# Sprache & Sprachen

## Sprache & Sprachen

Zeitschrift der Gesellschaft für Sprache und Sprachen (GeSuS) e.V. seit 1987

48-2018

#### **Impressum**

Herausgeber: Gesellschaft für Sprache und Sprachen (GeSuS) e.V., c/o Bettina Bock, Zwätzengasse 12, D-07743 Jena, Deutschland

Redaktion: Kathrin Schaaff (Jena), Manuela Schönenberger (Genf)

Redaktionsadresse: Redaktion Sprache und Sprachen, c/o Kathrin Schaaff, Zwätzengasse 12, D-07743 Jena, Deutschland. E-Mail: redaktion@gesus-info.de

Vertriebsadresse: GeSuS e.V., c/o Robert J. Pittner, Steeler Straße 168, D-45884 Gelsenkirchen, Deutschland

Erscheinungsweise: unregelmäßig

Bezug: 4 Euro (Doppelnummern 8 Euro) zzgl. Porto (Papierversion), online (gratis) auf http://gesus-info.de/ (ab 2006)

Bankverbindung: Bank für Sozialwirtschaft München, Konto-Nr. 88 32 300, BLZ 700 205 00 (IBAN: DE95 7002 0500 0008 832300; BIC: BFSWDE33MUE)

Sprache & Sprachen ist vollständig im Besitz der GeSuS e.V.

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung der VerfasserInnen und nicht die der Redaktion wieder. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der durch das Urheberrecht vorgegebenen Grenzen ist ohne die Zustimmung der Redaktion und der Verfasser/innen unzulässig.

Wissenschaftlicher Beirat: Raffaela Baechler (Edinburgh, Schottland), Peter Bakker (Aarhus, Dänemark), Bettina Bock (Jena, Deutschland), Margit Breckle (Vaasa, Finnland), Bela Brogyanyi (Freiburg, Deutschland), Mads Bødker Lynggaard Christiansen (Aarhus, Dänemark), Volkmar Engerer (Kopenhagen, Dänemark), Hans Götzsche (Aalborg, Dänemark), Irmeli Helin (Turku, Finnland), Elke Hentschel (Bern, Schweiz), Henrik Jørgensen (Aarhus, Dänemark), Beata Kasparowicz-Stążka (Lublin, Polen), Martin Kümmel (Jena, Deutschland), Martin Lachout (Prag, Tschechische Republik), Herta Maurer-Lausegger (Klagenfurt, Österreich), André Meinunger (Berlin, Deutschland), Peter Öhl (Wuppertal, Deutschland), Manuela Schönenberger (Genf, Schweiz), Guido Seiler (München, Deutschland), Kerstin Schwabe (Berlin, Deutschland)

ISSN Internet: 2199-6016; ISSN Druckversion: 0934-6813

## Sprache & Sprachen

48-2018

# Inhalt

Neue Medien im Fremdsprachenunterricht	1
Miroslava Bajusová & Zuzana Bohušová (Banská Bystrica, Slowakei)	
Wirtschaftskommunikation und die Textsorte "Geschäftsbrief" aus wirtschaftslinguistischer und interkultureller Sicht	18
Erika Kegyes (Miskolc, Ungarn)	
Rezension: Péteri, Attila. 2015. Satzmodusmarkierung im Europäischen Sprachenvergleich. Interrogativsätze im Deutschen und im Ungarischen mit einem typologischen Ausblick auf andere europäische Sprachen.	35
PETER ÖHL (GESUS E.V.)	
Aktuelle Informationen	

#### Neue Medien im Fremdsprachenunterricht<sup>1</sup>

#### Miroslava Bajusová & Zuzana Bohušová

Die vorliegende Studie beschreibt die theoretischen und praktischen Besonderheiten des Einsatzes von den sogenannten "neuen Medien" im Fremdsprachenunterricht. Sie ist in zwei Teilbereiche gegliedert. Der erste Teil beinhaltet eine kurze Beschreibung der neuen Medien und ihrer Vor- und Nachteile. Der zweite Teil beschäftigt sich mit dem Internet und mit unterschiedlichen Webanwendungen, wobei der Schwerpunkt auf den Anwendungsmöglichkeiten von Podcasts/Vodcasts in der alltäglichen Schulpraxis liegt. Es wird auf die einzelnen Aufgaben und wie sie in den Sprachunterricht integriert und angepasst werden können, eingegangen. Da es sich bei den neuen Medien um auditive oder audiovisuelle Medien handelt, werden die Übungen in drei Gruppen gegliedert: Aufgaben vor, während und nach dem Hören, wobei entweder globales oder selektives Verstehen trainiert werden kann. Diese Aufgaben können sich entweder auf die Grammatik oder auf den Inhalt beziehen.

**Schlüsselwörter**: Fremdsprachenunterricht, Internet, digitale Medien, neue Medien, multimediale Träger (CD, DVD, Blu-ray)

Our study describes the theoretical and practical peculiarities of using so-called "new media" in foreign language teaching. It is divided into two parts. In the first part, the new media and their advantages and disadvantages are briefly described. The second part discusses the use of the internet and various web applications, and focuses on the possibility of using podcasts/vodcasts in daily school practice. Various tasks and possibilities of their adaptation and integration into foreign language teaching are mentioned. Since the new media are auditive or audio-visual, the exercises are divided into three groups: tasks before, during and after listening. Thus, either global or selective comprehension can be trained. These tasks can focus either on grammar or on comprehension skills.

**key words**: foreign language teaching, internet, digital media, new media, multimedia (CDs, DVDs, Blu-ray)

#### 1 Einleitung

Eine der markantesten Tendenzen in der Entwicklung der heutigen Gesellschaft ist die Informatisierung aller Sektoren und Branchen, das Schulwesen miteinbezogen. In Westeuropa beispielsweise begann dieser Trend in den 1980er Jahren. Seinen Höhepunkt erreichte er im letzten Jahrzehnt – in ganz Europa, einschließlich der Slowakei. "War die Informatisierung bis dahin im Wesentlichen auf die Wirtschaft und den öffentlichen Sektor beschränkt, so erfasst sie mit der schnellen Verbreitung des Internets ab Mitte der 1990er Jahre die gesamte Gesellschaft. Auf der Basis des Internets entsteht ein global verfügbarer Informationsraum

2018 Miroslava Bajusová & Zuzana Bohušová. Neue Medien im Fremdsprachenunterricht. *Zeitschrift für Sprache und Sprachen*, 1–17.

Kontakt: Miroslava Bajusová, Zuzana Bohušová, Banská Bystrica, Slowakei eMail: miroslava.bajusova@umb.sk; zuzana.bohusova@umb.sk

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Diese Studie wurde im Rahmen des Projektes VEGA 1/0551/16 *Hybridita v jazyku, texte a translácii* (Hybridität in der Sprache, im Text und in der Translation) verfertigt.

und damit eine neuartige gesellschaftliche Kommunikations- und Handlungsebene" (Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung, Internetquelle). Die Informatisierung brachte auch für den Fremdsprachenunterricht an Haupt- und Mittelschulen viele Neuerungen, mit denen sich vor allem Lehrer mit langjähriger Unterrichtserfahrung oftmals schwer identifizieren können.

Im Gegensatz dazu begrüßen die Schüler diese neuen Formen der Unterrichtsunterstützung, denn die neuen Medien, vor allem der Computer und das Internet, sind von klein auf untrennbarer Bestandteil ihres Alltags (vgl. Rys 2007: 125). Da sie sich an der Grenze zwischen Ausbildung und Unterhaltung befinden, wirkt ihr Einbinden in den Unterrichtsprozess auf die Schüler motivierend und trägt zum Interesse an spannend und kreativ gestalteten Unterrichtsstunden und Themen bei. Diese Vorgehensweise ist im Prinzip weder reines Spielen noch Lernen. Mehr dazu ist in der Zeitschrift "PRAXIS: Fremdsprachenunterricht" Nr. 03/16 mit dem Untertitel "Spiele" zu finden.

Die grundsätzliche Änderung, die die neuen Medien herbeigeführt haben, ist die Abkehr von der einseitigen Wissensvermittlung und die Lehrerzentriertheit hin zu einem interaktiven, lebendigen Lernvorgang (vgl. Ratzke 1982: 13) auf der Grundlage der Schüler-Software-Interaktion. Lernen mit Medien erinnert die Schüler an Computerspiele und beim Spielen können sie mehr lernen als wenn sie etwas zwangsläufig auswendig lernen müssen. "Kinder spielen sich nämlich ins Leben" (vgl. Krenz 2001, Internetquelle). Durch den Einsatz von Softwares können neue Informationen aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet und dadurch anschaulicher vermittelt werden. Wenn z.B. das Thema "Wegbeschreibung" besprochen wird, kann eine PC-Simulation gemacht werden. Man sieht auf dem Bildschirm einen Stadtplan, die Lehrperson bewegt eine Figur, die durch die Straßen spaziert und die Schüler beschreiben den Weg. Es ist plastisch und macht mehr Spaß, als wenn nur ein Bild im Lehrbuch benutzt wird. Oder es können 3D-Modelle angeschaut werden, Sachen in Teile zerlegt und diese benannt werden. Mithilfe der Medien ist es einfach, Simulationen von unterschiedlichen Situationen zu machen, zu denen man sonst zu viele Requisiten und Zeit bräuchte, wenn man sie im Klassenraum vorspielen möchte. Die Schüler verwandeln sich dabei von passiven Informationsempfängern zu aktiven Benutzern mit medialer und technischer Kompetenz. Wechselnde Unterrichtsbedingungen fördern also auch den Erwerb neuer Fertigkeiten, die heute auf dem Arbeitsmarkt als selbstverständlich gelten, genauso wie lebenslanges Lernen.

Die Schüler müssen lernen, mit neuen Technologien umzugehen, denn heute wird Produktion jeder Art mechanisiert und fast alle industriellen Maschinen werden computergesteuert (CNC-Maschinen). Egal, ob man Schneider, Busfahrer oder Kellner ist, Computer kommen in jedem Beruf zum Einsatz. Und da diese immer verbessert und nachgerüstet werden, müssen Menschen, die sie benutzen, lebenslang lernen. Wenn die neuen Technologien im Unterricht angewendet werden, erwerben die Kinder die technische Kompetenz eigentlich unbewusst als "Nebenprodukt" des Unterrichtprozesses.

Der Lehrer spielt dabei die Rolle des Unterstützers, d. h. er stellt sicher, dass die Ziele im Unterricht erreicht werden, indem er geeignete Lernmaterialien aussucht, das Thema der Stunde inhaltlich abgrenzt, den Unterrichtsprozess in geeignete Zeitabschnitte gliedert, die

einzelnen Prozessschritte optimiert und Feedback über die von der jeweiligen Software ausgewerteten Ergebnisse gibt. Die Software kann zwar unterscheiden, ob die von den Schülern gewählten Lösungen richtig oder falsch sind, sie kann ihnen aber nicht erklären, warum es so ist.

Der Lernerfolg hängt jedoch vom konkreten Medium und vom persönlichen Engagement des Lehrers sowie von seiner unentbehrlichen medialen Kompetenz (vgl. Molnárová 2015: 75–80) ab. Wenn er die Materialien für den Unterricht zusammenstellt, kann er sie so kombinieren und anpassen, dass sie den Möglichkeiten und Interessen der unterrichteten Gruppe entsprechen und dadurch motivierend wirken.

Zuerst ist es notwendig, die neuen Medien allgemein zu charakterisieren, um in einem weiteren Schritt ihre spezifischen Eigenschaften und ihre Stärken und Schwächen beschreiben zu können, aus denen sich die Vor- und Nachteile ihrer Anwendung im Unterricht ergeben.

