

Herbermann, Marc

Deutsch als Sprache der Wirtschaft

formal überarbeitete Version der Originalveröffentlichung in:

formally revised edition of the original source in:

DaF-Szene Korea (2011) 33, S. 15-20



Bitte verwenden Sie beim Zitieren folgende URN /
Please use the following URN for citation:
urn:nbn:de:0111-pedocs-120263

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
Deutsches Institut für Internationale Pädagogische Forschung (DIPF)
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

Deutsch als Sprache der Wirtschaft

Marc Herbermann

Die derzeitige koreanische Regierung strebt danach, das koreanische Bildungssystem weiter an internationale Entwicklungen in der Wirtschaft und im Bildungswesen anzupassen, auch will sie den Hochtechnologiesektor gezielt ausbauen.¹ Auf dem Hintergrund dieser Entwicklungen steigt in Korea die Nachfrage nach technischen und wirtschaftlichen Studienfächern und natürlich gewinnt auch das Studium der englischen Sprache weiter an Attraktivität.

Wie können sich Deutschlektoren auf diese Entwicklungen einstellen? Die Antwort kann nicht nur darin bestehen, den Unterricht möglichst abwechslungsreich und interessant zu machen oder die Anforderungen so weit herunter zu schrauben, dass auch der geringste Lernaufwand mit einer sehr guten Zensur einhergeht. Lernen soll natürlich Spaß machen, soll unterhaltsam und inhaltlich anregend sein. Doch es greift m.E. zu kurz, lediglich die Lieblingsthemen der Studierenden zu bedienen. Ein verantwortliches Unterrichten sollte auch zur Beschäftigung mit Inhalten anregen, die eine hohe Relevanz für die berufliche Zukunft der Lernenden haben.

Im zweiten Semester des Jahres 2010 betreute ich daher zwei Kurse an der Dongduk Frauenuniversität, die sensibilisieren sollten für alltägliche wirtschaftliche Fragestellungen, den Arbeitsmarkt und eine spätere Berufswahl oder Stellensuche. Bestandteil des Kurses *경력개발 직업탐방 및 특강* waren Kontakte zu in Korea ansässigen deutschen Firmen. Am Anfang dieses Kurses sammelten wir verschiedene Ideen darüber, wie eine Begegnung mit einer deutschen Firma oder Institution aussehen könnte. In einer Abstimmung sprachen sich die Studentinnen für ein Gespräch mit einem deutschen Personalverantwortlichen aus. Dieses kam allerdings nicht zustande. Stattdessen referierte eine koreanische Vertreterin von Boehringer Ingelheim², eine ehemalige Germanistikstudentin, an der Dongduk Frauenuniversität und informierte die Teilnehmerinnen des Seminars über Laufbahnen in ihrem Konzern. Schließlich besuchten die Seminarteilnehmerinnen die Firma Carl Zeiss Korea in Seoul³. Bei diesem Besuch stellten sie der anwesenden HR-Managerin auch vorher im Kurs behandelte Fragen: Wie bewirbt man sich am besten bei internationalen Unternehmen? Welche Qualifikationen sind wichtig? Kann man in Ihrer Firma ein Praktikum absolvieren? Haben auch Geisteswissenschaftler, also Personen, die kein ingenieurwissenschaftliches oder betriebswirtschaftliches Fach studiert haben, bei Ihnen eine Chance?

In dem Kurs *경력개발 직업탐방 및 특강* hatten die Studierenden zudem die Möglichkeit, im Rahmen von kleinen Projekten (schriftliche Hausarbeiten oder Recherchen, Erstellen von Videofilmen) verschiedene berufsrelevante Themen zu bearbeiten - etwa die Simulation eines Vorstellungsgespräches bei der Lufthansa, die Untersuchung der Relevanz betriebswirtschaftlicher Kenntnisse bei der Stellensuche oder die Bedeutung von Praktika für die berufliche Entwicklung.

1 Vgl. Terri Kim: „Higher Education Reforms in South Korea: Towards ethnocentric internationalisation or global commercialisation of higher education?“ Presentation at the South West Higher, Education Network Seminar Graduate School of Education, University of Bristol, 4. Juni 2010.

