeschlagen und für entsprechende Situationen besprochen. Für die Übungen verblieb ihnen genügend Zeit, zumeist zwei Wochen.

In den gefertigten Arbeiten spielten orthographische und grammatikalische Probleme eine untergeordnete Rolle. Formale Probleme dagegen waren offensichtlich. Beispielsweise verzichteten in 24 Fällen die Studierenden sogar, ihre Telefonnummer und E-mail-Adressen anzugeben; manchmal fehlten ganze Abschnitte im Lebenslauf ohne Begründung. Wesentliche Informationen blieben immer wieder unklar: So liest man von der „Arbeit im elterlichen Gasthaus“, von der „Tätigkeit bei einer Studentenzeitung“ oder vom „Präsidenten des Studentenvereins“ ohne konkretere Angaben. Oft wurde keinerlei Wert auf das Layout gelegt – von der vielbeschworenen Generation der „Digital natives“ war zumeist wenig zu spüren. Über 50 Texte hatten klare Mängel in Design und Schriftbild: Überschriften im Lebenslauf wurden nicht hervorgehoben oder für einen einzigen Satz eine neue Seite begonnen.

Es fehlt unter den Studierenden das Bewusstsein für die Bedeutung der Perfektion eines Bewerbungsschreibens, das dem Arbeitgeber als oft erster und einziger Kompetenznachweis für die zukünftige



Tätigkeit dient. Dies trifft nicht nur auf die hier zitierten Hausübungen für eine Lehrveranstaltung zu, Rücksprachen mit deutschen und österreichischen Managern in Ljubljana bestätigten dieses Problem auch im „Ernstfall“. Studierende oder Absolventen verschicken demnach häufig Bewerbungen mit den erwähnten Fehlern an Unternehmen, wo sie freilich auf Ablehnung stoßen. Die Bedeutung eines perfekten Texts im Gegensatz zu einer „normalen“ Hausübung, wo einige Fehler natürlich akzeptiert werden, scheint unklar. Fokussiert wird – wie bei vielen Texten während des Sprachstudiums – auf die Rechtschreibung und Grammatik, während Struktur, Textkohärenz und Stil weniger Bedeutung zugemessen wird. Hinsichtlich der meisten beruflichen Situationen – noch dazu im Zeitalter der automatisierten Rechtschreibüberprüfungen – ist dieser Ansatz schlicht und einfach falsch.

Auch fehlendes kulturelles Wissen zum Berufsleben und zu deutschsprachigen Kontexten ist eine zu problematisierende Fehlerquelle. Vor 2008 bekam ich etwa – trotz Einführung – noch vereinzelt Lebensläufe in Prosaform, wie damals in Slowenien nicht unüblich.

Über 50 Lebensläufe – auch nach 2008 – verwendeten einen teilweise verbalen Stil statt dem im tabellarischen Lebenslauf geforderten präzisen, kurzen und nominalen Stil. Einem Großteil der Arbeiten fehlten Datum und Unterschrift. Immer wieder wurden slowenische CVs einfach übersetzt. Informationen, die für Slowenen selbstverständlich sind, aber deutsche und österreichische Leser unmöglich verstehen können, wurden nicht erläutert. So wurde die Notengebung bei der slowenischen Matura einfach als Zahl angegeben, ohne die Bestnote klar zu machen. Ebenso verwirrend kann die große Bedeutung der Fakultäten im slowenischen Universitätssystem sein, so erwähnten über 60 Lebensläufe nur die Fakultät, aber nicht die Universität. Dies ist im deutschsprachigen Kontext höchst unverständlich, denn die Fakultäten, die auch bei Universitätsreformen häufig neu zusammengestellt und benannt werden, besitzen dort keineswegs eine vergleichbare Autonomie, Identität und Bedeutung.

Natürlich finden sich auch manche „falsche Freunde“ im Wortschatz, die auf eine unterschiedliche kulturelle Prägung hinweisen. So liest man in 22 Anschreiben von der Freude, Mitglied des „Kollektivs“ zu werden. Der realsozialistische Beigeschmack wird nicht erkannt. Auch zwischen Arbeiter und Angestellte wird nicht unterschieden, die Studierenden bewerben sich um Bürotätigkeiten als „Arbeiter“.

Die deutsche Perspektive wird manchmal dermaßen vergessen, dass in sieben Bewerbungen nach Deutschland und Österreich die Fähigkeiten, auf Deutsch mit Ausländern zu kommunizieren, stolz hervorgehoben wird.

