

Wirtschaftsdeutsch für Germanistikstudenten: Peripherie oder ein Zeichen der Zeit? Einige Erwägungen zu den Bereichen Touristik und Logistik

Grażyna Strzelecka

Annotation

In dem Beitrag wird die Vermittlung sachbezogenen Wissens im Wirtschaftsdeutschunterricht thematisiert. Hierbei geht es um die Frage, wie wichtig wirtschaftsbezogene Inhalte im Sprachunterricht in der Germanistik sein können:

Ist der Erwerb praktischer Kenntnisse und Fähigkeiten, die man später im Berufsleben anwenden kann, hier nur ein peripherer Bereich? An zwei Fachbereichen, der Touristik und der Logistik, wird gezeigt, dass man auch an der philologischen Fakultät erfolgreich sachbezogenen Fremdsprachenunterricht einsetzen kann. Ein solcher Unterricht, in dem konkrete Inhalte vermittelt und praktische Skills trainiert werden, erfreut sich bei den Studenten eines großen Interesses. Gerade Kursprogramme, die sich mit wirtschaftlichen Aspekten befassen, scheinen aufgrund der direkten Bezüge zum Arbeitsmarkt sehr begehrt. Wie aus den Erfahrungen mit den Studenten des Germanistikstudiums hervorgeht, sind Veranstaltungen, die mehr lehren, als lediglich den perfekten Umgang mit der Fremdsprache, besonders gefragt. So ist es die Rolle des Dozenten, nicht nur die Sprache zu unterrichten, sondern auch Wirtschaftswissen zu vermitteln. Ist etwa eine Neuorientierung des Sprachunterrichts an den philologischen Fakultäten im Gange? Diese Frage wird hier bejaht. Im praktisch angelegten Deutschunterricht rückt Wirtschaftsdeutsch immer mehr von der Peripherie ins Zentrum.

Schlüsselwörter

Wirtschaftsdeutsch, Touristik, Logistik, Arbeitsmarkt, Germanistik

1. Einleitung

Eine große Herausforderung für die modernen Geisteswissenschaften ist die Ausarbeitung eines akademischen Bildungssystems, das neben dem Wissenstransfer und der intellektuellen Entwicklung der Studenten auch die Entwicklung der Fähigkeit berücksichtigen würde, das erworbene theoretische Wissen und die

erworbenen praktischen Fertigkeiten im späteren Berufsleben nutzen zu können. Insbesondere an Fakultäten, deren Profil praktisch angelegt ist, scheint dies besonders wichtig. Ein solches Bildungssystem erfordert die Ausarbeitung von Methoden und einer modernen Didaktik in mehreren Bereichen.¹ Dazu gehören auch die Fremdsprachen.

In den folgenden Erwägungen werden zwei Beispiele einer praktischen Neuorientierung des Sprachunterrichts an der Warschauer Germanistik gezeigt, die versuchen, diesen neuen Herausforderungen gerecht zu werden. Es ist eine Anpassung an die Erfordernisse des Arbeitsmarktes im 21. Jahrhundert und an die Wünsche der heutigen Studenten. Doch in der Abteilung für Praktischen Deutschunterricht am Germanistikinstitut der Warschauer Universität wurde bereits zu Beginn der 90-er Jahre eine Reform durchgeführt, die das Ziel verfolgte, die Studenten praktisch für ihr späteres Berufsleben auszustatten. Es war damals ein besonderer geschichtlicher Augenblick: Nach der Wende, dem Mauerfall und der Öffnung der Grenzen drängten deutsche Unternehmen auf den polnischen Markt. Große Firmen eröffneten der Reihe nach ihre Büros in Warschau: Bosch, Siemens, Bayer und Henkel (1991), MAN (1993), Metro (1994), Mercedes (1996), später Media Markt, Saturn und viele andere. Daneben entstanden auslandspolnische Unternehmen und die sogenannten Joint-Ventures mit gemischtem Kapital. Absolventen der Germanistik waren plötzlich auf dem Arbeitsmarkt gefragt, denn sie beherrschten die deutsche Sprache sehr gut. Es war allerdings eine durch schöngestige Literatur geprägte Allgemeinsprache, die in ihrem Studium stets im Zentrum stand. Viel weniger war ihre Sprachkenntnis durch den Umgang mit Unternehmenskultur und -sprache geprägt, die immer in den peripheren Bereich ihres Studiums gedrängt wurden, wenn sie überhaupt Berücksichtigung fanden. Nun war es an der Zeit, die Schwerpunkte zu verlagern, und in den letzten Semestern aus der Peripherie ein Zentrum entstehen zu lassen. Im siebenten und achten Studiensemester² wurden statt der bisherigen Fortsetzung des allgemeinen praktischen Deutschunterrichts folgende Themen aus dem Bereich Wirtschaft eingeführt:

- Werbung und Marketing
- Banken und Börse
- Handel und Arbeitsmarkt
- Export und Import
- Handelskorrespondenz

Der praktische Deutschunterricht war von nun an tatsächlich praktisch ausgerichtet. Die Lehrveranstaltung fand unter dem Namen „Spezialthema Wirtschaftsdeutsch“ statt und war sehr gut besucht.

1 Dies war das Thema einer wissenschaftlichen Konferenz an der Warschauer Universität, die im Oktober 2015 aus Anlass des 200. Jubiläums der Warschauer Universität organisiert wurde.