2 <http://www.bikr.co.kr/>

3 <http://www.zeiss.co.kr>

Werbung und Bewerbung

Im Folgenden möchte ich aber nicht dieses, sondern das andere der beiden Seminare beschreiben: 실습 및 응용 독일어. Zunächst erarbeiteten wir in dieser Veranstaltung grundlegende themenbezogene Vokabeln (siehe Abbildung 1). In der dritten Woche erforschten die Studierenden - auch mit einem eigens dazu entwickelten Test – ihre Fähigkeiten und Interessen. Darauf aufbauend ergab sich eine Diskussion darüber, ob bei der Berufswahl einem analytisch-systematischen Verfahren der Vorzug zu geben ist, oder ob es erfolgversprechender ist, seiner Intuition und seinen Gefühlen zu folgen.⁴ Weiterhin erarbeiteten wir in diesem Kurs verschiedene Berufsbilder und stellten heraus, ausgehend von einigen typischen und lustigen Werbeclips, warum Werbung erfolgreich ist.⁵ Die Analyse dieser Videos (Warum wirken bestimmte Methoden?) führte uns zum Thema „Be-Werbung“.

Ich möchte im Folgenden nicht auf alle der in Abbildung 1 genannten Themen eingehen, sondern das Thema „Arbeitszeugnisse: Informationen und Geheimsprache“ herausgreifen. Dieses Thema ist gerade für den Deutschunterricht interessant. Denn mit betriebswirtschaftlichen Kenntnissen alleine kann man Arbeitszeugnisse nicht verstehen. Notwendig hierfür ist vielmehr ein Verständnis sozialer Interaktionen. Sprachunterricht eignet sich daher, die in Zeugnissen hervortretenden Bedeutungsnuancen von Wörtern und Aussagen zu hinterfragen. Eine Analyse der verwendeten Prädikate kann auch verdeutlichen, dass das Sprachverständnis von einigen Personalverantwortlichen unzureichend ist: So wie ein Glas nicht voller als voll sein kann, macht es auch keinen Sinn, die Floskel „zu unserer vollsten Zufriedenheit“ zu verwenden - dennoch ist diese Einschätzung Bestandteil zahlreicher Zeugnisse. Außerdem schafft das oben genannte Thema Neugier und Interesse bei den Studierenden. Denn nach der anfänglichen Überraschung, dass in Zeugnissen nicht alles Gold ist, was glänzt, wird mit der Entzifferung der „Geheimsprache“ deutlich, warum dies so ist.

4 Ein Vertreter der letztgenannten Auffassung ist der Personaltrainer Carl Schroebeler. Er erklärt seine Position mit einfachen Worten in einem Videofilm, den wir im Kurs besprachen, vgl. www.Traumberuf24.com.

5 In einigen Werbeclips kommt der gesprochenen Sprache nur eine untergeordnete oder gar keine Bedeutung bei. Rasche Bildfolgen und eine stimmungsvolle Musik erzählen eine Geschichte, die den Betrachter schnell gefangen nimmt. Gerade eine solche Geschichte in eigenen Worten wieder zu geben fiel den Studentinnen nicht leicht.

Abbildung 1: 실습 및 응용 독일어 (2010 2 학기)

Woche	Thema
1	Lerntipps für Wortschatz und Aussprache, grundlegende Wörter zu den Themenbereichen Wirtschaft, Verwaltung und Beruf
2	Partnerinterviews ⁶ , Ausbildung in Deutschland, Berufe gestern und heute
3	Was kann ich? Was will ich? Welcher Lerntyp bin ich? Meine Interessen und Fähigkeiten erkunden
4	Berufsbilder oder „Grün, grün, grün sind alle meine Kleider“ (gemeinsames Singen) Flugbegleiterin, selbstständige Übersetzerin, Webdesigner, Ergotherapeutin, Hotelkaufmann / Hotelkauffrau
5	Anfragen schreiben und Termine vereinbaren, Redewendungen und Rollenspiele
6	Werbung im Fernsehen verstehen
7	Bewerbungen: Was ist wichtig, wie bewerben? Recherche, Bewerbungsschreiben, Vorstellungsgespräch
8	【 중간고사 】
9	Praktikum und „Erfahrungen sammeln“ (Ort, Inhalte / Planung) ?
10	Planen und Vorbereiten (Urlaubs- / Reiseplanung, Tagesplanung) / Referate
11	Etikette, Höflichkeit und Benimmregeln
12	Konflikte und Mobbing
13	Arbeitszeugnisse: Informationen und Geheimsprache
14	Briefe an Behörden: Ich suche einen Platz im Studentenwohnheim
15	Wiederholen, Vorbereiten der Abschlussprüfung
16	【 기말고사 】

⁶ Was sind ihre Hobbys? Wohin fahren Sie gerne in den Urlaub? Was möchten Sie in fünf Jahren machen? Was ist Ihnen wichtiger: viel Zeit oder viel Geld? Wie sieht Ihr Traumjob aus? Das Interview besteht in einer schrittweisen und lockeren Hinführung zum Thema.