Bei der Verwendung der entsprechenden Muster und Modelle wird wenig Sensibilität an den Tag gelegt. Der beliebte, vom Europäischen Rat und der Europäischen Kommission promovierte *Europass Curriculum Vitae* ist eben auch nicht für alle Stellen das passende Format. Insbesondere dann, wenn darin Studierende ihre sozialen, organisatorischen und künstlerischen Fertigkeiten – vom Format gezwungenermaßen – stark anpreisen, mag das manchmal schon etwas seltsam anmuten – noch schlimmer ist es, wenn Felder belassen und mit einem „keine“ ausgefüllt werden. Dieser wenig erfreuliche Kommentar tauchte sogar bei der beruflichen Erfahrung auf.

Traditionell findet sich das persönliche Profil mit sozialen und organisatorischen Fertigkeiten stärker im deutschen Anschreiben als im Lebenslauf. Diese Tradition macht gerade für Studierende mit nur wenig Berufserfahrungen Sinn, denn sie können zumeist nur sehr limitiert organisatorische Fertigkeiten mit konkreter Erfahrung begründen. Einmal karikierte ein alternativer Student das Feld dafür mit der Selbsteinschätzung als „charismatische Führungspersönlichkeit“.

Durchgehend zeigt sich das mangelnde Bewusstsein der Sinnhaftigkeit, diese Punkte und den Lebenslauf überhaupt in Einklang mit der angestrebten Stelle zu bringen. Selbst der Eintrag beim gewünschten Berufsfeld stimmte oftmals nicht mit der ausgeschriebenen Stelle überein.

Auch der Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen ist natürlich in Sprachschulen und Universitäten eine anerkannte und bekannte Kategorie; doch in kleineren und mittelgroßen Unternehmen wird man nicht davon ausgehen können, dass die zuständigen Personalisten und das Management damit viel anfangen können. Es wird dann nur noch skurriler, wenn die Studierenden deswegen das Erklärungsraster anfügen, das in kleinster Schriftgröße und somit nahezu unlesbar auf einer A4-Seite bleibt.

Die hier angeführten Probleme der Studierenden bei Bewerbungsschreiben finden Entsprechungen in allen Textsorten sowie in gesprochenen Bereichen einer praxisorientierten Wirtschaftssprache. Stil, kommunikative Angemessenheit und (berufs-)kulturelle Aspekte bereiten stärkere Schwierigkeiten als Grammatik und Orthographie. Die Schwierigkeiten entstammen vor allem einem fehlenden Bewusstsein von der Berufsrealität sowie der kulturellen Unterschiede. Darauf muss eine Lehrveranstaltung zum Thema eingehen.

3 Grundlegende Methoden des Seminars

So war es das Ziel des Seminars, neben der Wirtschaftssprache Deutsch den Studierenden vor allem die Kultur des Berufslebens näherzubringen, insbesondere im Rahmen von Workshops mit Projekten und Simulationen. An dieser Stelle sollen nicht der gesamte Lehrplan und einzelne Übungen und Materialien vorgestellt werden, sondern die zentralen Elemente, welche das Seminar begleiteten:

3.1 „Schnuppertage“, ein Kurzpraktikum in Wien

Damit Studierende das Arbeitsleben im deutschsprachigen Ausland kennenlernen, organisierten wir als Herz des Seminars projektartig – mit mehreren Schritten zur Vorbereitung und mit Auswahlmöglichkeiten für Studierende – ein paar Tage bei einem Unternehmen oder einer Institution während einer fünftägigen Exkursion in Wien.

Die Teilnehmer recherchierten zuerst zu Wiener Unternehmen mit Bezug zu Slowenien, etwa aufgrund von Tochterfirmen, Investitionen, Handels- oder Kundenbeziehung. Danach präsentierten sie diese Unternehmen im Seminar und bewarben sich dort für ein Kurzpraktikum. Natürlich gab es ein Empfehlungs- und Erklärungsschreiben des Seminarleiters. Die Studierenden wurden ermuntert, auch telefonisch nachzufragen – und so wurde auch dieser Bewerbungsprozess selbst zu einem intensiven Training, welches das Selbstvertrauen der Bewerber stärkte. Wenn es auch in Einzelfällen Absagen gab, zeigte sich doch durchgehend eine erfreulich positive Resonanz – bis hin zu Angeboten, diese Tage auch als Probezeit für eine dauerhafte Anstellung zu verstehen. Nach den Praktikumstagen wurde im Seminar rückberichtet; In einem Jahrgang wurden sogar ausführliche Berichte für die Zeitung der Germanistikstudierenden geschrieben und ein Beitrag fürs nationale slowenische Fernsehen gedreht.