2 Heute sind es das erste und zweite Semester des MA-Studiums.

2. Von der Peripherie ins Zentrum

Da der Unterricht erfolgreich war und sich großer Beliebtheit bei den Studenten erfreute, wurde er in den folgenden Jahren fortgesetzt und um weitere Themenbereiche erweitert. Auch Pressedeutsch und Amtsdeutsch fanden als sogenannte „Spezialthemen“ in die Lehrpläne Eingang und erfreuten sich großer Popularität. Wirtschaftsdeutsch entwickelte sich, und es folgte eine Erweiterung um neue Themenbereiche. Einige von ihnen schlossen an Fachsprachen an³ und vermittelten neben praktischen Fremdsprachenkenntnissen auch den Fachwortschatz aus den entsprechenden Fachbereichen.

2.1. Theoretische Grundlagen

Gibt es eigentlich die Fachsprache Wirtschaft? Wie mehrere Definitionen⁴ angeben, ist es ein Sammelbegriff für mehrere Fachsprachen und -gebiete. Die Autorin des vorliegenden Beitrags neigt auch zu dieser Sichtweise und stützt sich bei der Untersuchung des Spannungsfeldes zwischen dem alltagssprachlichen Unterricht in der Germanistik und dem fachsprachlichen Unterricht im Bereich Wirtschaft auf Erwägungen der Autorinnen R. Buhlmann und A. Fearn (2000, S. 306), die auch auf die fremdsprachige Ausbildung zutreffen. Wirtschaftsdeutsch ist ihnen zufolge:

„ein Sammelbegriff für diverse Fachsprachen, die von Personengruppen mit unterschiedlicher Vorbildung, unterschiedlichen Tätigkeiten und unterschiedlichen Kommunikationszielen und -formen in einem beruflichen, akademischen und/oder ausbildungsbedingten Umfeld benutzt werden, das irgendwie mit Wirtschaft zu tun hat“.

Im Rahmen des Faches Wirtschaftsdeutsch gibt es danach auch unterschiedliche Sprachverwendungsbereiche, zwischen denen nicht unbedingt Gemeinsamkeiten bestehen. In Bezug auf die zu erzielende Sprachkompetenz kann gesagt werden, dass sie im Rahmen der Wirtschaftssprache in einem Bereich anders sein kann als in einem anderen. In Bezug auf Personen, die im Wirtschaftsleben agieren, kann wiederum festgestellt werden, dass sie je nach dem von ihnen ausgeübten Beruf über unterschiedliche Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen müssen. Bei den Germanisten wird z.B. von Belang sein, welchen Beruf sie nach dem Studium tatsächlich ergreifen (ÜbersetzerInnen, LehrerInnen, AssistentInnen, SekretärInnen, KonsultantInnen, RezeptionistInnen und viele andere mehr).

Die vorliegenden Erörterungen sind auf den Wirtschaftsdeutschunterricht für Germanistikstudenten beschränkt. Dies ist insofern wichtig, als im Deutschunterricht an einer philologischen Fakultät andere Fähigkeiten und Fertigkeiten von den

3 Z.B. die Fachsprache der Börse.

4 Auf die Anführung derselben wird hier aus Platzgründen verzichtet. Es wird nur eine Definition herangezogen.

Studenten verlangt werden als beispielsweise an einer Wirtschaftshochschule. Auch der Ausgangspunkt ist anders, da Germanistikstudenten über keine volks- oder betriebswirtschaftlichen Kenntnisse verfügen. So ist es die Rolle des Dozenten, nicht nur die Sprache zu unterrichten, sondern auch Sachwissen zu vermitteln und den Prozess der Aneignung dieses Sachwissens zu unterstützen (Strzelecka, 2015, S. 126). Er muss nicht nur auf Anwendung der Grammatikregeln, den richtigen Satzbau oder stilistisch vollkommene Ausdrucksweise Wert legen, sondern auch auf die Einführung fachlicher Ausdrücke aus der Wirtschaft und die Verständigung in wirtschaftlich relevanten Situationen. Dazu gehören gleichermaßen der Fachwortschatz wie richtiges Reagieren in Geschäftsverhandlungen oder das Einsetzen typischer Phrasenstrukturen in Geschäftsbriefen. Dabei ist die grammatische Korrektheit nicht immer ausschlaggebend: Dies ist unumgänglich, obwohl ein Dozent der Germanistik es zumeist nur schwer akzeptieren kann.

2.2. Aktuelle Fragestellungen

Wie kann man es erreichen, zwei Ziele, die Vermittlung von Sprache auf germanistischem Niveau und die Vermittlung von wirtschaftsorientierten Bezügen in Einklang zu bringen? Dieser Frage muss heute und in der Zukunft intensiv nachgegangen werden, da Wirtschaftsdeutsch aus der Peripherie ins Zentrum vorgerückt ist und aus dem praktischen Deutschunterricht an den germanistischen Instituten nicht mehr wegzudenken ist. Es ist ein Fach, das den Marktbedürfnissen entgegen kommt und gute Voraussetzungen für die gelungene Kommunikation und Fachkommunikation in verschiedenen Wirtschaftsbereichen schafft. Dabei muss immer wieder betont werden, dass eine solche Kommunikation erst dann wirklich zustande kommt, wenn sprachliche Kompetenz und außersprachliches Wissen vorhanden sind. Das Interesse, das seitens der Studenten Lehrveranstaltungen entgegengebracht wird, die neben Sprachlichem auch Fachliches vermitteln, sowie ihre Bereitschaft zur Mitarbeit in solchen Veranstaltungen sind sehr groß. Gerade wirtschaftliche Aspekte sind als Inhalt der Veranstaltungen aufgrund der direkten Bezüge zum Arbeitsmarkt sehr begehrt. Wie es scheint, wollen Germanistikstudenten im praktischen Deutschunterricht mehr lernen als „nur“ den perfekten Umgang mit der Fremdsprache.