Abbildung 2

SteinmannΩ GmbH
Ihr Partner für Büromaschinen
Luxemburger Str. 60
50674 Köln

Arbeitszeugnis für Herrn Peter Müller

Herr Müller war zwischen dem 1. August 2008 und dem 4. August 2010 als Sachbearbeiter in der Buchhaltung in unserem Hause beschäftigt.

Er hat sich bemüht, die übertragenen Arbeiten zu unserer Zufriedenheit zu erledigen. Er hat alle Arbeiten ordnungsgemäß erledigt und zeigte dabei für seine Arbeit Verständnis.

Herr Müller kam stets pünktlich zum Dienst. Mit seinen Vorgesetzten kam er gut zurecht. Dabei gab er nie Anlass zu Klagen. Die Mitarbeiter lernten ihn als umgänglichen Kollegen kennen. Denn er war oft gesellig und freundlich. Oft bewies er dabei Einfühlungsvermögen für seine Kollegen.

Wir haben uns im gegenseitigen Einvernehmen von Herrn Müller getrennt. Wir wünschen ihm auf seinem weiteren Weg in einem anderen Unternehmen viel Erfolg.

Kurt Steinmann

(Prokurist)

Köln, 8. August 2010

Die Unterrichtseinheit bestand aus vier Schritten. Die Studentinnen erhielten zunächst das oben abgebildete Arbeitszeugnis für Herrn Peter Müller. Wir lasen das Zeugnis kurz zusammen durch und ich stellte sowohl fortgeschrittenen als auch weniger fortgeschrittenen Studentinnen die Frage, was sie von diesem Zeugnis halten, ob darin Herr Müller vorteilhaft bewertet sei. Nach allgemeiner Ansicht der Studentinnen erhielt Herr Müller von seinem Vorgesetzten ein gutes Zeugnis.

Die Überraschung war dann groß als ich den Studierenden erklärte, dass dieses Zeugnis zwar aus „positiven“ Aussagen besteht, Herr Müller aber große Schwierigkeiten haben wird, eine neue Stelle damit zu finden. Ich möchte an dieser Stelle nicht alle positiv formulierten Negativ-Botschaften entschlüsseln. Nur zwei Punkte, die wir in einem zweiten Schritt behandelten, sollen hier zur Sprache kommen: Das Zeugnis beschreibt mit keinem Wort Herrn Müllers Tätigkeitsgebiet. Andererseits „bemühte“ sich Herr Müller nur; die Auflistung von Selbstverständlichkeiten und das Erwähnen seiner besonderen sozialen Fähigkeiten („Einfühlungsvermögen“) zeigen, dass er als Sachbearbeiter in der Buchhaltung vielleicht „Verständnis“ hatte, aber nichts zuwege brachte; diese Aussagen stellen somit vernichtende Urteile dar.

Nachdem wir die Geheimsprache dieses Zeugnisses entsiegelt hatten, sprachen wir über ein weiteres Zeugnis, das sowohl vorteilhaft formuliert war als auch günstige Konnotationen transportierte. Der vierte Schritt (Hausaufgabe) bestand darin, dass jede der Kursteilnehmerinnen sich in die Lage versetzt, ein Praktikum absolviert zu haben oder einer beruflichen Tätigkeit nachgegangen zu sein, und sich dann selbst ein Zeugnis über ihre diesbezügliche Tätigkeit ausstellt.

Betriebswirtschaftliche Kenntnisse sind unzureichend

Welche Schlüsse lassen sich nun aus den oben dargestellten Erfahrungen für das Lehren und Lernen der deutschen Sprache in Korea ableiten? Der Deutschunterricht kann und soll natürlich kein Studium der Betriebswirtschaft ersetzen. Allerdings lassen sich im Rahmen des Deutschunterrichtes durchaus einige praxisrelevante Aspekte des Wirtschaftslebens und der Berufswelt behandeln, die normalerweise in den hoch formalisierten wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen zu kurz kommen.