3.1 Praxisnahes Wirtschaftsdeutsch

Die Branchen, in denen Studierende Jobs finden, sowie reale Situationen des Arbeitslebens in Slowenien, in denen Deutsch verwendet wird, sollen im Mittelpunkt stehen. Insbesondere hier helfen die erwähnten Sprachbedarfserhebungen, die aktuell vor Ort ausgeführt wurden.

Nicht wenige Germanistikabsolventen bekommen Arbeitsplätze in deutschen und österreichischen Tochterfirmen sowie in slowenischen Unternehmen, die signifikanten Absatz in diesen Ländern aufweisen. Die Absolventen beginnen ihre Berufskarriere dort zumeist als Unterstützung in der Verwaltung, kommen aber danach durchaus in Bereiche des Handels und Managements. Das Seminar versucht die besonders in Frage kommenden Branchen zu besprechen, wo diese Karrieren möglich



sind, bzw. Branchen, deren Vokabular und Kommunikationsweisen für alle Bereiche von Bedeutung sind wie Finanz, Versicherung und Telekommunikation.

Das Seminar will die Studierenden für die ersten Schritte in ihr Arbeitsleben vorbereiten – mit dem erwähnten praxinahen Bewerbungstraining, Wirtschaftskommunikation und generellem Wissen – vor allem Lexik – in den jeweiligen Branchen. Authentische Texte werden nicht isoliert mit einzelnen Übungen präsentiert, sondern verknüpft mit Praxistagen, mit Rollenspielen oder Diskussionen von Fallstudien in ein handlungsorientiertes Lernen kontextualisiert. Bei Simulationen werden auch die verschiedenen Textsorten erarbeitet.

3.3 Gastvortragende und -diskutanten

Als weitere Maßnahme, um das Seminar möglichst nahe an den Bedingungen des Arbeitsmarktes zu belassen, wurden deutschsprachige Gastvortragende aus Sloweniens Wirtschaftsleben eingeladen, um ihre Branche und die dortigen Möglichkeiten für Germanisten vorzustellen. Verschiedene Gäste von privaten Unternehmen (Versicherung, Bank, Handel), Selbstständige (Personalunternehmen) sowie von Institutionen (Handels- und Industriekammern, Europäische Union) unterstrichen dabei immer wieder die große Bedeutung der deutschen Sprache und einer internationalen Einstellung im Berufsleben Sloweniens und generell Europas. Dies stärkte auch das Vertrauen der Studierenden in ihre Deutsch-Ausbildung und deren Notwendigkeit.

3.4 Konzentration auf Neue Medien

Wenn auch manche Lehrwerke zu Deutsch als Fremdsprache bis heute noch den Geschäftsbrief präsentieren, ist er doch mittlerweile eine in der Praxis unübliche Textsorte. In einigen Lehrwerken wurden alte Briefe einfach als E-Mail präsentiert, was eine skurrile Note hat, denn der Stil ist ein anderer, wenn es auch Parallelen gibt.

E-Mails sollten aber eigens ins Zentrum gerückt werden. Sie sind nicht nur ein guter Ausgangspunkt, um ehemals gelernte Merkmale des formalen Briefs durchzubesprechen – wie Betreff, Datum, Absender, Adressaten, mögliche Adressaten in cc oder bcc. Die veränderten Grußformeln sowie der in Richtung Kürze, Prägnanz und Freundlichkeit veränderte Stil sind an dieser Stelle gut zu behandeln.

Wichtige Aspekte wie die Bedeutung der Betreff-Zeile, die Sinnhaftigkeit bei Themenwechsel die Betreff-Zeile zu ändern, eine seriöse E-Mail-Adresse, kurzer und klarer Stil sind für die Studierenden bei der E-mail unmittelbar verständlich – es handelt sich um eine Kommunikationform, die ihrer Lebenswelt nahe ist. Eine gewisse „Netiquette“ ist bereits für ihre Korrespondenz mit Unterrichtenden und der Universitätsverwaltung vonnöten. Natürlich sind es immer mehr Kanäle, welche die Kommunikation der Studierenden bestimmen – facebook, twitter, whatsapp sind nur einige davon.

Für eine praxisnahe Lehrveranstaltung muss der Schwerpunkt auf digitaler Kommunikation liegen, wie E-Mail, SMS oder facebook, die heute für die Kommunikation auch im Berufsalltag genutzt werden. Auch die Selbstrepräsentation bzw. -inszenierung im Internet ist Thema. Statt langweiliger Seminareinheiten zur Geschäftskorrespondenz entwickeln sich so spannende Diskussionen und Simulationen nahe des Alltagslebens. Natürlich ist so ein Seminar auch prädestiniert für die Verwendung einer E-Klasse und anderer digitaler Unterrichtsmöglichkeiten.