2.3. CLIL und die Fachbereiche Touristik und Logistik

An dieser Stelle muss der Begriff CLIL (Content and Language Integrated Learning), das integrierte Lernen von Fremdsprachen und (Sach-)Fachinhalten, erwähnt werden, der die Grundprinzipien, Zielsetzungen und Umsetzungsformen des Sprachunterrichts umfasst. Es geht hier um einen Unterricht, der das Lehren einer Fremdsprache mit dem Lehren von sachlichen Inhalten verbindet. Wir können sagen, dass im Rahmen des sogenannten „Spezialthemenunterrichts“ für Germanistikstudenten im MA-Studium in der Warschauer Germanistik Elemente eines

solchen Systems realisiert werden. Dabei wird bezüglich der Inhalte, die vermittelt werden sollen, ein reger Erfahrungsaustausch mit Dozenten der Warschauer Handelshochschule⁵ betrieben, was erlaubt, das Angebot ständig zu erweitern und zu vervollständigen. Das integrierte sprachlich-sachliche Lernen wurde in letzter Zeit in der europäischen Bildungspolitik zu einer Priorität. Die an CLIL anknüpfenden Unterrichtsziele, die in der Germanistik verfolgt werden, sind:

- Praxisorientiertes Spezialwissen und die dazu passenden sprachlichen Fähigkeiten zu vermitteln
- Einen praxisbezogenen Wissensstand und interkulturelle Kenntnisse und Fähigkeiten bei den Lernern hervorzubringen
- Praxisnahes Wissen über Gepflogenheiten und den Umgang mit Geschäftspartnern weiterzugeben
- Die Wirtschaftskultur und die Mentalität im Wirtschaftsleben zu zeigen
- Gute Muster der geschriebenen Geschäftssprache zu präsentieren und Schreibstrategien zu entwickeln

Die Anknüpfung an CLIL bedeutet, dass es nicht allein um Sprache, sondern auch um Inhalte geht. Im Gegensatz zu einer Wirtschafts- oder Handelshochschule sollte es an dem germanistischen Institut jedoch kein terminologischer Unterricht sein, sondern situationsbedingtes Handeln und Reagieren in wirtschaftsorientierten Situationen. Die aktuellen Kursangebote, die am germanistischen Institut als „Spezialthemen“ den Studenten im Rahmen des praktischen Deutschunterrichts zur Verfügung stehen, zeigt die Tabelle.

Spezialthema	Wirtschaftsdeutsch	Amtsdeutsch	Wirtschaftsdeutsch	Pressedeutsch	Wirtschaftsdeutsch (ab 2016/2017)
I Semester	Werbung	Amtssprache	Business	Pressesprache	Logistik
II Semester	Touristik	Amtssprache	Management	Pressesprache	Logistik

Tabelle: Aktuelle Kursangebote, in denen Sprache und Sachinhalte vermittelt werden.

Zwei aktuelle Beispiele des sprachlich und sachlich orientierten Lernens am Warschauer Germanistikinstitut, die für die folgenden Erwägungen gewählt wurden, sind die Touristik und die Logistik. Die Lehrveranstaltung in Touristik läuft erfolgreich bereits seit drei Jahren, die Logistik dagegen ist erst im Werden und wird voraussichtlich ab dem akademischen Jahr 2017/2018 angeboten. Beide gehören in den Bereich Wirtschaftsdeutsch und vermitteln neben der Sprache auch Sachinhalte. Die Touristik hat sich bereits im Zentrum des Fremdsprachenunterrichts für MA-Studenten etabliert, während die Logistik sich erst langsam durchsetzt.

⁵ Szkoła Główna Handlowa (SGH).

Daher wird im Folgenden auf die Veranstaltung Touristik im Detail eingegangen, während für die Logistik Argumente vorgeführt und mit Beispielen belegt werden, die zeigen sollen, dass sie als Lehrveranstaltung besonders geeignet sei, ins Zentrum des Interesses am germanistischen Institut vorzurücken.

3. Das aktuelle Programm der Veranstaltung Touristik

Die Veranstaltung in der Touristik umfasst folgende Themenbereiche:

- Touristik als Wirtschaftssektor
- Werbung in der Touristik
- Touristisches Marketing
- Promotion einer touristischen Region in Polen
- Vergleich Polen-Deutschland
- Touristische Literatur
- Übersetzung von Texten
- Redaktion eigener touristischer Materialien
- Touristische Präsentation eines Landes
- Touristische Präsentation eines Produkts

Im Unterricht werden verschiedene Materialien und audiovisuelle Hilfsmittel angewandt, wie Interview, Telefongespräch, Werbefilm, Flyer, Prospekte und Broschüren, Reiseführer in deutscher und in polnischer Sprache. Die Studenten lesen die Presse online, analysieren Statistiken und diskutieren aktuelle Fragen. In Teamarbeit entstehen anschließend eigene Veröffentlichungen anhand von eigenständig erworbenen Informationen und durchgeführten Recherchen.