#### 2 Neue Medien

Bereits am Anfang der 1980er Jahre definierte Dietrich Ratzke den Begriff "neue Medien" als "alle Verfahren und Mittel (Medien), die mit Hilfe neuer oder erneuerter Technologien neuartige, also in dieser Art bisher nicht gebräuchliche Formen von Informationserfassung und Informationsbearbeitung, Informationsspeicherung, Informationsübermittlung und Informationsabruf ermöglichen" (Ratzke 1982: 13).

Nach mehr als drei Jahrzehnten ist eine Aktualisierung dieser Definition angesichts der enormen und vor allem besonders schnellen Entwicklung in diesem Bereich notwendig. "Gegenwärtig bezieht sich der Terminus Neue Medien meistens auf Medien, die Daten in digitaler Form übermitteln oder auf Daten in digitaler Form zugreifen, z. B. E-Mail, World Wide Web, DVD, Blu-ray, CD-ROM usw." (Kováčová 2013: 57).

Mária Daňová und Jana Štefaňáková (2011: 17) schreiben: "Unter diesem Begriff versteht man heute alles, was mit der Computer- und Netztechnologieverwendung zusammenhängt, und das auch trotz der Tatsache, dass diese Technologien schon längere Zeit verwendet werden." In diesem Zusammenhang führen sie die Definition von Stefan Bollmann an, der unter den neuen Medien alle Verfahren und Mittel versteht, "die mit Hilfe digitaler Technologie, also computerunterstützt, bislang nicht gebräuchliche Formen von Informationsverarbeitung, -speicherung und -übertragung, aber auch neuartige Formen von Kommunikation ermöglichen" (Bollmann 1995: 12; zitiert nach Daňová & Štefaňáková 2011: 17). Als Synonym für "neue Medien" verwenden sie den Begriff "digitale Medien" (vgl. Daňová & Štefaňáková 2011: 18).

Trotz der Unterschiede in ihrer Beschaffenheit und Anwendung weisen neue Medien auch bestimmte gemeinsame Charakteristiken auf. Die für den Unterricht benötigten Medien sind der Computer und der Beamer, was auf den ersten Blick den Eindruck erwecken kann, dass eine entsprechende technische Ausstattung an den Schulen mit hohen Anschaffungskosten verbunden ist. In Wahrheit tragen aber gerade die neuen Medien zur Kostensenkung bei. Im Computer sind nämlich alle Funktionen integriert, wofür früher

#### 4 Miroslava Bajusová & Zuzana Bohušová

diverse andere technische Hilfsmittel, wie z.B. Radiokassettengerät, Fernseher mit Videorekorder, bzw. DVD-Player und CD-Player benötigt wurden. Daraus ergibt sich die Möglichkeit der wiederholten Anwendung desselben Mediums in unterschiedlichen Phasen der Unterrichtsstunde, wobei es mehrere Funktionen erfüllen kann. Die neuen Medien bieten eine ganze Reihe von Anregungen, um ein Thema auf verschiedene Weisen zu bearbeiten und Möglichkeiten, die gewonnenen Erkenntnisse in neuen Kontexten zu üben. Der Einsatz von neuen Medien im Unterricht wirkt sich nicht nur positiv auf die Motivation der Schüler aus, sondern eignet sich auch sehr gut zur Präsentation von neuen Lehrstoffen. Darüber hinaus ermöglichen neue Medien das Üben und Festigen neuer Lehrstoffe und sie fungieren als Impulsgeber für eigene kreative Aktivitäten der Schüler. Sie bereichern und erweitern das Angebot des didaktischen Materials der Lehr- und Arbeitsbücher und können dieses bei Bedarf sogar vollwertig ersetzen. Zeit- und vor allem Geldersparnis spielen dabei eine erhebliche Rolle. Da das Schulwesen in der Slowakei unterfinanziert ist, ist es von großem Vorteil, wenn man mit einer "Maschine" so gut wie alles bewältigen kann. Mit der technischen Ausstattung der Schulen, die durch die staatlichen oder europäischen Fonds finanziert wird, kann man für weniger Geld viel mehr machen. Der Kauf von anderen "Requisiten", mit denen auch eine einfallsreiche Lehrperson den Unterricht attraktiv machen könnte, ist in der heutigen Situation unvorstellbar.

Aus der didaktischen Sicht beeinflussen die neuen Medien den Ablauf des Lernprozesses beträchtlich. Deshalb ist es wichtig, auf die Proportionalität bei ihrer Integrierung in den Unterricht zu achten, damit die festgelegten pädagogischen Ziele erreicht werden können. Im Allgemeinen kann man sagen, dass "Medien heute integrierter und integrierender Bestandteil des Fremdsprachenunterrichts sind und als didaktische Mittel fungieren, indem sie Teile des Fremdsprachenunterrichts inhaltlich und methodisch übernehmen" (Golovko 2004: 109). "Sie erleichtern dem Schüler das Verstehen der Lehrstoffe und stellen für ihn oft einen erheblichen Motivationsimpuls zum Lernen dar, wodurch sie den Edukationsablauf und die Edukationsergebnisse verbessern" (vgl. Molnárová & Rošteková 2009; zitiert nach Kolečáni Lenčová 2012: 7). Außerdem entfalten sie die Phantasie, fördern die Kreativität und die selbständige Arbeit der Schüler, die bei der Informationssuche, -sortierung und -bearbeitung neue Zusammenhänge aufdecken, Ursachen suchen und eigene Vorgehensweisen testen, wie etwa durch das Versuch-Irrtum-System, wodurch sie letztlich mehr lernen können, als wenn sie vom Pädagogen "fertige" Informationen oder Arbeitsanweisungen bekommen würden. Dabei lernen sie nicht nur etwas zu einem bestimmten Thema, das sie bearbeiten sollen, sondern auch, wie man zu den gewünschten Informationen kommen kann und wie man zwischen guten und nicht gerade vertrauenswürdigen Quellen unterscheidet. Dies sind Sachen, die man anscheinend nur so "nebenbei" lernt, die aber in der Zukunft viel wichtiger sein werden als die Angaben selbst. Heutzutage gibt es nämlich zu viele Informationen und jeden Tag kommen neue dazu. Es ist also unmöglich, ein Polyhistor wie z. B. Leonardo da Vinci zu sein. Man muss deshalb lernen, wie relevante Informationen gesucht werden.

Der große Vorteil der neuen Medien ist, dass sie durch die Kombination von Text, Bild und Ton auf mehrere Sinne des Rezipienten gleichzeitig einwirken können, wodurch die leichtere, dauerhaftere, effektivere und genauere Informationsspeicherung im Gedächtnis gefördert wird (vgl. Kolečáni Lenčová 2012: 37) und dass sie mehrere Lerntypen (auditiver, visueller, verbaler Typ) ansprechen können. Vor allem beim Fremdsprachenunterricht wird durch das kombinierte Wirken der auditiven und visuellen Komponente in Verbindung mit geschriebenen Texten die negative Auswirkung der anfänglich ungenügenden fremdsprachlichen Kompetenz gemildert.

Ein weiterer Vorzug ist auch die Möglichkeit der schnelleren und einfacheren Informationsaktualisierung und -ergänzung als bei Printmedien, wobei die Erstellung von Lernmaterialien dank der digitalen Medien in größerem Maße auf die Lehrer übertragen wurde. Diese haben die Möglichkeit, für ihre Schüler "maßgeschneiderte" Unterlagen anzufertigen.

#### 2.1 Stärken und Schwächen der neuen Medien

Die neuen Medien können u. a. in vom Internet abhängige und unabhängige Medien gegliedert werden. Aus ihrer Zuständigkeit zu der einen oder anderen Gruppe ergeben sich einige ihrer Vor- und Nachteile, mit denen sie im Verhältnis zu anderen Medien disponieren, und die in den folgenden Unterkapiteln näher beschrieben werden.

#### 2.1.1 Multimediale Programme auf Datenträgern und lokal installierte Software

Zu den Stärken der multimedialen Programme und Applikationen auf Datenträgern (CD, DVD, Blu-ray oder USB-Speicherstick) und lokal installierter Softwares gehören die hohe Qualität der technischen Parameter, vor allem von Ton und Graphik, die Formen- und Methodenvielfalt, die in Abhängigkeit von den didaktischen Zielen variiert und kombiniert werden können und die Unabhängigkeit von einem funktionierenden Internetanschluss (die Offline-Verwendung).

Nachteile sind die Datenalterung im inhaltlichen Sinne, hohe Beschaffungskosten, hohe Wahrscheinlichkeit mechanischer Beschädigung des Mediums, aber auch die Kapazitätenaufwendigkeit der Datenträger im Verhältnis zu dem Umfang und der technischen Qualität von deren Inhalten.<sup>2</sup> Bei ihrem Ankauf setzen sich die Lehrinstitutionen dem Risiko aus, dass die Materialien die didaktischen Prinzipien und die Bedürfnisse der Schulpraxis u. U. nicht erfüllen (auch wenn sie primär für dieselbe Zielgruppe konzipiert sind), denn sie werden primär für den privaten Gebrauch und nicht als "Anhang" eines Lehrbuches "künstlich" produziert. Es handelt sich z. B. um interaktive Enzyklopädien auf CD-ROMs, die nicht ausdrücklich vom Ministerium für Schulwesen produziert wurden, sondern auf dem freien Markt zu kaufen sind. Es liegt an der konkreten Lehrperson, was sie in welchem Umfang und zu welchem Zweck davon im Unterricht benutzt.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Die Datenträger haben eine bestimmte Kapazität. Eine CD hat z. B. die Kapazität 700 MB/80 Minuten. Wenn man mehr Material auf einer CD haben möchte, wird dadurch die (Ton- und Bild)Qualität des Inhalts beeinträchtigt.

#### 2.1.2 CDs und DVDs mit nicht-didaktisierten Inhalten

Im Rahmen des Unterrichtsprozesses ist es möglich, auch multimediale Träger mit authentischen, d. h. nicht-didaktisierten Inhalten zu benutzen.

Die Vorteile des CD- und DVD-Einsatzes sind die Anschaulichkeit und die Beliebtheit der akustischen und audiovisuellen Inhalte, d. h. von Musik, Audiobüchern und Filmen bei Kindern und Jugendlichen und ihre daraus resultierende motivierende Funktion, Kontakt der Schüler mit der authentischen Sprache und deren Wahrnehmung und darauffolgendes phonetisches Nachahmen, Vermittlung der Realien des Landes, wo sich die Handlung abspielt, und wo die unterrichtete Sprache Amtssprache ist, Vermittlung des Wortschatzes in Dialekte, breiteren Zusammenhängen (Phrasen, Soziolekte), Vermittlung Verhaltensmuster und verbaler Reaktionen durch Beobachtung realer Situationen. Die Schüler sollten beispielsweise von Anfang an wissen, dass das Deutsche eine plurizentrische Sprache ist und dass es daher Unterschiede im Wortschatz gibt (DE<sup>3</sup>: Aprikose vs. AT<sup>4</sup>: Marille; DE: ich denke nach vs. CH<sup>5</sup>: ich bin am Studieren, usw.). In den Lehrbüchern wird darauf nur selten aufmerksam gemacht. Desgleichen gehören Dialekte und Soziolekte zum Alltag. Wenn die Schüler im Unterricht nicht mit lebendiger Sprache in Kontakt kommen, sondern nur mit "künstlich" produzierten Lehrmaterialen, können sie sich in der Fremdsprache später einfach nicht verständigen. Es ist schon ein Unterschied "Wiener Deutsch" und "Hochdeutsch" zu hören. Die nicht didaktisierten Materialien sind deshalb empfehlenswert, weil sie die reale Sprache mit unterschiedlichsten "Makeln" präsentieren, die in realen alltäglichen Situationen vorkommen.

