Die Bedeutung interkultureller Kommunikation im Unterricht Wirtschaftsdeutsch

Andrea Rita Severeanu

I. Was versteht man unter Wirtschaftsdeutsch?

II. Weshalb spielt interkulturelle Sensibilisierung gerade im Unterricht Wirtschaftsdeutsch eine besonders wichtige Rolle?

Vorliegende Arbeit ist ein Versuch, Antworten auf diese beiden Fragen vorzuschlagen.

I. Was versteht man unter Wirtschaftsdeutsch?

Es ist gar nicht so einfach, den Bereich zu definieren, den man als Wirtschaftsdeutsch bezeichnet. In der Fachliteratur trifft man nicht selten sogar unterschiedliche Bezeichnungen wie Fachsprache Wirtschaft, Wirtschaftssprache, Wirtschaftsdeutsch. Die Meinungen der Theoretiker bezüglich der Frage, ob es hier auch um inhaltliche oder nur um terminologische Differenzierungen geht, sind unterschiedlich.

In ihrem Aufsatz ***Fachsprache Wirtschaft - gibt es die?*** äußert sich Rosemarie Buhlmann diesbezüglich wie folgt: *"Der Ausdruck 'Wirtschaftsdeutsch' oder 'Fachsprache Wirtschaft' ist ein Sammelbegriff für diese 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. Wir müssen also davon ausgehen, daß das, was als 'Fachsprache Wirtschaft' bezeichnet wird, die Summe der in der Wirtschaft bzw. in der wirtschaftsbedingten Kommunikation benutzten Fachsprachen ist."*[1]

Ein Kurs Wirtschaftsdeutsch kann je nach Zielgruppe folgende Inhalte umfassen: Wirtschaftsgeographie, Bankwesen, Export - Import, Rolle der EG aber auch Geschäftskorrespondenz, Telefonieren, Unternehmenspräsentationen, Verhandlungsgespräche, Produktvorführungen , Konferenzen u.s.w.

BDD-A13244 © 1999 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 07:08:39 UTC)

Ein Kurs Wirtschaftsdeutsch im Fremdsprachenunterricht muß in erster Linie sprachliche Handlungsfähigkeit vermitteln. Die Vermittlung der besonderen sprachlichen Kompetenz wird anhand der aufgezählten Inhalte je nach Bedürfnisse der Kursteilnehmer vorgenommen. Es ist nähmlich bei der Gestaltung des Kurses von großer Bedeutung, ob es sich um Studenten handelt, die sich auf ein Fachstudium vorbereiten, um Teilnehmer, die sich auf den Berufsalltag vorbereiten, um Geschäftsleute, um Techniker, Fachleute u.s.w.

Ursula Frenser versucht im Aufsatz ***Landeskunde in Wirtschaftsdeutschlehrwerken*** den komplexen Bereich des Wirtschaftsdeutsch zu umschreiben: *"Um Lerninhalte zielgruppenspezifisch auswählen zu können, muß man sich zunächst eine Gliederung des Bereichs Wirtschaft vor Augen führen. Abbildung 1: Gliederung des Bereichs Wirtschaft"*[2]

Aus diesem Schema geht eine Differenzierung zwischen wissenschaftlicher Fachsprache Wirtschaft und Berufssprache Wirtschaft hervor. Die Autorin vertritt die Auffassung, daß zur Berufssprache die mündliche und schriftliche Kommunikation im Unternehmen, genannt interne Unternehmenskommunikation und zwischen Unternehmen, genannt externe Unternehmenskommunikation gehören. *"Eine weitere Möglichkeit zur Erfassung relevanter Inhalte der Berufssprache Wirtschaft läßt die Unterscheidung zwischen mündlichen und schriftlichen Textsorten in der Unternehmenskommunikation zu. Abbildung 2: Wirtschaftskommunikation am Beispiel eines Produktionsbetriebs."*[3]

Außerdem müssen im Unterricht Wirtschaftsdeutsch auch die fachlichen Besonderheiten und die Terminologie der verschiedensten Branchen berücksichtigt werden: Chemie, Elektronik, Automobilindustrie, Nahrungsmittelindustrie u.s.w.