In der Lehrveranstaltung Touristik lernen die Studenten den Wortschatz der touristischen Branche kennen und üben die sprachlichen Strukturen, die sie im Berufsleben einsetzen können, wenn sie im Wirtschaftssektor Touristik tätig sind. Sie lernen Wendungen, die sie brauchen, um in Bereichen wie Werbung und Touristik erfolgreich zu kommunizieren. Dies ermöglicht ihnen, E-mails und offizielle Briefe zu verfassen, Produkte zu beschreiben, Broschüren und Informationsflyer zu kreieren, schließlich auch Reiseführer durch Polen für deutschsprachige Touristen zu schreiben. Sie lernen auch aktuelle Themen dazu aus der Presse kennen. Es werden das Telefonieren und Elemente des Verhandeln in Wirtschaftssituationen geübt. Es werden touristische Programme für die deutschsprachigen Kunden geschrieben, und es werden in Form von Sprachspielen und Präsentationen polnische Produkte auf dem deutschen Markt „verkauft“, darunter auch touristische Produkte. Fester Bestandteil dieser Veranstaltung sind neben einem interkulturellen Training auch eine interkulturelle Diskussion und eine Vergleichsanalyse Polen-Deutschland. Anschließend wird das Übersetzen mit Berücksichtigung kultureller Unterschiede geübt. Im Rahmen der Veranstaltung Touristik findet auch die Präsentation eines polnischen touristischen Produkts statt, das für den deutschen Markt be-

stimmt ist. Hierzu wählen die Studenten zunächst ein Produkt und beantworten Fragen zu diesem Produkt. Die Fragen sind authentischen Wirtschaftssituationen entnommen und nicht zu Unterrichtszwecken erfunden.⁶

Die Fragen zur Produktpräsentation lauten:

1. Was ist das für ein Produkt/eine Dienstleistung/ein Projekt?
2. Welche Bedürfnisse sollen damit gestillt werden?
3. Worin ist es innovativ?
4. Welche Konkurrenz gibt es?
5. Worin unterscheidet sich das Produkt /die Dienstleistung von der Konkurrenz?
6. An wen ist das Produkt/die Dienstleistung/das Projekt gerichtet?
7. Ist das Produkt schon fertig oder als Projekt fortgeschritten?
8. Welche Distributionswege sind für das Produkt/die Dienstleistung vorgesehen?
9. Welche Preispolitik soll betrieben werden?
10. Warum sollte gerade dieses Produkt/diese Dienstleistung Erfolg auf dem deutschen Markt haben?

Die Lehrveranstaltung Touristik bereitet beispielsweise auf die Arbeit in Reisebüros und online-Reisebüros vor, wo gerade Absolventen philologischer Fakultäten auf Anstellung hoffen können. Es ist eine recht kreative Veranstaltung, die gleichzeitig ein germanistisches Niveau der Sprachkenntnis voraussetzt und anstrebt. Das gewählte touristische Produkt muss sehr überzeugend vorgestellt und die selbständig verfassten Texte müssen überzeugend geschrieben werden.⁷ Das Ziel ist hier die Werbung für touristische Ziele und Regionen in Polen.

3.1. Lernergebnisse und Prüfungen im Bereich Touristik

Die zu erwartenden Lernergebnisse sollten sein: die Fähigkeit zur spontanen und richtigen Reaktion in einem Telefongespräch sowie die Fähigkeit, ein Schriftstück zu verfassen, das ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung bewirbt. Dabei muss die Kenntnis des Fachwortschatzes gezeigt werden. Es geht hier jedoch nicht nur um die grundlegenden Vokabeln und Wendungen, sondern um die Nuancen der Bedeutung der Wörter sowie Wortspiele, die es beispielsweise ermöglichen, einen Werbetext zu erstellen oder einen Werbeslogan zu erfinden. Typische Phrasenstrukturen, insbesondere die der geschriebenen Geschäftssprache (Korrespondenz), müssen zur Anwendung kommen. Ein Lernergebnis in der Touristik ist die Kenntnis des Fachwortschatzes im Sinne von Ausdrücken, die notwendig sind, um eine touristische Region zu bewerben, aber auch die allgemeine Fähigkeit der Selektion von Informationen aus verschiedenen Quellen sowie eine

⁶ Solche Fragen werden von sogenannten Start-ups beantwortet, die sich um eine Förderung bewerben.

⁷ Eine der Aufgaben ist, das eigene Stadtviertel so überzeugend zu beschreiben, dass ein Tourist aus Deutschland bereit ist, bei einem Aufenthalt in Warschau genau dort unterzukommen.

geschickte Übersetzung eines touristischen Werbetextes mit Berücksichtigung kultureller Unterschiede und Gemeinsamkeiten. Die Lehrveranstaltung endet mit einer schriftlichen und mündlichen Prüfung. Die schriftliche Prüfung umfasst:

1. Die Redaktion eines Geschäftsbriefes bezüglich touristischer Dienstleistungen (100-150 Wörter).
2. Die Redaktion eines Werbetextes zum aufgegebenen Thema oder eines Textes, der eine touristische Region in Polen bewirbt (100-150 Wörter).

Es werden sowohl die lexikalische und grammatische Korrektheit als auch die Anwendung des Fachwortschatzes beurteilt. In der mündlichen Prüfung präsentiert der Student die Werbung für ein gewähltes Produkt oder zeigt die touristische Präsentation einer gewählten Region. Er beantwortet die Fragen der Prüfer zu der Präsentation. Die Lösung dieser Aufgabe wird sowohl unter sprachlichen als auch unter inhaltlichen Aspekten beurteilt. Relevant sind sowohl die treffende Wortschatzwahl als auch die Zweckmäßigkeit der Präsentation und ihr Inhalt, darüber hinaus auch die erfolgte Kommunikation mit den Prüfern.