Als Nachteil kann man, vor allem bei längeren Videos, die Konzentration der Aufmerksamkeit auf Erscheinungen empfinden, die aus der didaktischen Sicht nicht im Zentrum der Aufmerksamkeit sein sollen und das Nichtbeachten von wichtigen Angaben, oder das Wahrnehmen der Unterrichtsstunde als Stunde, "wo wir nichts gemacht haben". Deshalb ist es notwendig, dass der Pädagoge vor der Filmvorführung den Schülern verdeutlicht, was sie beachten bzw. nachschreiben sollen, und welche Aufgaben und Übungen sie danach machen und lösen werden. Wenn z. B. das Thema "Umweltschutz" im Zentrum der Stunde stehen soll und die Lehrperson den Schülern einen deutschen nicht didaktisierten Film vorspielen will, sollte sie im Voraus sagen, worauf sich die Schüler konzentrieren sollen. Sonst kann es nämlich durchaus passieren, dass eine Liebesgeschichte, die auch irgendwo im Film vorkommt, die Aufmerksamkeit der Mädchen, und die neuesten Automodelle die Aufmerksamkeit der Jungen fesseln. Dasselbe trifft auf Poplieder zu. Wenn sie vorgespielt werden, konzentrieren sich die Jugendlichen auf die Melodie oder auf den Inhalt. Dabei kann das Ziel der Lehrperson ganz anders sein, z. B. das Bilden von Präteritum oder Perfekt, die im Text häufig vorkommen, zu erklären.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> DE - Deutschland

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> AT - Österreich

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> CH - Schweiz

#### 3 Das Internet im Fremdsprachenunterricht

Das beginnende 21. Jahrhundert kann man eindeutig als eine Epoche charakterisieren, die durch den enormen Einfluss von virtuellen und audiovisuellen elektronischen Medien geprägt ist. Ein Computer mit Internetanschluss ist heute ein selbstverständlicher Bestandteil der Haushaltsausstattung. Obwohl viele Eltern und Lehrer dagegen voreingenommen sind, ist es unbestritten, dass das Internet längst nicht mehr aus dem Alltagsleben wegzudenken ist und dass es sich zum dominierenden Hilfsmittel bei der Informationssuche und beim Lernen etabliert hat. Zu seinen Vorteilen gehört nicht nur das schnelle Finden gewünschter Inhalte, sondern auch die Möglichkeit ihrer weiteren Bearbeitung, Visualisierung, Speicherung, Aktualisierung und Modifizierung des Lehrtextangebotes, das sowohl Schüler als auch Lehrer nutzen können. Auch an Schulen sind Computer längst Teil des Unterrichts geworden.

Die wesentlichsten Eigenschaften des Internets sind Multimedialität, Interaktivität und Hypertextualität. Die Hypertextdokumente sind "so strukturiert, dass der Text nicht eine fixe lineare Sequenz darstellt, sondern als ein aktiv zu gestaltendes Geflecht von Textbausteinen funktioniert. Jeder Textbaustein enthält eine Vielzahl anklickbarer Stichworte, Piktogramme und Bilder: die sogenannten Links. Diese einfach anzulegenden und flexibel veränderbaren Schnittstellen verbinden die Textbausteine zu einem komplexen Netzwerk" (Sandbothe, Internetquelle).

Zu den weiteren Vorteilen zählen "die Unabhängigkeit von Ort und Zeit, Flexibilität der Inhalte, gute Archivierbarkeit, leichte und kostengünstige Distribuierbarkeit sowie Wiederverwertbarkeit" (Suhrkamp 2010: 42).

Von Bedeutung ist auch die Möglichkeit der effektiven schriftlichen (E-Mail, Chat) oder mündlichen Kommunikation mit anderen Menschen (wie etwa mittels Skype). Das Abschaffen der Zeit- und Raumbarrieren hilft bei der Kommunikation mit Schülern aus Partnerklassen in ausländischen Schulen. Außer der Sprachkompetenz wird dabei auch die soziale Kompetenz vermittelt. Auf diese Weise werden die Sprachfertigkeiten in realen, nicht simulierten Kommunikationssituationen trainiert. Die Schüler haben die Möglichkeit, Sprachvarietäten, Dialekte und Soziolekte wahrzunehmen, und sich ein Bild von anderen Ländern und Kulturen zu machen, wodurch sie Toleranz und Respekt gegenüber dem Anderssein erwerben sollen. Unterrichten bedeutet nämlich nicht nur das Wissen zu vermitteln, sondern auch gute Menschen zu erziehen. Gerade der Fremdsprachenunterricht bietet den Raum dazu, sich (gezielt oder teilweise verborgen) auch mit solchen Themen zu beschäftigen und die Denkweise der Jugendlichen in die richtige Bahn zu lenken. Diese Einstellungen sind in der heutigen Gesellschaft und in Zeiten, in denen wir uns mit enormen Migrationsbewegungen und zunehmender Globalisierung konfrontiert sehen, besonders wichtig.

Die Schattenseiten dieser Kommunikationsform stellen aber unkontrollierte Inhalte, die Fehler aufweisen können, dar. Die ausländischen Schüler müssen nämlich ihre Muttersprache grammatisch, stilistisch und lexikalisch nicht perfekt beherrschen (genauso wie es bei slowakischen Schülern mit der slowakischen Sprache der Fall ist). Es kann also dazu kommen, dass sich die Schüler falsche Konstruktionen in der Fremdsprache aneignen,

wodurch der Einsatz von den beschriebenen Technologien letztendlich kontraproduktiv wirken kann.<sup>6</sup>

Das Internet ermöglicht die Nutzung einer Vielzahl an authentischen und vor allem aktuellen Materialien, die in einigen Fällen auch didaktisch bearbeitet sind, oder ihre selbständige Bearbeitung für Unterrichtszwecke. Auf spezialisierten Internetseiten stehen den Lehrern didaktische Materialien zur Verfügung, die unterschiedlich kategorisiert sind. Kriterien sind z. B. Fremdsprachenniveau, Thema, Grammatik oder Fertigkeiten (Leseverstehen, Hörverstehen, Schreiben, Sprechen; in Bezug auf die audiovisuellen Medien spricht man heute auch von Seh-Verstehen und Seh-Hör-Verstehen) und Kompetenzen (z. B. interkulturelle Kompetenz, kommunikative Kompetenz – grammatikalische, lexikalische, phonologische und orthographische Teilkompetenzen), die anhand des jeweiligen Materials trainiert werden sollen. Die Video- und Audioaufnahmen sind meistens um Aufgaben ergänzt, die mit deren Inhalt zusammenhängen. Manchmal haben die Lehrer die Möglichkeit, mit Hilfe einzelner Applikationen selbst Aufgaben zu den ausgewählten multimedialen Dateien zu erstellen. So können sie gezielt Schüler in einer für sie attraktiven Form ansprechen, denn sie kennen die jeweilige Schülergruppe. Der Lernerfolg hängt natürlich von der jeweiligen Lehrperson ab, wie viel Mühe sie sich geben will und zugleich von den Schülern, inwieweit sie sich motivieren lassen wollen.

Als geeignete Hilfsinstrumente für das Phonetiktraining werden Videoportale wie YouTube, Clipfish oder MyVideo empfohlen (vgl. Bohušová 2009: 233).

Im Hinblick auf die unbeschränkten Publikationsmöglichkeiten mittels dieses Mediums – die ausnahmslos für alle gelten –, ist es notwendig, die Schüler nicht nur auf die Perspektiven, sondern auch auf die Probleme der Arbeit mit diesem Medium aufmerksam zu machen. Neben den sprachbezogenen Bildungszielen rückt so auch die Erziehung zur sinnvollen Nutzung der Medieninhalte in den Vordergrund. In Bezug auf das Internet gilt der Grundsatz, kritisch daraus zu schöpfen, Autoren, Persönlichkeiten und Institutionen zu beachten, die die Informationen veröffentlichen, und sie auch unter Miteinbeziehung anderer Quellen zu überprüfen. "Der größte Teil der virtuellen Dokumente wird vor der Verteilung im Netz nicht von Experten, Rezensenten, Korrektoren, Redakteuren und Verlegern geprüft. Damit wird das Vorhandensein einer großen Menge von minderwertigen, unglaubwürdigen und einfach schlecht geschriebenen Dokumenten in dem virtuellen Raum erklärt" (Krasnopolski & Mogilevska 2007: 115).

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Die schnellen Reaktionen im Internet weisen viele Flüchtigkeits-, Tipp- oder Rechtschreibfehler auf. Sie signalisieren möglicherweise die mangelnde Orthographiekompetenz der Kommunikanten und/oder wiederspiegeln (durch das hohe Tempo der Kommunikation) die Gegebenheiten der spontanen, mündlichen Kommunikation, in der viele Abweichungen vom Richtigen geduldet bzw. gar nicht wahrgenommen werden. Einerseits ist es gut, wenn die Kinder im direkten Kontakt mit der lebendigen (Fremd-)Sprache sind, aber wenn sie schon die Grundlagen der Sprache nicht richtig lernen, werden sie immer Probleme damit haben.

Außer der Existenz von einer Vielzahl an nicht zuverlässigen Quellen gehören noch folgende Aspekte zu den Nachteilen des Internets: Virenangriffe, Unterbrechungen der Internetverbindung während des Unterrichts oder höhere Anforderungen an die Lehrkräfte in der Vorbereitungsphase, wenn geeignete Materialien ausgesucht, ihre inhaltliche und formelle Korrektheit kontrolliert und der "Reserveplan" für den Fall des Technikabsturzes vorbereitet werden muss. Das Internet ist also ein guter Diener aber ein schlechter Herr, deshalb ist es wichtig, vorsichtig bei seiner Anwendung zu sein. Von der Vielfalt der Internetseiten, die man im Rahmen des DaF-Unterrichts verwenden kann, und die sich aus der didaktischen, inhaltlichen und praktischen Sicht bewährt haben, führt Peter Bereta (2007: 106) folgende an: www.deutsch-als-fremdsprache.de, www.daf-portal.de www.goethe.de, www.fremdsprache-deutsch.de. Sie bieten kostenfreie Materialien, Aufgaben und Übungen an, die unterschiedliche inhaltliche, thematische und methodische Kriterien erfüllen: Übungen mit den Möglichkeiten richtig/falsch, Ergänzungsaufgaben, Multiple-Choice-Aufgaben, Textrekonstruktions- oder Textreparaturaufgaben (Ordnen der Textteile, bzw. Sätze in die richtige Reihenfolge), Wortschatzübungen auf unterschiedlichen Niveaustufen, z.B. Verbinden von Bildern von Personen, Tieren und Sachen mit den richtigen Wörtern (vgl. https://www.goethe.de/de/spr/ueb/daa/all.html und https://learningapps.org/956928), die sie benennen, Grammatikübungen (Ergänzen der richtigen Verbform, der Artikel, oder der Adjektivendungen).

Auf den ersten Blick handelt es sich in allen Fällen um Aufgabentypen, die im Unterricht auch in der Vergangenheit vorgekommen sind und die in alten Lehr- und Arbeitsbüchern zu finden waren. Attraktiv für die Schüler in der Gegenwart macht sie die "dritte Dimension", die sie in Kombination mit den multimedialen Elementen wie Audiooder Videosequenzen oder Animationen gewinnen. Motivierend auf die Schüler wirken nicht nur die Aufgabenvielfalt, sondern auch die graphische Darstellung und die Erhöhung des Anschaulichkeitsgrades, den die Autoren dadurch erreichen wollen, dass sie die reale Welt und die in ihr verlaufenden Situationen präsentieren.