Ein anderer Aspekt, der beachtet werden muß, ist die Beziehung der Kommunikationspartner untereinander, es geht dabei sowohl um fachliche als auch um soziale Beziehungen, zum Beispiel: Chef - Angestellter, Meister - Auzubildender, Vertreter - Kunde, Käufer - Verkäufer u.a.

Es ist möglich eine Einteilung der Textsorten vorzunehmen, die im Unterricht Wirtschaftsdeutsch hilfreich sein kann : *"Wirtschaftsdeutsch setzt sich zusammen aus Texten der Fachsprache, der komplexen Berufssprache und aus Texten, die Wirtschaft zum Thema haben."*[4]

BDD-A13244 © 1999 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 07:08:39 UTC)

1. wissenschaftliche Fachsprache: - Monographien
- Fachbücher
2.Berufssprache:- mündliche und schriftliche Unternehmenskommunikation
- Telefongespräch
- Korrespondenz
- Verhandlungen
3. landeskundliche Informationen über Wirtschaft: - Schaubilder
- Diagramme
- Zeitungsartikel
- Broschüren
- Werbetexte

Eine genauere Aufteilung des Textsortenbestandes nimmt Rosemarie Buhlmann in dem bereits zitierten Aufsatz über 'Fachsprache Wirtschaft' vor:

1. Externe Unternehmenskommunikation (Kommunikation von Betrieb zu Betrieb):
- Brief, Telex, Telefongespräch, Rechnungen, Lieferscheine, Formulare, Ein- und Ausfuhrpapiere, Zolldokumente, Verträge, Werbetexte.

2. Interne Unternehmenskommunikation (Kommunikation im Betrieb):
- Bericht, Analyse, Statistik, Rundschreiben, Telefongespräch, Konferenz, Sitzungsprotokoll, Produktionsplan, Kostenrechnung, Bilanz, Jahresabschluß.

3. Kommunikation in der Ausbildungssituation (Hochschule, Berufsschule, Universität):
- Vorlesung, Fachvortrag, Monographie, Handbuch, Kommentare, Zeitschriften, Informationsschriften der Behörden.

4. Allgemeine Informationen:
- Lexikon , Monographie, Handbuch, Kommentare, Zeitschriften

5. Aktuelle Informationen:
- Zeitung, Zeitschrift, Magazin, Wirtschaftsnachrichten im Rundfunk, Fernsehen und Internet, Werbetexte, Informationsschriften der Banken und der Behörden.

BDD-A13244 © 1999 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 07:08:39 UTC)

II. Weshalb spielt interkulturelle Sensibilisierung gerade im Unterricht Wirtschaftsdeutsch eine besonders wichtige Rolle?

Wie bereits darauf hingewiesen wurde, wird Deutsch als Zielsprache und Zielkultur vor dem Hintergrund der veränderten politischen Voraussetzungen in Europa eine immer wichtigere Rolle, insbesondere in wirtschaftlichen Bereich, einnehmen.

Unter diesen Bedingungen ist das wachsende Interesse nicht deutschsprachiger Geschäftsleute, die Deutsch lernen möchten, leicht zu erklären. Speziell auf Wirtschaftsdeutsch ausgerichtete Sprachkurse gewinnen immer mehr an Bedeutung, *"wobei der Erwerb sprachlicher Handlungsfähigkeit im Bereich mündlicher Kommunikation gerade bei Geschäftsleuten primären Stellenwert einnimmt.(...) Eine Vielzahl von Berichten über 'critical incidents' in internationalen Verhandlungen und über das Scheitern von Geschäftsbeziehungen aus Gründen kulturell bedingten Mißverstehens belegt (...), daß eine Effizienz fremdsprachiger Verhandlungstrainings nur unter der Voraussetzung ihrer Einbindung in interkulturelle Lernkonzeptionen erreichbar ist ".*[5]

Interkulturelles Lernen heißt, Kennenlernen der kulturellen Eigenheiten eines Volkes. Mit der Zielsprache wird auch ein kulturgeprägtes Weltbild mitgelernt. Dabei ist es aber oft schwierig eine klare Trennung zwischen landeskundlichen, kulturellen und fachlichen Informationen einzuhalten, vor allem unter dem Aspekt interkultureller Kommunikation.