4. Wie peripher ist für die Germanisten die Logistik?

Eine von vielen Logistikdefinitionen nach Fortmann und Kallweit (2000, S. 20) lautet:

„Unter Logistik wird die integrierte Planung, Gestaltung, Abwicklung und Kontrolle von Lagerungs- und Transportprozessen innerhalb und zwischen Unternehmen, oder vom Unternehmen zum Kunden, sowie der Entsorgungswege verstanden. Das Ziel der Logistik ist die einzelnen Aufgaben optimal zu verknüpfen.“

Stimmt es nun, dass Logistik nur einen engen Berufskreis von Fachleuten betrifft und dass Absolventen der Germanistik nur äußerst selten mit ihr in Berührung kommen? Ist dieser Wirtschaftsbereich für die Germanisten peripher oder ist er es wert, ihn als eines der „Spezialthemen“ ins Zentrum des praktischen Deutschunterrichts im MA-Studium zu stellen? Bevor die Logistik in die Studienpläne der Germanistik Einzug hält, müssen viele Bedenken aus dem Weg geräumt werden.

4.1. Beispiele aus dem geplanten Programm der Veranstaltung Logistik

Einige Beispiele aus dem geplanten Themenbereich sollen zeigen, dass gerade die Logistik kein branchenspezifisches, an einen bestimmten Wirtschaftsbereich oder Sektor gebundenes peripheres Fach ist, sondern ein Querschnitt durch die Aktivitäten eines Unternehmens, der überdies die Kontakte des Unternehmens

zu der Außenwelt mit einbezieht. Somit bietet der Einstieg in die Logistik eine gute sachliche und sprachliche Vorbereitung auf die berufliche Aktivität in unterschiedlichen Funktionen in Unternehmen jeglicher Art. Damit ist dieser Fachbereich bestens geeignet, als CLIL-Fach am germanistischen Institut eingesetzt zu werden. Schauen wir uns an, was die in der obigen Definition aufgeführten Begriffe beinhalten:

- Planung = Vorbereitung logistischer Aktivitäten wie Transportieren, Umschlagen, Lagerung.
- Gestaltung = Bau von Anlagen und Systemen, auch Programmierung von Software.
- Abwicklung = Durchführung und Organisation (der Lagerungs- und Transportvorgänge)
- Kontrolle = Beobachtung des Güterverkehrs / Flusses der Ware.
- Transportvorgänge = Transporte von Waren, Gütern und Material, von Anlagen und Systemen, von Personen und Informationen. (Fortmann / Kallweit, 2000, S. 26)

Absolventen der Germanistik werden in immer größerem Maße von Großunternehmen angestellt, in denen die oben genannten Prozesse jeden Tag vor sich gehen. Sie zu verstehen und - auch oder gerade in der Fremdsprache - benennen zu können, wird jedem Arbeitgeber entgegenkommen. Das heißt, diese Prozesse bereits im Studium verstehen zu lernen, wird das Verstehen der Arbeitswelt – so wie sie hinter den Toren der Universität vorzufinden sein wird – fördern und dem gegenseitigen Aufeinanderprallen von unerfüllten Erwartungen des Arbeitgebers und ungerechtfertigten Hoffnungen des Arbeitnehmers entgegenwirken. Umfragen und statistische Angaben zu den Erwartungen der Arbeitnehmer, insbesondere in Hinsicht der Fremdsprachenkenntnisse und kommunikativer Fähigkeiten der zukünftigen Arbeitnehmer, hat Małgorzata Held von der Ökonomischen Universität Kraków durchgeführt (2015, S.71-80). Um der Kluft zwischen den Erwartungen der Arbeitgeber und der Vorbereitung der Arbeitnehmer für die von ihnen in Zukunft zu ergreifenden Berufe vorzubeugen, muss ein praxisorientiertes Lehrprogramm aufgestellt werden, das den Studenten Sachinhalte aus dem täglichen Betrieb eines Unternehmens vermittelt und ihnen die Angst vor dem ersten Auftritt in der beruflichen Welt nimmt. Neben dem Fachwortschatz gehören dazu Skills und Drills, aber auch Gespräche, Diskussionen und Texte, die eine Diskussionsbasis liefern können.

4.2. Grundsatzfragen und Definitionen

Im Folgenden werden Ausschnitte aus einem Textvorschlag für den Logistikunterricht unter dem Titel „Logistik im 21. Jahrhundert“ (bearbeitet nach Strzelecka / Suszczyńska, 2016, S. 12-13), gezeigt. Dieser Text ist bestens geeignet, um ihn

für das Leseverstehen einzusetzen⁸, aber auch als Ausgangspunkt für eine Diskussion über die Wege der Güter in der modernen Wirtschaft. Diese dürften überaus verständlich nicht nur für jene sein, die darin als Produzenten der Güter fungieren, sondern auch für normale, durchschnittliche Konsumenten. Der Text bietet eine ausgewogene Dosis an Fachwortschatz und inhaltlichen Zusammenhängen, erfüllt auch die Aufgabe der Wortschatzerweiterung und führt darüber hinaus zu einer Diskussion:

„Was ist Logistik im 21. Jahrhundert? Das Wort ‚Logistik‘ wird in sehr vielen Lebensbereichen verwendet. Konzentrieren wir uns auf den ökonomischen Aspekt dieses Begriffs. ‚Logistik‘ beschreibt den Planungsprozess, die Abwicklung und die Kontrolle des reibungslosen und ökonomisch effektiven Verkehrs bzw. Flusses von Rohstoffen, Materialien, Halb- und Fertigprodukten von dem Herkunftsort zum Konsumort. Sie befriedigt die Kundenbedürfnisse und kontrolliert auch den richtigen Informationsaustausch während des Güterverkehrs. [...] Die Logistik sorgt dafür, dass die Ware fristgemäß an den vereinbarten Platz geliefert wird. Frische Produkte wie Obst, Gemüse, Milch, Fleisch müssen so schnell wie möglich geliefert werden. Oft bestellt aber der Abnehmer die gewünschte Ware für einen ganz bestimmten Termin. Dann kann die frühere Lieferung Probleme bereiten, wie z.B. zusätzliche Kosten für die Zwischenlagerung. In jedem Fall muss die Ware sicher verpackt sein, damit sie unbeschädigt bei dem Kunden ankommt. [...] Man kann also sagen, dass die Logistik für die Präzision der Lieferungsabwicklung sorgt (Just-in-Time-Bereitstellung). Man bemüht sich alle zu Verfügung stehenden Mittel optimal einzusetzen, um Zeit, Geld und Arbeitsmittel zu sparen“.

Dieser Text wird der CLIL-Aufgabe gerecht, indem er Sprache und Sachinhalte vermittelt. Während der folgenden Diskussion, die das Eigenwissen der Teilnehmer aktiviert, wird die Konversation in der Fremdsprache geübt; für eine erfolgreiche sach- und fachinhaltliche Wissensvermittlung müssen noch Begriffe eingesetzt werden, die eine Definition durch die Studenten mit Hilfe des Dozenten verlangen, so z.B. die logistischen Aktivitäten (Strzelecka / Suszczyńska, 2016, S. 12):

- Kundenbedienung und -betreuung
- Prognostizieren der Nachfrage
- Informationsaustausch
- Auftragsabwicklung
- Transport und Lagerung
- Service-Dienstleistungen/Reparaturen

⁸ Das ist der Fall in dem Lehrbuch der Autorin zur Logistik an Technischen Mittelschulen. Der Text steht dort in gekürzter und vereinfachter Form.

- Wahl des Standortes der Produktionsbetriebe und Lager
- Versorgung
- Verpacken der Ware
- Bedienung bei der Warenrückgabe
- Entsorgung

Neben oder im Rahmen der Terminologie kann auf die Grundkonzepte der Logistik (Fortmann / Kallweit, 2000, S. 26) eingegangen werden, sofern ein Interesse seitens der Studenten besteht. Ein solches Thema ist im Falle einer Studentengruppe der Handels- bzw. Wirtschaftshochschule auch im Fremdsprachenunterricht selbstverständlich:

Konzepte der Logistik sind:

1. Logistik als Prozess des Güterverkehrs (Rohstoffe, Halbprodukte, Fertigwaren) und Informationsaustausch in Unternehmen und zwischen ihnen.
2. Logistik als ein Teil der Ökonomie, die untersucht, ob der Güterverkehr und Informationsaustausch in der Wirtschaft richtig funktionieren.
3. Logistik als Verwaltungskonzept, das den Güterverkehr kontrolliert.

4.3. Das Beispiel Entsorgung

Im Weiteren sollen einige Beispiele aus dem Bereich der Entsorgungslogistik veranschaulichen, wie sehr die Logistik auch Themen berührt, die sehr eng mit der Umwelt zusammenhängen und jedermann angehen. Gleichzeitig werden hier jedoch wichtige Inhalte vermittelt, die nicht jedem, der Deutsch als Fremdsprache lernt, auf Anhieb verständlich oder gar bekannt sind. Beispiele solcher zu definierenden Begriffe sind:

Wertstoffhof, Gelbe Tonne, Grüner Punkt, Blauer Engel. Sie betreffen Erscheinungen und Organisationsprozesse der Entsorgung in Deutschland, die nicht unbedingt mit Entsorgungsprozessen in Polen identisch sind. Diese Begriffe gehören zum Fachwortschatz eines Wirtschaftsbereichs, fördern und fordern aber gleichzeitig eine interkulturelle Diskussion, die den universitären Aufgaben an einem germanistischen Institut gerecht wird. Eine Beispielaufgabe zum Thema Entsorgung ist die Beantwortung folgender Fragen:

- Was heißt DSD? (Duales System Deutschland)
- Für welche Art von Müll wurde es geschaffen? (für gebrauchte Verkaufsverpackungen)
- Wie finanziert sich das DSD? (Durch Vergabe des Zeichens „Grüner Punkt“)

4.4. Weitere Themenbereiche

Als weitere Themenbereiche, die eng mit Logistik zusammenhängen und die Studenten zu einer selbständigen Fortsetzung der Aneignung des Wirtschaftswissens anregen, können Texte und Diskussionsfragen zu Themen wie Grüne Logistik, Kontraktlogistik, Logistik-Controlling, Supply Chain und Supply Chain Management sowie Verkehr eingesetzt werden. Internetquellen liefern zahlreiche Statistiken und Grafiken,⁹ die im Unterricht gemeinsam interpretiert werden können. Aus Sicht des Fremdsprachenunterrichts werden hier gute Muster zur sprachlichen Interpretation und Analyse diverser Quellen eingeführt und geübt, was im späteren Beruf von großem Vorteil sein kann. Über die strikt logistischen Fachinhalte hinaus werden durch die geplante Lehrveranstaltung Logistik aber auch fachübergreifend folgende Themen abgedeckt:

- Bewerbung und Vorstellungsgespräche
- Telefongespräche und Terminvereinbarungen
- E-mails und Handelskorrespondenz
- Geschäftsverhandlungen

Diese Themen sind keineswegs einem engen Kreis von Fachleuten gewidmet, sondern einem breiten Kreis von Absolventen, die sich um eine Stelle bewerben oder einen beruflichen Einstieg planen. Eine Beispielaufgabe zum Thema Geschäftsverhandlungen ist die Strukturierung eines geschäftlichen Gesprächs, das den meisten Studenten große Schwierigkeiten bereitet. Dabei werden sowohl Sachinhalte als auch fremdsprachige Ausdrücke eingeführt und geübt. Die Studenten sollen folgende Punkte durchgehen:

- den Gesprächsverlauf skizzieren
- das Gespräch einleiten, abschließen, früher beenden
- jemanden unterbrechen und einen Themenwechsel einleiten
- jemanden zum Sprechen auffordern und um einen Kommentar bitten

Die grammatische Diskussion betrifft den Einsatz richtiger Zeiten und Modi: Indikativ oder Konjunktiv? Wie vermeidet man Relativierungen in der Wirtschaftssprache? Wie signalisiert man Vorsicht, Unsicherheit, Zurückhaltung und Distanz? Wie vermeidet man es? (Krause / Schneider, 2010, S. 11). Darüber hinaus ist die Frage wichtig: Aus welchen Phasen bestehen die Verhandlungen?¹⁰ (Strzelecka / Suszczyńska, S. 47). Eine Frage zur Diskussion ist auch: Wie bereitet man sich auf die Verhandlungen vor? Zum Abschluss sei noch ein Beispiel für eine der vielen möglichen Aufgaben zu Kollokationen und Funktionsverbgefügen angeführt. Den meisten Deutschlernern aus Polen bereitet es Schwierigkeiten, das passende Verb für die passende Situation zu finden.

⁹ Beispielsweise zum Straßenverkehrsaufkommen in Deutschland und Polen.

¹⁰ Eröffnung und Situationsdarstellung, Vorschlagsphase, Diskussion über Angebote und Bedingungen, Einigung, Abmachung und Fixierung der Ergebnisse, Abschluss.

- die Vorschläge ...
- sich nach genauen Bedingungen ...
- Bedenken ...
- mit dem Preis entgegen ...
- eine Einigung ...
- einen guten Preis ...
- Zugeständnisse ...
- zum gewünschten Termin...
- das Vereinbarte schriftlich ...
- von den Verhandlungen

Verben zur Wahl: erkundigen, erzielen, machen, zurücktreten, liefern, äußern, fixieren, aushandeln, unterbreiten, kommen.

4.5. Kleine Zusammenfassung zur Logistik

Die angeführten Beispiele von möglichen Aufgaben, Texten und Diskussionen zeigen, dass die Logistik kein enger fachspezifischer Bereich ist, der ungeeignet für den universitären Fremdsprachenunterricht wäre. Im Gegenteil, die Sachinhalte, die im Unterricht vermittelt werden können, bieten Anreize dazu, das erworbene Wissen selbständig zu vertiefen. Somit wäre für den Dozenten auch die Aufgabe erfüllt, den selbständigen Wissenserwerb im Bereich der Sachinhalte zu unterstützen. Der Fachbereich Logistik kommt auch den Erwartungen der Arbeitgeber entgegen, die sich von einem neuen Mitarbeiter in einem Großunternehmen zumindest erhoffen, dass er die grundlegenden Abteilungen des Betriebs und ihre Aufgaben sowie die Zusammenhänge des Unternehmens mit der Außenwelt erkennt. Die über die Logistik hinausgehenden Themen sind eine allgemeine praktische Vorbereitung für die Übernahme diverser schriftlicher und mündlicher Aufgaben durch den Germanistikabsolventen, der einen der Berufe in der Wirtschaft ergreift.

5. Résumé und Ausblick

5.1. Kleines Résumé in Punkten

- Sprachunterricht mit fachspezifischen und arbeitsmarktbezogenen Inhalten ist bei den Studenten sehr begehrt.
- Wirtschaftsbezogene Kommunikation wird nicht nur als eine periphere Bereicherung der Kursprogramme empfunden, sondern als ein zentraler Bereich des Fremdsprachenunterrichts an der Hochschule.
- Spezialthemen wie Touristik und Logistik bereiten auf das Berufsleben und die Arbeit in multikulturellen Großunternehmen vor.
- Das Angebot an wirtschaftsbezogenen „Spezialthemen“ sollte in der

- Germanistik stets erweitert werden.
- Fachbezogene Veranstaltungen im Bereich des Praktischen Deutschunterrichts wie Touristik und Logistik sollten als Spezialisierungen anerkannt werden.