Das Internet bietet im Unterricht unterschiedliche Verwendungsmöglichkeiten an. Großer Beliebtheit erfreuen sich zurzeit diverse Online-Applikationen, von denen z.B. www.learningapps.org wahrscheinlich zu den bekanntesten zählt. Diese Internetseite liefert eine große Menge an fertigen Applikationen und Aufgaben zum Üben verschiedener Kenntnisse, angeborener Fähigkeiten und erlernter Fertigkeiten.

Mittels der zur Verfügung gestellten Schablonen können eigene multimediale Übungen erstellt werden. Es kann z. B. eine Applikation genommen werden, wo die Aufgabe lautet, Tiere mit ihren Benennungen zu verbinden (vgl. https://learningapps.org/956928). Unten links gibt es die Taste "ähnliche App erstellen". Damit kann die gleiche Übung zu einem anderen Thema (Verkehrsmittel, Familienmitglieder...) hergestellt werden. Es kann eine beliebige Paarenzahl von unterschiedlichen Elementen verwendet werden. Auch zusätzliche, aber zur Lösung nicht benötigte Elemente (Text, Bild, Audio- oder Videodatei), können in die Übung integriert werden. Es gibt die Möglichkeit, die richtigen Paare auszublenden und Feedback zu

geben, wenn die richtige Lösung gefunden wurde. Außerdem können auch Lösungshinweise angegeben werden (vgl. https://learningapps.org/create?new=71&from=ppzcy42at01).

Es können natürlich auch ganz neue Apps erstellt werden. Man kann sich folgender Kategorien bedienen: Paare zuordnen, Gruppenzuordnung, Zahlenstrahl, Einfache Reihenfolge, Freie Textantwort, Zuordnung auf Bild, Multiple-Choice Quiz, Lückentext, App Matrix, Audio/Video mit Einblendungen, Millionenspiel, Gruppen-Puzzle, Kreuzworträtsel, Zuordnung mit Landkarte, Wortgitter, Wo liegt was?, Hangman, Pferderennen, Paare-Spiel und Schätzen (vgl. https://learningapps.org/createApp.php).

Auf den ersten Blick ist aber zu sehen, dass hier Aufgaben zur Förderung der Kreativität oder des kritischen Denkens fehlen. Gerade darin offenbart sich eine Grenze des Technikeinsatzes bei der Aufgabenerstellung. Mithilfe digitaler Applikationen oder technischer Mittel ist es möglich, nur geschlossene Aufgaben zu erstellen, d. h. solche, für die es nur eine Lösung gibt, die der Computer als richtig auswerten kann, wobei er die anderen Lösungen automatisch als falsch kennzeichnet. Die Vorteile der Computer sind durch den Nachteil behaftet, dass sie nur dazu fähig sind, algorithmisierende Operationen mit eindeutigen Lösungen auszuüben. Zur Förderung der Kreativität sind "offene" Aufgaben da, also solche, die nicht nur eine richtige Lösung haben und bei deren Auswertung/Bewertung die Lehrperson die größte Rolle spielt.

Des Weiteren sind diverse Blogs oder freie Internetenzyklopädien, deren Beiträge von den Benutzern selbst verwaltet werden, aber auch Anwendungsarten, deren Endverwendung nicht an den Computer mit Internetanschluss gebunden ist, zu nennen. Die letztgenannten repräsentieren Podcasts und Vodcasts.

#### 3.1 Podcasts/Vodcasts

Die Podcasts stellen ein relativ neues Gebiet der Internetanwendung im Rahmen des Fremdsprachenunterrichts dar, welches einen meistens kostenlosen oder kostengünstigen Zugang zu aktuellen und authentischen Audiodateien ermöglicht. Sie sind Bestandteile einer neuen Lehr- und Lernkultur (vgl. Molnárová 2016: 365–370). Der Terminus "Podcast" ist eine Verbindung von den Ausdrücken "iPod" (Musikplayer der Firma Apple) und "broadcast" (senden) (vgl. Rys 2007: 123). Es geht um das Veröffentlichen von MP3-Aufnahmen im virtuellen Raum, die die Benutzer anschließend in ihre MP3-Player, Notebooks oder Handys herunterladen können. Ihre Verwendung ist daher nicht an das primäre, ursprüngliche Medium gebunden, was wiederum ihr mehrmaliges Abspielen ohne Internetanschluss, bzw. weiteres Bearbeiten ermöglicht.

Ihr Vorteil gegenüber den klassischen Lehrbuch-Hörtexten sind aktuelle Themen in lebendiger, derzeit gebräuchlicher Sprache (vgl. Rys 2007: 124).

Die audiovisuelle Variante der Podcasts, die aus einer Ton-Bild-Kombination besteht und für die man zum Abspielen einen MP4-Player benötigt, heißt Vodcast. Einige Autoren unterscheiden zwischen Podcasts als primären Audiodateien und Vodcasts (bzw. Video-Podcasts, Videocasts, Videocasts, Videocasts, Videocasts) als audiovisuellen Dateien, andere wiederum verstehen unter dem Begriff "Podcast" sowohl Audio- als auch Videodateien. Im Rahmen dieser Studie wird

das Wort "Podcast" für beides benutzt. Beide Aufnahmearten eignen sich zum Üben von Hörverstehen und Sprechen. Sie sind nämlich ideale Mittel zum Nachmachen und Imitieren.

Podcasts werden im Gegensatz zu Audio- und Videodateien, die nur einmal aufgenommen werden, "serienmäßig" produziert. Sie sind auf ein bestimmtes Thema ausgerichtet, kostenlos und werden meistens von öffentlich-rechtlichen Radio- und Fernsehsendern ins Internet gestellt. Die Podcastingwelle begann im Jahre 2003 (vgl. Karagiannakis 2012: 4). Sie können entweder automatisch oder manuell heruntergeladen werden. Das automatische Herunterladen erfolgt mittels spezieller Programme, aufgrund von Abonnements. Dabei werden konkrete Kriterien eingegeben, die die Podcasts erfüllen sollen. Die manuelle Beschaffung bedeutet mühevolle Suche, Selektion und Auswertung der jeweiligen Kriterien, die sich die Lehrperson stellt.

Im Rahmen des Fremdsprachenunterrichts können sie auf zwei Weisen eingesetzt werden: entweder wird mit fertigen Podcasts, die im Internet zugänglich sind, gearbeitet, oder die Schüler bekommen die Aufgabe gestellt, selbst ein Podcast zu einem bestimmten Thema zu erstellen. Dadurch werden sie zu aktiven Mitproduzenten der Unterrichtsinhalte. Der produktiven Phase geht in diesem Falle die rezeptive Phase voraus, die auch die Recherchearbeiten beinhaltet, im Rahmen derer die Schüler viel Neues lernen können. Im Vordergrund steht dabei das aktive Sprachentraining. Die Schüler verbessern sich in mehreren Bereichen: inhaltlich (sie erweitern ihren Wortschatz), formal (sie müssen theoretische Kenntnisse zu den einzelnen Texttypen und ihrer Form erwerben) und phonetisch (phonetisch richtige Aufnahme der Podcasts).

In beiden Fällen gehören folgende Aspekte zu den Vorteilen von Podcasts: Flexibilität, bzw. Mobilität, Autonomie (Wahl des Inhalts), Pluralität, Authentizität, Aktualität, leichter Zugang zu Informationen, Motivation und Erweiterung der Kulturkompetenz der Schüler (vgl. Kolečáni Lenčová 2012: 56–57).

Zugleich ist es wichtig zu erwähnen, dass der Unterrichtseinsatz von Podcasts erst in Lerngruppen ab Sprachniveau B1 empfohlen wird, weil es sich um authentische und meistens nicht didaktisierte Hörtexte handelt. Die Schüler hören sich authentische Texte in der Zielsprache an, die Alltagssituationen entnommen sind, d. h. mit Ellipsen, unvollendeten Sätzen, Korrekturen, phonetischen Unterschieden, unterschiedlichem Sprachtempo der einzelnen Sprecher, Dialekten, Störgeräuschen im Hintergrund usw. Ihr Einsatz ist bei Schülern mit niedrigerem Sprachniveau zwar nicht ausgeschlossen, aber aufgrund der syntaktischen und semantischen Komplexität dieser Materialien ist er nicht geeignet. Die Unterrichtsziele werden meistens nicht erreicht und die Überforderung kann auf die Kinder demotivierend wirken. Das Sprachniveau der einzelnen Podcastepisoden kann je nach Autor, Thema oder Inhalt variieren und an die Rezipienten unterschiedliche Anforderungen stellen. gibt aber auch Internetseiten, deren Podcastsektionen gezielt Fremdsprachenunterricht konzipiert sind. Als Beispiel kann die Internetseite der Deutschen Welle angeführt werden. In einem solchen Fall ist es möglich, auch Podcasts für absolute Anfänger zu erstellen. Diese beinhalten umfangreiche Zusatzmaterialien, z. B. Begleittexte oder sogar Texttranskriptionen (vgl. Kluckhohn 2009: 14-16).

Kim Kluckhohn (2009: 71–72) bietet noch weitere Podcastseitenbeispiele an, von denen folgende erwähnenswert sind: www.wdr.de/radio/home/podcasts/, www.lehrer-online.de, www.radiodaf.podspot.de, www.skbpodcast.podspot.de, www.lupe.podspot.de, www.dw-world.de, www.br-online.de/podcast/.

Die einzelnen Podcasts sind meistens in thematische Kategorien und Unterkategorien, manchmal auch nach den (Sprachniveau)Zielgruppen, an denen sie sich orientieren, gegliedert. Aufgaben zu den Podcasts sind entweder auf den jeweiligen Webseiten erstellt, oder diese Internetseiten bieten Schablonen oder Applikationen zur selbständigen Aufgabenerstellung an. Manchmal bleibt diese Tätigkeit aber ausschließlich dem Lehrer überlassen, und zwar ohne jegliche Hilfe seitens der Webprovider, was für die Lehrer einen Mehraufwand an Arbeit zur Folge hat. Falls die Lehrer aber im Unterricht neue Medien einsetzen wollen, lässt es sich nicht vermeiden, diesen Mehraufwand zu leisten, denn das Erreichen der Unterrichtsziele ist nur durch eine zielgerichtete Didaktisierung der für den Unterricht relevanten Materialien möglich.

Beim Aussuchen von Podcasts und Begleittexten und -aufgaben ist es notwendig, nicht nur den besprochenen Lehrstoff, sondern auch das Vorwissen und das Sprachniveau der ganzen Lerngruppe zu berücksichtigen und bestimmte Denkschemata zu aktivieren. Aufgrund der erwähnten Faktoren und Kriterien muss sich der Pädagoge entscheiden, ob er den Schülern die Aufnahme einmal oder mehrmals, auf einmal oder in Teilabschnitten präsentiert, und ob die Schüler die Aufgaben in Einzel-, Partner- oder Gruppenarbeit durchführen sollen.

Das mit den Podcasts zusammenhängende Aufgabenangebot ist sowohl quantitativ als auch qualitativ sehr bunt und vielfältig. Die Aufgaben sind meistens in drei Gruppen gegliedert: Aufgaben vor, während und nach dem Hören. An dieser Stelle werden einige Anregungen und Übungstypen angeführt, von denen sich der Lehrer die für den Unterricht geeigneten Übungen aussuchen kann. Sie sind miteinander kombinierbar und entweder auf globales, selektives oder detailliertes Verstehen ausgerichtet.