Die Schwierigkeiten beginnen schon bei der Definierung des Begriffes Landeskunde. Zu Landeskunde gehören Bereiche wie: Kulturantropologie, Politik, Sozial-, Rechts- und Wirtschaftswissenschaften, Geschichte, Kunstgeschichte, Geographie sowie Informationen über die Lebensgewohnheiten, in unserem Falle der Deutschen, wie die Deutschen wohnen, arbeiten, ihre Freizeit verbringen u.s.w. *"Es läßt sich festhalten, daß Landeskunde im Bereich Wirtschaftsdeutsch mindestens die folgenden zwei Komponenten berücksichtigen muß: 'Lexikonwissen' über die Wirtschaftsnation Deutschland und interkulturelles Wissen, das auf interkulturelle Kommunikation vorbereitet."*[6] Landeskunde im Wirtschaftsdeutschunterricht muß also zusätzlichen Forderungen entsprechen. Sie muß faktenorientiert sein, sie muß die Wirtschaft der Bundesrepublik Deutschland charakterisieren, sie muß konfrontativ arbeiten, um Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Gesellschaftsstruktur und im

BDD-A13244 © 1999 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 07:08:39 UTC)

Wirtschaftsleben bewußt zu machen. Gleichzeitig müssen interkulturelle Aspekte der schriftlichen und mündlichen Kommunikation vermittelt werden. Erst ausreichendes landeskundliches und kulturelles Wissen und Erfahrung ermöglichen eine positive Kommunikation. Der interkulturelle Aspekt ist besonders für den Bereich der internationalen Wirtschaftskommunikation wichtig. Die erforderliche Sensibilisierung für interkulturelle Kommunikation muß der Fremdsprachenunterricht leisten. Der Lernende, Student oder Geschäftsmann, der bestimmte Inhalte aus dem Studium oder aus dem Berufsalltag kennt, muß den Transfer von seiner Muttersprache in die entsprechende Fremdsprache leisten und sich mit den kulturellen Eigenheiten der Zielsprache vertraut machen.

Der *"Fremdsprachenunterricht kann für die Fremd- und Eigenperspektive sensibilisieren, das heißt so viel Informationen wie möglich über die fremde Kultur geben und die kulturell geprägten Erwartungen, wenn möglich im Kontrast bewußt machen."*[7] Es ist aber nicht ratsam Verhaltensrezepte zu geben, denn das kann leicht ins Gegenteil ausarten und die Kommunikation verhindern. Es gibt Wirtschaftsdeutschlehrwerke, die *"postulieren Verhaltensregeln, deren Befolgung den Kontakt mit der fremden Kultur erleichtern soll. Entsprechende Kenntnisse sind in mancherlei Hinsicht (...) hilfreich, schützen aber in konkreten andersartigen oder auch ähnlichen kulturellen Überschneidungssituationen kaum vor Mißverständnissen. Im Gegenteil: Eine Beschränkung auf Informationsaspekte verleitet (...) leicht dazu, unzulässige Generalisierungen vorzunehmen. Auf diese Weise werden Stereotype und Vorurteile eher zementiert als abgebaut, so daß sich das Lernziel, interkulturelle Kompetenz zu erwerben, leicht in sein Gegenteil verkehrt."*[8]

Beispiel: Die Deutschen lernen, daß sich Engländer bei der Begrüßung nicht die Hand geben. Wenn der Engländer aufgrund seiner Einschätzung deutscher Begrüßungskonventionen, mit ausgestreckter Hand auf den Deutschen zugeht und dieser trotzdem mit auf dem Rücken verschränkten Armen seinen englischen Geschäftspartner begrüßt, kann das als unhöflich, abweisend, verunsichernd oder sogar als beleidigend empfunden werden.

Es ist aber nicht unbedingt notwendig auf fremde Beispiele zurückzugreifen, man denke einfach an die unterschiedliche Art zu telefonieren zum Beispiel hier in Rumänien und in Deutschland und welche Mißverständnisse sich aus