3.5 Interkulturelle Perspektive

Gerade der Arbeitsplatz für Philologen ist zumeist mit „soft skills“, weichen Faktoren in den Bereichen Kultur und Kommunikation, verbunden. Ihre Bedeutung als Erfolgsfaktoren von Unternehmen

in einer modernen globalen internationalisierten Wirtschaft bewertet Bolten mit bis zu 70 %. (Bolten, 1997, S. 470).

Ein Seminar zu Wirtschaftsdeutsch ist ein hervorragender Raum, um kulturelle Unterschiede zu diskutieren und die notwendige Sensibilität zu fördern. Studierende bringen sich auch hinsichtlich interkultureller Fragestellungen mit Kurzreferaten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft und Beruf und dazugehöriger Diskussionsleitung ins Seminar ein, wobei immer wieder sehr innovative und besondere Beiträge in den Medien gefunden und besprochen werden. Die Studierenden sollen insgesamt ihre eigene kulturelle Prägung sowie kulturelle Unterschiede bei Textsorten, in der professionellen Kommunikation und im Berufsalltag besser verstehen, um mögliche Konflikte zu vermeiden und ihre Empathie und Toleranz zu stärken.

3.6 Möglichkeit eines offiziellen Tests der Wirtschaftssprache

Wichtige international anerkannte Deutschprüfungen zum Thema sind die „Prüfung Wirtschaftsdeutsch International“, eine Kooperation der Carl Duisberg Centren, des Goethe Instituts und des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (Niveau B2-C1), und das „Zertifikat Deutsch für den Beruf“ des Goethe-Instituts und des Deutschen Volkshochschul-Verbandes (B2). Zur eigenen Einschätzung und Prüfung wird mittlerweile auch der computerbasierte „Goethe-Test PRO: Deutsch für den Beruf“ eingesetzt, der die Hör- und Lesekompetenz am Arbeitsplatz ermitteln soll. Für die Germanistik-Studierenden (ca. C2) mit ihrem hohen Sprachniveau sind diese Examen aus dem Mittelstufenbereich allerdings wenig geeignet.

Glücklicherweise bietet das Österreichische Sprachdiplom eine Wirtschaftsprüfung auf C2-Niveau an, und zwar das „ÖSD Zertifikat C2 / Wirtschaftssprache Deutsch“, das die Berufskommunikation in komplexeren Zusammenhängen prüft. Ein hervorragendes Resultat bei dieser Prüfung ist auch für Studierende in den letzten Semestern noch eine Herausforderung. Das Seminar bereitet sie darauf vor – und manche haben die Investition getätigt und die Prüfung auch mit großem Erfolg bestanden, sicher ein wertvoller Beitrag in ihrem Lebenslauf, der gleichzeitig Sprach-, Sachkenntnis und Engagement beweist.

4 Fazit

Wirtschaftssprache darf nicht nur als Ansammlung von spezifischen Textsorten, aus den im Fremdsprachenunterricht herkömmlichen Übungen oder Wortschatzarbeit verstanden werden, insbesondere bei Schülern oder Studenten, die sonst wenig bis kaum mit Wirtschaft und dem realen Berufsleben zu tun haben. Dass dies dennoch allzu oft passiert, zeigt die Tatsache, dass Studierende auch nach mehrmaligem Verfassen von Bewerbungen im Deutschunterricht nicht dazu fähig sind, ein seriöses Anschreiben und einen solchen Lebenslauf zu schreiben. Wirtschaftsdeutsch muss an der Universität vor allem einen Praxisbezug haben, der mit verschiedenen Methoden und Projekten hergestellt werden kann. Zentral sind nämlich nicht nur sprachliche Kenntnisse, sondern die Bewusstwerdung von Kommunikationszusammenhängen und Bedeutungen im Berufs- und Wirtschaftsalltag. Eine offene Workshop-Atmosphäre und Projekte im Seminar können alternatives und neues Denken ermöglichen und zudem die Lernmotivation fördern. Ein lerner-, handlungs- und fertigkeitenorientierter Unterricht soll dabei im Zentrum stehen, wenn auch eine Sprach- und Textorientierung nicht ausgeklammert wird.