#### 3.1.1 Aufgaben vor dem Hören

Brainstorming (mit dem Ziel, den Wortschatz zum Thema zu erfassen)

- Assoziogrammbildung<sup>7</sup> (vgl. https://annakubicka.files.wordpress.com/2011/04/freizeit.jpg)

<sup>7</sup> \_

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Die Assoziogrammbildung kann zusammen mit dem Brainstorming erfolgen. Das Assoziogramm "stellt eine visualisierte Sammlung von Wörtern dar, die zu einem zentralen Begriff einfallen bzw. die man dazu systematisch sucht. Assoziogramme werden vorwiegend beim vorbereitenden Lernen verwendet, wobei man damit den Einstieg in ein Thema erleichtern kann, denn man sucht zunächst alles Wissen zusammen, das man zu einem Thema besitzt. Assoziogramme werden daher auch zum Sammeln von Aspekten oder Argumenten beim Einarbeiten in ein Thema verwendet und sind im Unterricht eine häufig verwendete Technik in der Hinführungsphase. Assoziogramme erleichtern den Verstehensprozess, indem textrelevante Schemata bzw. wichtiger Wortschatz aktiviert wird. Dadurch lässt sich das inhaltliche und sprachliche Vorwissen von Lernenden aktivieren" (Online-Enzyklopädie für Psychologie und Pädagogik, Internetquelle). Beim Thema "Freizeit" fallen den Schülern Begriffe wie "Musik", "Sport", "Entspannung" und "Freunde" ein. Die werden weiterbearbeitet. Zu "Musik" werden weitere Assoziationen der Kinder zugeteilt, wie z. B.: Klavier spielen, Gitarre spielen, Musik hören, ins Konzert gehen, usw. Dasselbe macht man bei den restlichen Wörtern. Wenn die Schüler selbst auf die Wörter kommen, behalten sie diese schneller und länger im Gedächtnis.

- Recherchearbeiten zu Hause oder im Unterricht (falls Computer mit Internetanschluss zur Verfügung stehen und man genug Zeit hat)
- Diskussion
- Aussprechen von Vermutungen (z. B. aufgrund des Titels des jeweiligen Podcasts oder anhand des Titelbildes sollen die Schüler erraten, wovon es handelt)

#### 3.1.2 Aufgaben während des Hörens

- Beantworten von offenen Fragen zum Inhalt des Podcasts
- Wahl der Antwort (richtig/falsch/im Text nicht erwähnt)
- Korrekturen von falschen Antworten
- Multiple-Choice-Aufgaben (Mehrfachauswahl-Aufgaben)
- Ergänzen fehlender Angaben (Lückentexte) Satzanfang, Satzende, Artikel, Wörter, Possessivpronomen
- Verbinden von Satzteilen, die in zwei Teile getrennt, vermischt und in zwei Spalten geschrieben sind

#### 3.1.3 Aufgaben nach dem Hören

- Zusammenfassung des Gehörten in eigenen Worten
- Ausdenken des Endes der Geschichte
- Diskussion zum Thema (eigene Meinung ausdrücken; sagen, was den Schülern gefallen hat, was nicht, womit sie sich identifizieren, was sie anders machen würden und warum; Beschreibung eigener Erfahrungen)
- Vergleich mit der Situation zu Hause Gemeinsamkeiten und Unterschiede finden
- Propagation des Mini-Films (den Titel ausdenken und ein Poster gestalten, das als Einladung zum Kinobesuch verwendet werden kann)
- Ordnen der Textteile, bzw. Sätze in die richtige Reihenfolge bringen
- Zuordnen von Überschriften zu den einzelnen Textteilen
- Erstellen von Graphiken (falls in den Aufnahmen Zahlen vorkommen)
- Personen- und Umgebungsbeschreibung
- Diskutieren und Argumentieren aus der Perspektive unterschiedlicher in den Aufnahmen auftretender Personen, bzw. die Schüler identifizieren sich mit Personen aus der Aufnahme und erzählen die Geschichte aus deren Perspektive
- Spielen von Szenen in Paaren, bzw. in kleinen Gruppen
- Ziehen von Schlussfolgerungen aus den gehörten Informationen
- Beschreibung der Umgebung (bei Audioaufnahmen ohne visuelle Unterstützung), in der sich nach der Meinung der Schüler die jeweilige Situation abgespielt hat
- Dubben (bei Videoaufnahmen mit ausgeschaltetem Ton)
- Zuordnen von Texten, bzw. Textteilen zu Bildern
- Erstellen eigener Materialien zum Thema wie z. B. Referat, Power-Point-Präsentation,
   Video- oder Audioaufnahme

Viele von den genannten Aufgabentypen können auch bei der Arbeit mit anderen (neuen oder älteren) Medien verwendet werden. Sie bieten neue Impulse im Fremdsprachenunterricht an, wobei ihre Einsatzmöglichkeiten in unterschiedlichen Kombinationen nahezu unbeschränkt sind.

Neue Medien bieten neue Perspektiven. Man kann den Schülern ein Video vorspielen und sie raten lassen, was das Thema der Unterrichtsstunde sein wird. Die Kinder können selber multimediale Materialien zum Thema erstellen. Mithilfe von einem Handy und Computer können sie Projekte machen, die vor zwanzig Jahren undenkbar gewesen wären. Da die Lehrbücher oft veraltet sind, können aktuelle Themen einfach und kostengünstig von dem jeweiligen Lehrer selbst bearbeitet werden. In der Vergangenheit wurden die Aufgaben standardisiert und in den Lehrbüchern vorgeschrieben. Heute herrscht relativ große Freiheit und der Phantasie werden keine Grenzen gesetzt. Die neuen Medien haben sich deshalb als große Unterstützung beim Erreichen der Unterrichtsziele erwiesen.

#### 4 Schlussfolgerung

Im Fremdsprachenunterricht existieren unterschiedliche didaktische Ansätze, aber die Hauptziele, die Entfaltung der grundsätzlichen Sprachfertigkeiten (Lese- und Hörverstehen, Schreiben und Sprechen) bleiben immer beibehalten. Die neuen Medien werden in den Unterrichtsprozess mit dem Ziel integriert, die erwähnten Sprachfertigkeiten zu fördern. D. h. ein Film wird im Unterricht nicht des Filmes wegen vorgespielt, sondern um das Hörverstehen zu fördern, oder die Aussprache der Kinder zu verbessern. Zurzeit kann man konstatieren, dass die neuen Medien die ursprünglichen Unterrichtsformen nicht ersetzen, sondern nur noch ergänzen. Es kommt zu deren Eingliederung in die traditionellen Unterrichtsformen, -methoden und -verfahren zum Zwecke der Festigung ihrer positiven Aspekte, um ihr Potenzial besser zu nutzen und die vorgesteckten pädagogischen Ziele zu erreichen. Der Pädagoge ist im Unterricht immer noch die dominante Figur, die Informationen selektiert, auswertet und nach Wegen sucht, um diese den Schülern auf anschauliche Weise näherzubringen. Es gilt nach wie vor, dass nicht einmal die besten Technologien und digitalen Mittel einen guten Pädagogen ersetzen können.

Es ist zugleich unbestritten, dass die Schulen schon längst nicht mehr dominante Informationsquellen sind. Fernsehen, Rundfunk, massenweise gedruckte Bücher oder Internet sind Quellen, die nicht mehr zensuriert werden (wie es etwa in den Ostblockstaaten vor der Wende der Fall war) und heute allen zugänglich sind. Sie beinhalten aber manchmal Informationen, die umstritten sind. Heutzutage wird in der Slowakei eine hitzige Debatte um ein kontroverses Video geführt. Das nationale Kulturinstitut Matica slovenská, das vom slowakischen Kulturministerium finanziert wird, hat im Februar 2017 im Internet ein Video über den Slowakischen Nationalaufstand veröffentlicht. Es stellt den gegen Nazi-Deutschland gerichteten Aufstand als ein Verdienst der Vertreter der Ersten Slowakischen Republik dar, die jedoch in Wahrheit ein Vasallenstaat des Deutschen Reichs war. Der Inhalt des Videos stößt sowohl auf Kritik der Historiker als auch des Ministeriums (vgl. RTVS, Internetquelle).

Würde das Video im Netz bleiben, könnten es gerade die Jugendlichen als Studienmaterial benutzen und sich ein falsches Bild über die Ereignisse machen. Denn es wäre für sie einfacher, sich ein Video anzuschauen als im Lehrbuch nachzulesen. Deshalb ist es notwendig, traditionelle Unterrichtsmethoden und -formen zu modernisieren und den Schülern in der Schule die richtigen Informationen in einer attraktiven Form anzubieten. Die Integrierung neuer Medien in den (Fremdsprachen)Unterricht ist eine berechtigte Maßnahme, da der Unterricht durch sie fesselnd und für die Schüler abwechslungsreicher gestaltet werden kann. Ihre Vorteile sind vor allem Anschaulichkeit, Flexibilität, Mannigfaltigkeit der Themenbearbeitung oder Interaktivität – allesamt Aspekte, die ein schnelles und effektives Lernen fördern können. Besonders wichtig ist der Einsatz authentischer Materialien, wodurch die Schüler in direktem Kontakt mit der realen Sprache sind, d. h. sie eignen sich den in realen Situationen benutzten Wortschatz an, und gewinnen zugleich Einblicke in aktuelle Themen. Die Bedingungen der Rezeption solcher Aufnahmen stellen de facto reale Rezeptionsbedingungen mündlicher Texte im Alltagsleben dar, denn dort bleiben eventuelle Störelemente erhalten und es tauchen darin auch Sprachvarietäten auf. Im Laufe des Unterrichts werden also reale Sprachsituationen nachgeahmt. In der Vergangenheit passierte es oft, dass Schüler, die mit künstlich produzierten und ausschließlich in schriftsprachlicher Form gestalteten Lehrbuchmaterialien und -aufnahmen aufgewachsen sind, den authentischen Sprachgebrauch in der Praxis nicht verstanden haben und nicht dazu imstande waren, sich in der Fremdsprache zu verständigen. Die Authentizität und Aktualität der vermittelten Inhalte kann außerdem zur Entfaltung der (inter)kulturellen Kompetenz der Schüler beitragen. Diese ist für das Leben in der heutigen Gesellschaft besonders wichtig.

Neue Medien, unter denen vor allem der Computer mit Internetanschluss durch seine Komplexität herausragt, integrieren Möglichkeiten für das Üben von Phonetik, Lexik oder Grammatik. Sie tragen zur Effektivität des Lernprozesses bei und wirken dank der unterhaltsamen Form motivierend, weil sie nicht nur an die intellektuelle, sondern auch an die emotionale Seite der Persönlichkeit appellieren und die Phantasie der Schüler fördern. Sie ermöglichen die einfachere Bearbeitung der Lehrinhalte seitens des Lehrers, deren mehrfache Modifikation, Aktualisierung, Anpassung an individuelle Schülerbedürfnisse und ihre Zugänglichkeit auch für jene, die im Unterricht abwesend sind. Sie sind ideale Mittel, um Interesse zu wecken und den Wortschatz zu aktivieren, wobei die Ton-Bild-Verbindung bei größerer Schülerzahl die Chance erhöht, den Inhalt besser zu verstehen. Zurzeit werden sie als Ergänzungsmaterialien zu Print-Lehrbüchern benutzt und ersetzen Tafel und Kreide bei der Erklärung und beim Üben neuer Lehrstoffe. Andererseits ist es mitunter schwierig, bei dieser Vielzahl an zugänglichen Materialien den Überblick zu behalten und entsprechend zu selektieren.