5.2. Ausblick in die Zukunft

Ziel des Unterrichts für Germanisten ist, ihnen eine wirtschaftlich orientierte Zusatzausbildung zu vermitteln, die sich auf ihre bereits erworbenen, guten bis sehr guten allgemeinsprachlichen Sprachkenntnisse stützt. Dabei soll aber die bereits vorhandene Sprache nicht auf das Wirtschaftsnotwendige reduziert, sondern weiter entwickelt werden. Wirtschaftliche Inhalte sollten nicht als peripher für die Germanisten bezeichnet werden, sondern im Gegenteil: Sie sollten ins Zentrum des Fremdsprachenunterrichts, der auf das spätere berufliche Leben vorbereitet, rücken. Auch kann mit fachbezogener Thematik im Germanistikstudium nicht früh genug begonnen werden. Für die Zukunft des Fremdsprachenunterrichts an der Universität wäre also zu bedenken, schon früher mit wirtschaftsorientiertem Unterricht anzufangen. Auch am Institut für Germanistik ist es vorstellbar, bereits im BA-Studium wirtschaftliche Inhalte zu vermitteln. Themen aus Wirtschaftsbereichen, die nicht sehr fachspezifisch sind, sondern für jeden verständlich, der am Markt als Konsument fungiert und sein Wirtschaftswissen vertiefen möchte, wie die vorgeführten Beispiele Touristik und Logistik, könnten schon in den ersten Semestern des Germanistikstudiums eingesetzt werden. Es ist offensichtlich, dass die Inhalte nicht im Gegensatz zum allgemeinsprachlichen Unterricht stehen, sondern ihn begleiten und ergänzen können. Hier könnte ein System für den Unterricht geschaffen werden, das beide Ziele, eine germanistische sprachliche Ausbildung und eine praktisch angelegte inhaltliche Ausbildung gleichermaßen berücksichtigt. Wie der Autorin bekannt ist, ist die Diskussion über die Rolle der Wirtschaftsfachsprachen in germanistischen Studiengängen bereits im fortgeschrittenen Stadium. Auch hier ginge es darum, Grundlagen für eine fachsprachenorientierte Germanistik zu schaffen und die „Spezialthemen“ als wichtigen Bestandteil des gesamten Angebots von fachbezogenen Spezialisierungen in der Philologie zu erkennen (Kratochvilová, 2015, S. 67). Einige polnische Philologen sehen das Problem auf ähnliche Weise: Die Romanistin Magdalena Sowa (Sowa, 2015, S.120) schlägt ebenso vor, wirtschaftsorientierten Sprachunterricht im MA-Studium als Spezialisierung anzuerkennen. Die vorgetragenen Erwägungen können einen Beitrag zu diesen Diskussionen leisten und verstehen sich als eine Stimme für die Schaffung einer fachsprachenorientierten Germanistik.

Abstract

The theme of the paper is transferring practical knowledge during economic language classes. It is worth asking how important may be the language content re-

lated to economics, is gaining practical knowledge and skills which can be used in professional life only a peripheral phenomenon? Taking into consideration two subjects: tourism and logistics, we can prove that you can teach economical content at philological faculty. These classes, which convey practical knowledge and teach precise skills are very popular among the students. Syllabuses referring to economic aspects, closely related to the labor market, are particularly desirable. Based on experience with German Philology students, we can say that students are especially keen on attending language classes teaching more than just perfect use of a foreign language. In this situation, the role of the teacher is not only to teach the language, but also to provide expertise in the field of economy. Could that mean a reorientation of teaching at philology? The answer is yes. During the practical activities at the German language classes teaching economy is moving from the periphery to the center.

Keywords

German for business, tourism, logistics, labour market, German Philology

Literaturverzeichnis

Buchmann, Rosemarie / Fearn, Anneliese (2000). *Handbuch des Fachsprachenunterrichts: Unter besonderer Berücksichtigung technischer Fachsprachen*. Tübingen: Narr.

Fortmann, Klaus Michael / Kallweit, Angelika (2000). *Logistik. Klausur Intensiv Training BWL*. Stuttgart: Kohlhammer.

Held, Małgorzata (2015). Czego pragnie pracodawca? Czyli rzecz o wymaganiach wobec pracowników i kandydatów w dziedzinie języków obcych oraz umiejętności komunikacyjnych. In: Srebro, Monika / Typek, Elżbieta und Lidia Zielińska (Hg.). *Przyszłość Nauczania Języków Obcych na uczelniach wyższych*, Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. S. 71-80.

Krause, Wolfgang / Schneider, Jürgen (2010). *Geschäftsverhandlungen. Begleitbuch*. München: Langenscheidt Schulbuchverlag. S. 11.

Kratochvílová, Iva (2015). Formulierungsroutinen und Konfigurationen der fachinternen Wirtschaftskommunikation als Spezialgebiet der fachsprachlichen Textlinguistik und Phraseologie. In: Satzger, Axel / Vaňková, Lenka und Norbert Richard Wolf (Hg.). *Fachkommunikation im Wandel. The Changing landscape of professional discourse*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. S. 65-78.

Sowa, Magdalena (2015). Ewolucja programu kształcenia na filologii romańskiej w swietle wyzwań rynku pracy i Krajowych Ram Kwalifikacji In: Srebro, Monika/ Typek, Elżbieta und Lidia Zielińska (Hg.). *Przyszłość Nauczania Języków Obcych na uczelniach wyższych*, Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. S. 111-122.

Strzelecka, Grażyna (2015). Wirtschaftsdeutsch für Germanistikstudenten: eine Gratwanderung zwischen Praxis und Ideal. In: Srebro, Monika / Typek, Elżbieta und Lidia Zielińska (Hg.). *Przyszłość Nauczania Języków Obcych na uczelniach wyższych*. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie. S.123-124.

Strzelecka, Grażyna / Suszczyńska, Renata (2016). *Język niemiecki zawodowy w logistyce i spedycji*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.