BDD-A13244 © 1999 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 07:08:39 UTC)

der Unkenntnis dieser Gewohnheiten ergeben können.
Um solche und ähnliche Mißverständnisse und interkulturelle Überschneidungssituationen vorzubeugen, zu verhindern oder sie überbrücken zu können, wenn sie nicht mehr zu vermeiden sind, muß man auf die kontrastive Vermittlung sprachlicher und kultureller Kenntnisse zurückgreifen. Das kann im Fremdsprachenunterricht mit Hilfe allgemein-kultursensibilisierender Rollenspiele realisiert werden.
Zur Landeskunde und Problematik der Interkulturalität im Wirtschaftsdeutschunterricht wären noch außer den angesprochenen Aspekten folgende hinzuzufügen: Kenntnisse aus der klassischen Mythologie, Kenntnisse aus der Biologie, aus der Zeitgeschichte, Verstehen von Witz und der zugrundeliegenden Ironie, Verstehen der deutschen Wortspiele und Redewendungen. Ideal ist es, diese Aspekte im Unterricht in Form von Fallbeispielen zu vermitteln. *"Die Kommunikationsformen innerhalb eines kulturellen Systems werden also in diesem Wirtschaftsbereich von denen aus einem anderen modifiziert; damit wird natürlich auch auf den Sprachbestand Einfluß genommen. Dies impliziert aber auch die Aussage, daß sich Darstellungsformen und -stile im Bereich der Wirtschaftswissenschaften innerhalb kultureller Systeme unterscheiden können."*[9]
Generell gesehen, gibt es zwei Ansätze, Interkulturalität im Unterricht zu vermitteln. Die eine Möglichkeit ist der kulturspezifische Ansatz, die andere, der allgemein-kulturelle Ansatz. Der kulturspezifische Unterricht beabsichtigt die Verbesserung der Kommunikationsfähigkeit mit Angehörigen einer bestimmten anderen Kultur. Der allgemein-kulturelle Ansatz dagegen, beabsichtigt eine generelle Verbesserung der Fähigkeit zur Kommunikation mit Angehörigen beliebiger anderen Kulturen, *"auf dem Wege einer allgemein interkulturellen Sensibilisierung. Zu den Komponenten eines solchen allgemein-interkulturellen Trainings zählen u.a. die Reflexion der Kulturabhängigkeit des eigenen Denkens und Handelns, die Fähigkeiten, interkulturelle Kontakte in ihrer Prozessualität zu reflektieren(...) Kontaktsituationen antizipieren zu können, 'critical incidents' über ihren konkreten Kontext hinaus als Repräsentanten allgemein kultureller Orientierungsmuster zu deuten und auf diese Weise Strategien zur Vermeidung von Mißverständnissen zu entwickeln".* [10]
Beide Methoden haben Vor- und Nachteile. Bei dem allgemein-kulturellen Unterricht wird der lange Zeitaufwand bis zum Erreichen

BDD-A13244 © 1999 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 07:08:39 UTC)

des Lernzieles und die mangelnde Spezifizierung der vermittelten Kentnisse bezogen auf konkrete interkulturelle Kontakte als Nachteil empfunden. Im Gegensatz dazu könnte der kulturspezifische Unterricht im Extremfall zur landeskundlichen Informationsstunde reduziert werden.
Man kann nicht eindeutig behaupten, die eine Methode wäre besser als die andere, deswegen muß man im Unterricht die verschiedenen Methoden so zu kombinieren versuchen, daß es der konkreten Unterrichtssituation und den Bedürfnissen der Zielgruppe am besten entspricht.

Anmerkungen

[1] Rosemarie Buhlmann, *Fachsprache Wirtschaft - gibt es die?* In : ***Jahrbuch DaF***, Bd. 15, München, 1989, S.86.
[2] Ursula Frenser, "Landeskunde in Wirtschaftsdeutschlehrwerken". In : ***Info DaF***, 18. Jg, Februar 1991, S.125.
[3] Ebd., S.126.
[4] Ebd., S.127.
[5] Jürgen Bolten, *Interkulturelles Verhandlungstraining*, in : ***Jahrbuch DaF***, Bd. 18, München, 1992, S.270-271.

[6] Ursula Frenser, "Landeskunde in Wirtschaftsdeutschlehrwerken". Anm. 2, S.128.
[7] Ebd. S. 128.
[8] Jürgen Bolten, *Interkulturelles Verhandlungstraining.* Anm. 5, S. 271.
[9] Rosemarie Buhlmann, *Fachsprache Wirtschaft - gibt es die?* Anm. 1, S.91.
[10] Jürgen Bolten, *Interkulturelles Verhandlungstraining*, S.272.

BDD-A13244 © 1999 Mirton Verlag
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 07:08:39 UTC)