Ein weiterer Nachteil neuer Medien, vor allem von Computer und Internet, ist die Tatsache, dass sich die Arbeit sehr zeitintensiv gestalten kann und dass die virtuelle Kommunikation, bei der auch soziale Kompetenzen gebildet werden, das Knüpfen von realen sozialen Kontakten einschränken kann. Die Anwendung neuer Medien unterscheidet sich von der Nutzung der klassischen Medien sowohl qualitativ als auch quantitativ. Es ist wichtig, das

richtige Maß ihres Einsatzes zu finden, damit sie für den Unterrichtsprozess einen positiven Beitrag leisten können. Schließlich wäre es eine Vergeudung, die Möglichkeiten, die sich uns durch den Einsatz neuer Medien bieten, ungenützt zu lassen. Ihre leichte Zugänglichkeit sollte nicht der Grund ihrer übermäßigen Nutzung sein, denn es kann kontraproduktiv wirken. Besonders jüngere Kinder ermüden schneller und ihr Konzentrations- und Aufmerksamkeitsgrad sinkt.

Zum Schluss eignet sich das Zitat von I. Kolečáni Lenčová (2012: 108): "Wenn wir bei den Schülern das wirkliche Interesse am Lernen wecken wollen, ist es notwendig, sie aufzumuntern, damit sie Gefallen im Entdecken und Verstehen neuer Kenntnisse suchen und finden, und damit sie diese Kenntnisse effektiv in der Praxis anwenden können." Medien im Allgemeinen sind dabei ideale Mittel und zugleich eine große Herausforderung – sowohl für die Lehrer als auch für die Kinder.

#### Literatur

Bereta, Peter. 2007. Fremdsprachen lernen mit neuen Medien. In Maximilian G. Burkhart, Viera Chebenová, Michal Dvorecký, Beáta Hockicková & Verena Paar (Hrsg.), Sammelband. VIII. Tagung des Verbandes der Deutschlehrer und Germanisten der Slowakei, 105–108. Nitra: SUNG.

Bollmann, Stefan (Hrsg.). 1995. Kursbuch Neue Medien. Berlin: Rowohlt.

Daňová, Mária & Jana Štefaňáková. 2011. K niektorým aspektom využitia nových médií vo výučbe cudzích jazykov (Zu einigen Aspekten der Anwendung von Neuen Medien im Fremdsprachenunterricht). Banská Bystrica: FHV UMB.

Golovko, Valerij. 2004. Didaktische Grundlagen des Medieneinsatzes im Deutschunterricht. In Alena Ďuricová & Helena Hanuljaková (Hrsg.), Sammelband der Beiträge der VII. Tagung des Verbandes der Deutschlehrer und Germanisten der Slowakei, 109–110. Banská Bystrica: SUNG.

Karagiannakis, Evangelia. 2012. Arbeiten mit Podcasts im DaF-Unterricht mit Kindern und Jugendlichen. DaFiU, Zeitschrift des UDGV 25. 3–6.

Kluckhohn, Kim. 2009. *Podcasts im Sprachunterricht am Beispiel Deutsch*. Berlin & München: Langenscheidt. Kolečáni Lenčová, Ivica. 2012. *Vizuálne médium vo výučbe cudzích jazykov: vybrané kapitoly s praktickými ukážkami z nemeckého jazyka* (Visuelles Medium im Fremdsprachenunterricht: ausgewählte Kapitel mit praktischen Beispielen aus der deutschen Sprache). Banská Bystrica: FHV UMB.

Kováčová, Michaela. 2013. Neue Medien im DaF-Unterricht. Slowakische Zeitschrift für Germanistik 1. 56–70. Krasnopolski, Wladimir E. & Natela E. Mogilevska. 2007. Moderne Tendenzen bei dem computergestützten Unterricht der Fremdsprachen. In Maximilian G. Burkhart, Viera Chebenová, Michal Dvorecký, Beáta Hockicková & Verena Paar (Hrsg.), Sammelband. VIII. Tagung des Verbandes der Deutschlehrer und Germanisten der Slowakei, 113–118. Nitra: SUNG.

Molnárová, Eva & Mária Rošteková. 2009. Cudzie jazyky v multimediálnom prostredí: od teórie k praxi (Fremdsprachen in einer multimedialen Umgebung: von der Theorie zur Praxis). In Bohuslava Golčáková, Lenka Adámková, Ivona Mišterová & Hana Potměšilová (Hrsg.), *Janua linguarum reserata. Lingvistické, lingvodidaktické a literární reflexe pro nové milénium* (Janua linguarum reserata. Linguistische, linguodidaktische und literarische Reflexionen für das neue Millenium), 224–232. Plzeň: Západočeská univerzita.

Molnárová, Eva. 2015. K otázke mediálnej kompetencie budúcich učiteľov nemeckého jazyka (Zur Frage der medialen Kompetenz zukünftiger Deutschlehrer). In Darina Veverková, Zuzana Danihelová & Marek Ľupták (Hrsg.), *Aplikované jazyky v univerzitnom kontexte – elektronická podpora vzdelávania* (Applizierte Sprachen im Universitätskontext – elektronische Bildungsförderung), 75–82. Zvolen: Technická univerzita vo Zvolene.

Molnárová, Eva. 2016. Podcasts – eine neue Lehr- und Lernkultur. In Zuzana Bohušová & Alena Ďuricová (Hrsg.), Germanistik interdisziplinär: Sprache und Sprachen in Forschung und Anwendung (SIFA), Beiträge der 22. Linguistik- und Literaturtage Banská Bystrica, Juni 2014, 365–371. Hamburg: Verlag Dr. Kovač.

PRAXIS: Fremdsprachenunterricht. Die Zeitschrift für das Lehren und Lernen fremder Sprachen. 13. Jahrgang, Nr. 03/16.

Ratzke, Dietrich. 1982. Handbuch der Neuen Medien: Information und Kommunikation, Fernsehen und Hörfunk, Presse und Audiovision, heute und morgen. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt.

Rys, Walter. 2007. Podcasts im DaF-Unterricht. In Maximilian G. Burkhart, Viera Chebenová, Michal Dvorecký, Beáta Hockicková & Verena Paar (Hrsg.), Sammelband. VIII. Tagung des Verbandes der Deutschlehrer und Germanisten der Slowakei, 123–125. Nitra: SUNG.

Suhrkamp, Carola (Hrsg.). 2010. Fremdsprachendidaktik, 2. Aufl. Stuttgart: Metzler.

#### Internetquellen

Bohušová, Zuzana. 2009. Internetvideos als motivierende Musterbeispiele im Phonetikunterricht. IDV-Magazin 81, 230–247 (online unter: http://www.idvnetz.org/publikationen/magazin/IDV-Magazin81.pdf, letzter Zugriff am 20. Mai 2016).

Goethe Institut: Deutsch am Arbeitsplatz – Allgemeine Übungen (online unter: https://www.goethe.de/de/spr/ueb/daa/all.html, letzter Zugriff am 16. April 2017).

Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung, München: Arbeit und Informatisierung (online unter: http://www.isf-muenchen.de/pdf/Arbeit-und-Informatisierung.pdf, letzter Zugriff am 14. März 2017).

Krenz, Armin. 2001. Kinder spielen sich ins Leben: Der Zusammenhang von Spiel- und Schulfähigkeit. WWD, Ausgabe 75, 8–9 (online unter: http://www.kindergartenpaedagogik.de/418.html, letzter Zugriff am 18. April 2017).

Kubicka, Anna. Assoziogramm (online unter: https://annakubicka.files.wordpress.com/2011/04/freizeit.jpg, letzter Zugriff am 28. März 2017).

LearningApps (online unter: https://learningapps.org/956928, letzter Zugriff am 16. April 2017).

LearningApps (online unter: https://learningapps.org/create?new=71&from=ppzcy42at01, letzter Zugriff am 16. April 2017).

LearningApps (online unter: https://learningapps.org/createApp.php, letzter Zugriff am 18. April 2017).

Online-Enzyklopädie für Psychologie und Pädagogik: Assoziogramm (online unter:

http://lexikon.stangl.eu/9327/assoziogramm/, letzter Zugriff am 28. März 2017).

https://dersi.rtvs.sk/clanky/tagesthema/127530/matica-slovenska-veroffentlicht-kontroverses-video, letzter Zugriff am 14. März 2017).

Sandbothe, Mike. 1996. Hypertextualität im World Wide Web (online unter:

RTVS: Matica Slovenská veröffentlicht kontroverses Video (online unter:

https://www.heise.de/tp/features/HYPERTEXTUALITAeT-IM-WORLD-WIDE-WEB-3412499.html?seite=3, letzter Zugriff am 21. März 2017).

#### Wirtschaftskommunikation die **Textsorte** und "Geschäftsbrief" wirtschaftslinguistischer aus und interkultureller Sicht

#### Erika Kegyes

In diesem Artikel werden Geschäftsbriefe, die in verschiedenen Unternehmensbereichen ungarischer logistischer Firmen geschrieben wurden, aus interkultureller Sicht untersucht. Nach einem Überblick der Typologie der Geschäftsbriefe, werden die interkulturell-kontrastiven Untersuchungen zu verschiedenen Sprachpaaren besprochen und die Unterschiede in Form und Inhalt kurz beschrieben. Aufgrund dieser Erkenntnisse werden die Problemfälle beim Schreiben bzw. Übersetzen von deutschsprachigen Geschäftsbriefen, die von Mitarbeiter/innen ungarischer logistischer Unternehmen verfasst werden, thematisiert. Anschließend werden die erwähnten Problemfälle mit den Verfasser/innen der Briefe besprochen, mit denen Interviews durchgeführt wurden, die als Grundlage der Untersuchung dienten. Die Untersuchung ist Teil eines Forschungprojekts, das zur Entwicklung deutsch-ungarischer Geschäftskontakte beitragen soll und zurzeit läuft. Die hier vorgelegten Ergebnisse sind Teil der Pilotforschung. 1

Schlüsselwörter: Wirtschaftssprache, Geschäftsbrief, Interkulturalität, Logistik, Übersetzung

This article investigates business letters from various Hungarian logistic companies in different economic sectors from an intercultural perspective. After an overview of the typology of business letters, the intercultural-contrastive examination of different language pairs is discussed and the differences in form and content briefly described. Based on these results, problem cases are examined involving the writing and translating of German business letters that are written by employees of Hungarian logistic companies. Finally, these problem cases are discussed with the writers of these letters in interviews that served as the basis for this study. The investigation is part of a research project currently in progress that aims to contribute to the development of German-Hungarian business contacts. The results presented here are part of the pilot research.