Das Seminar wird von Studierenden überdurchschnittlich gut evaluiert, manche Absolventen bezogen sich später – schon während ihres Berufslebens – lobend auf die Anwendbarkeit des in der Lehrveranstaltung Gelernten, eine wertvolle Bestätigung für die hier aufgezeigte Methodik.



Literatur

- Bolten, J. (1991). Fachsprache Wirtschaftsdeutsch. In B.-D. Müller (Hrsg.), *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation* (S. 71-91). München: iudicium (=Studium Deutsch als Fremdsprache – Sprachdidaktik 9).
- Bolten, J. (1992). „Fachsprache“ oder „Sprachbereich“? Empirisch-pragmatische Grundlagen zur Beschreibung der deutschen Wirtschafts-, Medizin- und Rechtssprache. In T. Bungarten (Hrsg.), *Beiträge zur Fachsprachenforschung. Sprache in Wissenschaft und Technik, Wirtschaft und Rechtswesen* (S. 57-72). Tostedt: Attikon.
- Bolten, J. (1994). Wirtschaftsdeutsch – quo vadis? Empirische Grundlagen für die Erstellung von Lehrmaterialien. In B.F. Cothran (Hrsg.), *Handbook for German in Business and Technology*. Cherry Hill, New Jersey: American Association of Teachers of German.
- Bolten, J. (1997). Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. In R. Walter (Hrsg.), *Wirtschaftswissenschaften. Eine Einführung* (S. 469-497). Paderborn: Ferdinand Schöningh.
- Bolten, J. (2015). *Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht (=UTB 2922).
- Braunert, J. (1999). Allgemeinsprache, Berufssprache und Fachsprache – ein Beitrag zur begrifflichen Entwirrung. *Zielsprache Deutsch* 30(2), S. 98-105.
- Buhlmann, R. & Fearn, A. (1987), *Handbuch des Fachsprachenunterrichts. Unter besonderer Berücksichtigung naturwissenschaftlich-technischer Fachsprachen*. Berlin: Langenscheidt.
- Ehrardt, C. & Volgnandt, G. (1997). Wirtschaftsdeutsch für die Grundstufe – Ein Project. *Materialien Deutsch als Fremdsprache* 44, S. 277-298.
- Heuberger, K. (1997). *Wirtschaftsdeutsch und seine Vermittlung. Eine Bestandsaufnahme*. Torstedt: Attikon (=Beiträge zur Wirtschaftskommunikation 16).
- Höhne, S. (1994). Vorüberlegungen zu einer fachsprachlichen Analytik. Kriterien zur Bestimmung sprachlicher Phänomene im Sprachbereich Wirtschaft. In T. Bungarten (Hrsg.), *Unternehmenskommunikation: Linguistische Analysen und Beschreibungen* (S. 119-128). Tostedt: Attikon.
- Reuter, E. (2001). Wirtschaftstexte. In: G. Helbig, L. Götze und G. Henrici (Hrsg.), *Deutsch als Fremdsprache. Ein internationales Handbuch* (S. 573-582). Berlin, New York: de Gruyter.
- Reuter, E. (2010), Fachsprache der Wirtschaft und des Tourismus. In: H.-J. Krumm u.a. (Hrsg.), *Deutsch als Fremd- und Zweitsprache. Ein internationales Handbuch* (S. 458-467). Berlin, New York: de Gruyter.
- Qian, C. (2012). *Kommunikative Handlungskompetenz in der interkulturellen Wirtschaftskommunikation. Ein adressatenspezifisches didaktisches Konzept für den Wirtschaftsdeutsch-Unterricht* (Unveröffentl. Dissertation). TU Berlin.

Unveröffentlichte Diplomarbeiten an der Universität Ljubljana:

- Capuder, U. (2011). *Bedarf an Deutschkenntnissen im Buch- und Verlagsbereich im slowenischen Sprachraum*.
- Čegovnik, J. (2012). *Verwendung der deutschen Sprache im slowenischen Finanzsektor – eine Sprachbedarfserhebung*
- Kovač, A. (2009). *Deutsch in Wirtschaftsbranchen und Institutionen Sloweniens: Bedarfserhebung bei Medien und Werbeagenturen*.
- Kranjec, T. (2010). *Bedarf an Deutschkenntnissen im slowenischen Tourismus*.
- Pucelj, U. (2011). *Bedarf an der deutschen Sprache in der slowenischen Diplomatie*.
- Šeliga, J. (2012). *Rolle der deutschen Sprache bei deutschen Direktinvestitionen während und nach der Gründungsphase*.
- Volf, M. (2010). *Der Bedarf an der deutschen Sprache im Bereich der exportierenden Produktion Sloweniens*.