Es geht somit insbesondere um alltägliche Konzepte und Begriffe - und nicht nur um Wörter! Die Konzepte „Bank“, „Bewerbung“, „Bilanz“, „Geld“, „Gewinn“ oder „Kredit“ haben ähnliche Merkmalsdimensionen in der internationalen Wirtschaftswelt, sie müssen konvertibel sein, obwohl natürlich verschiedene Länder dafür unterschiedliche Wörter verwenden. Man kann auch auf einer recht basalen Ebene mit diesen Begriffen arbeiten, etwa gemeinsam ein Überweisungsformular ausfüllen oder lernen, wann bei einem Vorstellungsgespräch die Körpersprache wichtig ist. Ein solches Seminar soll also nicht nur das Lernen von Vokabeln oder Satzstrukturen ermöglichen, sondern es soll auch dazu dienen, alltägliche, wirtschafts- und berufsrelevante Inhalte zu erlernen.

Die Studentinnen zeigten Interesse an den zur Sprache kommenden berufsbezogenen Themen, zumal einige der Teilnehmerinnen das Fach Betriebswirtschaft belegt haben und somit generell berufsorientierter studieren als ihre Kolleginnen aus der Germanistik. Studierende aus der germanistischen Abteilung, auf der anderen Seite, erfahren auf diese Weise eine gewisse Desillusionierung.

Ich meine, dass eine solche Ernüchterung im Studium hilfreicher ist als nach dem Studium. Ein Germanistikstudium ermöglicht zwar das Arbeiten in verschiedenen Tätigkeitsfeldern, eignet sich aber erst mit Zusatzqualifikationen für einen konkreten Beruf in der Wirtschaft.⁷ Studierende der Germanistik sollten nicht die unrealistische Erwartung hegen, ihr Studium sei ein wesentliches Einstellungskriterium bei deutschen Firmen. Natürlich haben Bewerber mit Deutschkenntnissen Vorteile bei deutschen, in Korea ansässigen Unternehmen. Deutsch kann in solchen Firmen nützlich sein, etwa dann, wenn vertrauliche Gespräche mit deutschen Vorgesetzten anstehen oder wenn jene schwierige technische Fachfragen klären wollen. Wesentlicher als Deutschkenntnisse sind aber im Rahmen von Bewerbungen bei international agierenden Firmen, dass die Bewerber ein bestimmtes wirtschafts- oder technisches Fachgebiet beherrschen und dass sie sowohl in ihrer Muttersprache als auch in der englischen Sprache kompetent sind. Nicht selten vernachlässigen deutsche Manager in Korea leider ihre Muttersprache und bedienen sich oft nur allzu unmotiviert des Englischen.⁸ Bevor jemand allerdings seine Deutschkenntnisse in einem deutschen Unternehmen anwenden kann, muss er oder sie natürlich erst den Weg in das Unternehmen finden und vorher dafür die entsprechenden Weichen stellen. Korea ist einerseits ein recht traditions- und familiengesteuertes Land, andererseits ist es eines der individualistischsten Länder Asiens.⁹ Familien und Lehrer entscheiden also erheblich bei der Berufswahl mit. Die Berufswahl erfolgt somit zum Teil „fremdgesteuert“, aber auf der anderen Seite versuchen Individuen Berufswünsche durchzusetzen, die oft den bestehenden sozialen Erwartungen widersprechen. Daher, glaube ich, kann es der Entwicklung des Selbstbewusstseins von Deutsch lernenden Koreanern („Diese Fähigkeiten bringe ich mit, das möchte ich gerne realisieren“) dienlich sein, die Frage der Berufswahl auch im Deutschunterricht zu behandeln.

7 Vergleiche hierzu etwa: Herbermann, Marc: „Buchführung, Bürger und Bedürfnisse - Wirtschaftliche Kenntnisse, die Geistes- und Sozialwissenschaftler heute brauchen.“ In: „Arbeitsmarkt Bildung Kultur Sozialwesen“ (6/2006).

8 Siehe hierzu insbesondere: Augustin, Matthias: „Offizielle Sprache und Sprachwahl der in Korea ansässigen Betriebe deutschsprachiger Länder“. In: Ammon, Ulrich & Si-Ho, Chong (Hg.): Die deutsche Sprache in Korea. Geschichte und Gegenwart. München: IUDICIUM, 2003, S. 95-108.

9 Vgl. Song, Byung-Nak: The Rise of the Korean Economy. New-York: Oxford, 2003, S. 59ff.