Key words: business language, business letters, interculturality, logistics, translation

#### 1 **Einleitung**

Wirtschafts- oder Unternehmenskommunikation<sup>2</sup> zeichnet sich heute durch intensive Forschungen in Überschneidungsbereichen der Wirtschaft und Linguistik aus. In der

2018 Erika Kegyes. Wirtschaftskommunikation und die Textsorte "Geschäftsbrief" aus wirtschaftslinguistischer und interkultureller Sicht. Zeitschrift für Sprache und Sprachen, 18-34. Kontakt: Erika Kegyes, Miskolc, Ungarn

eMail: kegyeserika@gmail.com

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Die Verwirklichung des Projekts ist Teil des Innovationsprojekts UMi-TWINN und wird aus den Mitteln des Forschungs- und Innovationsprogramms Horizont 2020 der Europäischen Union (Projektnummer 691942) unterstützt.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Die Abgrenzung zwischen den Begriffen Wirtschaftskommunikation und Unternehmenskommunikation ist im Allgemeinen nicht üblich (vgl. Bolten 2003). Nach Brünner (2000) wird der Begriff Wirtschaftskommunikation viel breiter interpretiert und umfasst alle mündlichen und schriftlichen Formen der Kommunikation in allen Bereichen des Wirtschaftslebens. Der Begriff Unternehmenskommunikation umfasst Kommunikationsformen von PR-Arbeit bis Marketing innerhalb der Unternehmen, die nach ihrer Größe,

Kommunikationswissenschaft gibt es eine Reihe von Ansätzen, die sich aus unterschiedlichen Aspekten mit sprachlichen Fragen des Marketings, der Organisationstruktur oder Geschäftskultur beschäftigen. Als allgemeiner Forschungsaspekt etablierte sich z.B. die Analyse externer und interner Kommunikationsformen der Unternehmensführung und die textuelle bzw. diskursive Analyse schriftlicher und mündlicher Formen der Geschäftsführung. Ganz spezielle Untersuchungen beschäftigen sich mit der Analyse visueller und semiotischer Kommunikationsformen der Unternehmenskommunikation, u. a. mit den Aussageinhalten von Slogans und Logos. Auch die Textsortenlinguistik interessiert sich für diese besonderen Bereiche der Kommunikation. Es werden die typischen internen und externen, schriftlichen und mündlichen Gattungen der Betriebs- und Unternehmenskommunikation<sup>3</sup> nach textlinguistischen Kriterien exemplarisch beschrieben. Die sogenannte sprachliche Seite der täglichen Geschäftsprozesse von Firmen und Unternehmen hat auch das Interesse der Interkulturellen Kommunikation geweckt. Das Ziel dieser Arbeit ist, einen wichtigen Teil der Geschäftskommunikation – die Geschäftsbriefe –, als Textsorte zu beschreiben und unter dem Aspekt der interkulturellen Kommunikation zu analysieren. Im Kontext der Geschäftsbriefe bzw. Geschäftskorrespondenz wird von Adamzik (2010) eine gewisse Relevanz der Kulturgebundenheit angenommen, obwohl die Ausdrucksseite der Geschäftskorrespondenz stark standardisiert ist. Auch Fix (2002) argumentiert für die Kulturspezifik von Sprechhandlungsmustern in geschäftlichen Textsorten und betont, dass diese nicht nur interkulturelle Unterschiede umfassen kann, sondern auch die inneren kulturellen Werte eines Unternehmens ausdrücken. Hier wird die Kulturgebundenheit bzw. Kulturspezifik des Geschäftsbriefschreibens in der Relation der deutschen und ungarischen Sprache interpretiert und es wird versucht, einige kulturelle Unterschiede bei der Formulierung von deutschen und ungarischen Geschäftsbriefen aufzuzeigen. Diese kulturelle und sprachliche Kontrastierung der Geschäftsbriefe kann als Fallstudie betrachtet werden. Die analysierten Beispiele dass die Übersetzung von Geschäftsbriefen auch für routinierte Übersetzer/innen sowohl kulturelle als auch sprachliche Probleme bedeuten kann.

#### 2 Problemstellung

Nach den aktuellen Ergebnissen der Erforschung der Geschäftskommunikation (z. B. Silhanová 2011; Höppnerová 2013; Szwed 2013) haben alle Formen der Wirtschaftskommunikation einen zeitlichen, räumlichen, formalen und inhaltlichen Umfang (vgl. Lindroth 2011). Ganz besonders gilt dies für die Textsorte Geschäftsbrief. Das Datum

Mitarbeiterzahl oder Rechtsform (AG, OG, GmbH usw.) unterschieden werden können. Zusammenfassend kann auch über Geschäftskommunikation gesprochen werden.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Der Begriff Unternehmenskommunikation verweist eher auf die externe und interne Kommunikationstätigkeit eines Unternehmens. Nach dieser Begriffsbestimmung wird sie auch als Organisationskommunikation bezeichnet. Verhandlungen mit den Kunden, Verfassung von Kundenbriefen, Gespräche mit den Mitarbeiter/innen, Kommunikationsrituale in Führungssitzungen usw. sind typische Träger der Unternehmenskommunikation. Eine Abgrenzung zum Begriff Betriebskommunikation ist nicht einfach. Unter Betriebskommunikation werden meistens die mündlichen und schriftlichen Kommunikationsakte verstanden, die direkt im Betrieb bei Herstellung von Produkten verlaufen.

#### 20 Erika Kegyes

Ungarn ISO129.44.7.

im Briefkopf ist von großer Bedeutung, weil sich die Mahnbriefe regulär auf dieses als Rechtsgrundlage beziehen. Firmen und Tochterfirmen müssen ihre Kommunikation genau abstimmen und intern regeln, welche Abteilung welche Geschäftsbriefe bearbeitet, was beispielsweise ein räumlicher Aspekt der internen Geschäftskommunikation ist. Was die Formalitäten betrifft, Briefkopf und Textkörper sind stark formatiert, da diese Elemente eines Geschäftsbriefes nach DIN5008 geregelt sind.<sup>4</sup> Bereits die erste sprachhistorische Darlegung inhaltlicher und sprachlicher Fragen des Geschäftsbriefes (Steinhausen 1891) und die ersten sprachwissenschaftlichen Annäherungen (Ermet 1979; Sowinski 1986; Sandig 1986) haben in ihrer Textsortenklassifizierung betont, dass im Falle der klassischen Geschäftsbriefe (wie Angebot, Nachfrage, Bestellung, Bestätigung der Lieferung usw.) über die Geschäftsberichte bis zu den unterschiedlichsten Formen der Geschäftswerbung eine gewisse Standardisierung vorliegt, und zwar sprachenunabhängig. Aber ein interessantes Paradox liegt trotz aller Globalisierungstendenzen vor, wie die erwähnten Arbeiten betonen, nämlich dass auch die typischen Geschäftsbriefe eine gewisse stilistische Formulierungsfreiheit besitzen, und zwar sprachenspezifisch. Eine Pflicht zur Mitteilung von Mindestinformationen maßnahmenmäßig vorgesehen (vgl. DIN 5008, Normbriefe und Musterbriefe), aber neben den fast obligatorisch zu benutzenden Leitwörtern und Ausdrücken eines Angebotes oder einer Nachfrage können (und in vielen Fällen vielleicht auch wollen) die Textproduzenten im Textkörper die "Besonderheiten" (praktisch die "Andersartigkeit") ihrer Sprache und Kultur durchschimmern lassen, da sie davon mehr Interesse und Erfolg im Geschäft erhoffen. Ein Beispiel erläutert diesen Gedankengang: "Ihre Nachricht vom", "Ihr Zeichen vom" wird als üblicher Briefanfang im Handelsgesetzbuch § 37a und § 125a vorgeschlagen, aber in Ungarn ist es typisch, dass man die deutschsprachigen Geschäftsbriefe mit der Formel beginnt "mit Bezug auf Ihren Brief vom" als Übersetzung einer ungarischen Routineformel der Geschäftssprache.

Dies wirft die erste Frage auf: ob und wenn ja, warum Verfasser/innen (oder Übersetzer/innen) von Geschäftsbriefen bei der zielsprachigen Auswahl stilistischer Mittel und rhetorischer Figuren signalisieren wollen, dass sie Mitglieder einer anderen Sprach- und Geschäftskultur sind, obwohl sie die Sprachkultur des Ziellandes kennen und wahrscheinlich auch Erfahrungen mit interkulturellen Unterschieden haben.

Die zweite Frage ist demnach, wie groß diese Formulierungsfreiheit ist? Dies variiert von Textsorte zu Textsorte des schriftlichen Geschäftsverkehrs. Was z. B. die Stilmerkmale der börsennotierten Geschäftsberichte betrifft, ist der Freiraum wesentlich kleiner als im Falle von Werbebriefen, in denen die Überzeugungsstrategien freier gewählt werden können. Die sogenannten Aktionärsbriefe beinhalten fast nur Daten und Fakten zu Bilanzabschlüssen in tabellarischer Form und teilen in kurzen Sätzen die Aktualitäten über die Wirtschaftslage der

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> DIN 5008 legt Schreib- und Gestaltungsregeln für den geschäftlichen Briefverkehr fest. In den meisten europäischen Ländern gilt DIN 5008 als Norm, auch als ISO N/A bekannt. Verfasst wurde DIN 5008 vom Deutschen Institut für Normung und verbreitete sich seit der Erstausgabe 1949 allmählich in Europa. Obwohl länderspezifische Abweichungen eher selten sind, können die Bezeichnungen unterschiedlich sein, z.B. in

Firma mit, was zur Folge hat, dass die sprachlichen Muster und ihre individuellen, sprachspezifischen Formulierungsmöglichkeiten sehr begrenzt sind.

Die dritte Frage bezieht sich deshalb auf die Standardisierung von Geschäftsbriefen. Diese Problematik wird in der Linguistik unter dem Stichwort "Textsortenstabilität" aufgegriffen (vgl. Hundt 2000) und hat die folgenden zwei Komponenten: 1. Schematisierung, 2. Standardisierung. Unter Schematisierung wird verstanden, dass bestimmte Textsorten des Geschäftslebens wie Lieferschein oder Rechnung nur sehr geringe Variabilität aufweisen. Um den Geschäftsprozess rechtlich abzusichern, sind hier sehr stark vorgeprägte Textmuster charakteristisch, und eine Varianz wäre von Nachteil (vgl. Hundt 2000). Standardisierung hängt mit einer geringen Varianz eng zusammen, bietet aber bei der Gestaltung der stilisierten Briefmerkmale mehr Freiraum als dies bei den einfacheren Texttypen der Geschäftsbriefe der Fall ist. Nach Hundt (2000) sind Rechnungen und Lieferscheine schematisiert, Aufträge oder Reklamationstexte jedoch standardisiert, da sie teilweise obligatorische Textmuster beinhalten müssen, teilweise aber individuelle Merkmale der Ausformulierung von Wünschen oder Bitten aufweisen können. Hier stehen stereotype Sätze mit individuellen oder firmenspezifisch adäquaten Sätzen in einer Wechselwirkung. Als Beispiel können die folgenden stereotypen Formulierungen erwähnt werden: "Für nachstehend aufgeführte Rechnungen(en) konnten wir leider noch keinen Zahlungseingang feststellen. Wir bitten Sie daher um Überprüfung und Zahlung" (aus einer Zahlungserinnerung der Firma DER Touristik).

# 3 Die Textsorte "Geschäftsbrief" aus dem Aspekt der Wirtschaft und Wirtschaftskommunikation<sup>5</sup>

Geschäftsbriefe (seltener Handelsbriefe<sup>6</sup>) bilden die Grundlage der Kommunikation einer Firma oder eines Unternehmens. Im Allgemeinen ist jedes Dokument des Schriftverkehrs einer Firma oder eines Unternehmens ein Geschäftsbrief (vgl. Baetge & Kirchhoff 1997, zitiert in Szwed 2013). Thematisch geht es um Mitteilungen, die ein Unternehmer zur Förderung seines Unternehmenszwecks durch traditionelle oder moderne Kommunikationskanäle wie Post oder Email an die Kunden oder an die Partnerfirmen versendet (Rolke & Wolff 2000, zitiert in Szwed 2013). Die Textsorte Geschäftsbrief umfasst deshalb mehrere Funktionen in der Geschäftsabwicklung. Vom Angebot bis zum

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Wirtschaftskommunikation als Begriff wird vor allem im Zusammenhang mit den sprachlichen Herausforderungen in den internationalen Handelsbeziehungen benutzt, wie z. B. mehrsprachige Übersetzungoder Dolmetscherleistungen. Deshalb stehen im Fokus der Forschungsintention in der Wirtschaftskommunikation die Fragen der Mehrsprachigkeit und interkulturelle Missverständnisse werden oft unter dem Aspekt des Translationsprozesses diskutiert (Nielsen 2002; Koch 2013). Wie der Terminus selbst darauf hinweist, liegt hier der Schwerpunkt auf der pragmalinguistisch-kommunikativen Beschreibung der Firmen- und Unternehmenskommunikation (vgl. auch Arnzt 1990).

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Im Gabler Wirtschaftslexikon werden Geschäftsbriefe und Handelsbriefe voneinander unterschieden. Laut der Definition sind Geschäftsbriefe ausgehende Briefe eines Unternehmens, während unter dem Begriff Handelsbriefe alle Dokumente eines Gewerbebetriebs in der internen Kommunikation zusammengefasst werden. (vgl. http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/geschaeftsbriefe.html, abgerufen am 12.10.2016)

#### 22 Erika Kegyes

Geschäftsabschluss entstehen in den geschäftlichen Briefen "Geschäftsdialoge", also Textketten, die aufeinander reflektieren und nur in Kenntnis der früher datierten Textteile zu einem kommunikativ relevanten Gefüge zusammengelegt werden können. Aus der Tradition des Geschäftsbriefschreibens folgt, dass jeder Geschäftsbrief drei Funktionen zu erfüllen hat: 1. Vermittlung von Informationen, 2. Ausdruck von Firmenzielen und 3. Appell an zukünftige Kunden (Silhanová 2009). Aus diesen Funktionszielen sind die am häufigsten verwendeten Typen von Geschäftsbriefen abzuleiten: Anfrage, Angebot, Annahmeerklärung, Bestellschein, Rechnung, Bestätigungsschreiben. Sie können einerseits die traditionelle Korrespondenz mit Kunden und Lieferanten per Post bilden, andererseits ist nicht zu vergessen, dass auch im geschäftlichen Bereich die E-Mail-Kommunikation (mit ca. 35 %)<sup>7</sup> immer mehr an Bedeutung gewinnt. Nach Auffassung von z.B. Wergen & Wörner (2002) sind Reklamationsbriefe, Erinnerungsschreiben und Einladungen auch Geschäftsbriefe, jedoch mit anderen Konventionen und Formbestimmungen. Als pragmatisches Unterscheidungsmerkmal zählt eher, dass Geschäftsbriefe schriftliche Dokumente sind, die die Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden bei einem Geschäftsprozess dokumentieren und den Vertragsschluss vor- oder nachbereiten (z. B. Anfrage, Zusage, Beschwerde, Einspruch, vgl. Demarmels & Kesselheim 2011). In diesem Sinne sind die Verträge selbst und Mitteilungen an Behörden z. B. Rechtstexte einer Firma oder eines Unternehmens. Inhaltlich bezieht sich also eine geschäftliche Mitteilung immer auf eine bestimmte und konkrete Phase eines geschäftlichen Vorgangs, wie z. B. ein Produkt- oder Dienstleistungsangebot, direkte oder indirekte Anfrage, eine Bestellung. Formal gesehen soll ein Geschäftsbrief nicht nur den eigentlichen Textteil enthalten, sondern auch rechtsgeschäftliche Informationen und Erklärungen über die Firma (z. B. Registrationsnummer, Steuernummer, Rechtsform wie Einzelunternehmen, Stille Gesellschaft, OHG, KG, AG). Aus funktional-stilistischem Aspekt variieren Geschäftsbriefe sehr: Herstellung des ersten geschäftlichen Kontakts, Pflege regelmäßigen Geschäftskontakts, Schreiben für Abwicklung von Geschäftsaufgaben. Um die Vielfalt der Kriterien zur Klassifizierung zu erfassen, schlägt Silhanová (2009) ein zweistufiges Modell vor. Geschäftsbriefe lassen sich einerseits in die routinemäßigen, wirtschaftlich geprägten Schreibtypen des Geschäftslebens (Angebot, Bestellungsbestätigung), andererseits in die juristisch geprägten Schreibtypen des Geschäftslebens einteilen.

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> http://de.statista.com/statistik/daten/studie/5612/umfrage/meistgenutzte-kommunikationskanaele-im-internet/; letzter Abruf: 02.06.2015). Hier ist zu bemerken, dass eingescannte, als Anhang geschickte Geschäftsbriefe nicht zur E-Mail-Kommunikation gerechnet wurden.

### 4 Geschäftsbriefe aus dem Aspekt der Wirtschaftslinguistik<sup>8</sup>

Geschäftsbriefe beziehen sich auf spezielle Kommunikationsrituale des Geschäftslebens und zeichnen sich durch den Gebrauch von Fachwörtern und Termini aus. <sup>9</sup> Ermert (1979) vertritt die Meinung, dass die Dichte der fachsprachlichen Elemente einige Typen Geschäftsbriefe (z. B. Geschäftsbericht, Aktionärsbrief, Kundenwerbebrief) fachsprachliche Textsorten<sup>10</sup> einordnen lässt. Er analysierte Geschäftsbriefe nach den folgenden Dimensionen: 1. Handlungsdimension, 2. thematische Dimension, Situationsdimension, 4. sprachlich-strukturelle und formale Dimension. Ermert hebt aufgrund der Ergebnisse seiner Analysen hervor, dass für Geschäftsbriefe in all diesen Dimensionen eine starke Geschlossenheit und eine hohe Effizienz der erzielten kommunikativen Wirkung charakteristisch sind. Geschlossenheit in dem Sinne, dass viele Geschäftsbriefe nach schon vorhandenen Vorlagen angefertigt werden. Effizienz in dem Sinne, dass keine überflüssigen Informationen vermittelt werden. Ermert meint, dass durch die kommunikative Wirkung der Geschlossenheit und Effizienz auch eine neue Dimension der Geschäftsbriefe entstanden ist. die er Intensivität nennt. Unter dieser Dimension versteht er, dass in Geschäftsbriefen die für

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Dieser Begriff, dessen Ursprünge eigentlich noch in der Zeit zwischen den zwei Weltkriegen liegen, geht auf den Wortgebrauch von Messing (1928) zurück und bezeichnet den Ansatz an verschiedenen wirtschaftswissenschaftlichen Universitäten zwischen 1920 und 1930 zur Etablierung sprachwissenschaftlich geprägter Fragenstellungen der Wirtschaftswissenschaften (vgl. Bolten 2003). Neulich wird der Gebrauch dieses Begriffs vor allem von Bolten (2003) vorgeschlagen, um klar zu stellen, dass bei der Erforschung von geschäftlichen Textsorten Wirtschaftswissenschaftler und Linguisten zusammenwirken müssen, wie im Fall typischer "Bindestrichdisziplinen", die das Aufeinandertreffen von Forschungsinteressen zweier Disziplinen betonen wie z. B. Soziolinguistik, Psycholinguistik, Politolinguistik. Die Linguisten können zum Beispiel diese Textsorten der Wirtschaft (z. B. Geschäftsbericht, Geschäftsbrief, Bilanz) genau beschreiben oder die Termini, die typischen Kollokationen sowie die typischen Satzbau- bzw. Formulierungsmuster dieser Textsorten bestimmen. Ein wichtiger Aspekt ist auch die stilistische Analyse der Textmuster und die Analyse der Möglichkeiten und Grenzen sprachlicher Kreativität bzw. kommunikativer Effektivität. Geschäftskorrespondenz lässt sich genauso unter dem Aspekt des Marketingeffekts betrachten wie auch unter dem Aspekt ihrer kommunikativen Wirkung. Auch in der sprachlichen Klassifizierung verwendeter Stilmittel liegt viel Potenzial, gerade für die Interkulturelle Kommunikation.

Diese Abweichungen und der intensivierte Gebrauch von fachspezifischen Ausdrücken, u. a. aus der Fachsprache der Wirtschaft, der Logistik oder des Rechnungswesens können begründen, dass einige Untersuchungen auch im Zusammenhang mit Geschäftsbriefen über Fachsprache und Fachsprachenforschung sprechen, ein Aspekt, der auch in Nielsen (2002) zu finden ist. Auch Höppnerová (2013) vertritt die Meinung, dass Geschäftsbriefe im engeren Sinne des Wortgebrauchs zur fachsprachlichen Gebrauchsform der Sprache gezählt werden müssen. Neulich wird in diesem Zusammenhang über fachbezogene Alltagssprache gesprochen (vgl. Fix 2002).

<sup>(</sup>vgl. Fix 2002).

10 In einer Zahlungserinnerung werden z. B. oft folgende Fachwörter und Fachausdrücke benutzt: offene Zahlung, Liste der Posten, Mahnstufe, Verzugstage, berücksichtigte Buchung. Aus dem spezifischen Wortschatz der logistischen Fachsprache kommen sehr oft die folgenden Fachwörter als Schlüsselwörter eines Geschäftsbriefes vor: Lieferanzeige, Nachfassbrief, Mangelbeachtung. Nachfassbrief ist ein Typ des Geschäftsbriefes, in dem die Thematik eines zurückliegenden Geschäftsvorgangs wieder aufgenommen wird, wenn bspw. in einem Brief 5 % Rabatt angeboten wurde, die Firma aber keine Bestellung bekam und sie dann in einem Nachfassbrief 10 % Rabatt zu den gleichen Konditionen anbieten kann. Mangelbeachtung ist ein Fachwort für die automatische Anerkennung des mangelhaften Zustandes der gelieferten Ware, ohne Ausstellung eines offiziellen Mangelbriefes.

die Aktivitäten der Firma charakteristischen Fachwörter benutzt werden (Geschlossenheit) und die Informationsvermittlung nach der für die Firma oder Branche charakteristischen Kommunikationsweise erfolgt (Effektivität), ergänzt durch eine Reihe individuell gestalteter Merkmale des Geschäftsbriefes (Farbe des Briefpapiers, Anlagenvermerk, Bearbeitervermerk, Firmenlogo usw.) (vgl. Ermert 1979: 27). Höhne (1992) untersuchte die Sprach- und Formmuster von Geschäftsbriefen und kam zum Schluss, dass im Wesentlichen in allen Geschäftsbriefen drei Schreibstrategien die Gestaltung der Texte prägen: 1. Anonymisierung ("Sehr geehrte Damen und Herren", "Ihr Beratungsteam"), 2. Spezifizierung (Angabe des Betreffs oder des Brieftyps), 3. Kondensierung (fast die gleichen Texte werden zu mehreren Zwecken verwendet, wie z. B. ein Bekanntmachungsblatt im Geschäftsraum und in der Zeitung als Anzeige). Statt diese Dimensionen und strategischen Ziele zu unterscheiden, etablierte sich in der Forschung die Unterscheidung der Kommunikationsmodi der Geschäftsbriefe. Eine solche Unterscheidung zu machen wurde zuerst von Koskensalo (2002) den vorgeschlagen. Sie unterscheidet offiziellen Kommunikationsmodus Geschäftsbriefen von dem privaten Kommunikationsmodus. Der offizielle Kommunikationsmodus soll den Gesetzmäßigkeiten der geschäftlichen Briefhaftigkeit (DIN geschäftstypischen 5008) Interaktion entsprechen. individuelle Kommunikationsmodus dient der Imagebildung der Firma (Koskensalo 2002: 45).

Diesen Überlegungen liegt der pragmatische Ansatz von Silhanová (2011) nahe, die die Verwendungshäufigkeit von sich wiederholenden kommunikativ-pragmatischen phraseologischen Einheiten untersuchte. Sie bezeichnet diese als "wirtschaftsspezifische Wendungen" (Silhanova 2011: 26) und geht davon aus, dass diese Routineformeln, die oft komplette Sätze sind (z. B. "In diesem Fall müssen Sie mit der Verzögerung der Lieferung rechnen"), in allen Firmen festen Bestandteil der Firmenkommunikation bilden. Als Fazit ihrer Untersuchung hält sie aber fest, dass der Gebrauch dieser Routineformeln viel intensiver ist, wenn die Geschäftsbriefe an potenzielle Partner adressiert sind. Der Gebrauchsanteil solcher Ausdrücke sinkt erheblich, wenn die Geschäftspartner seit längerer Zeit in gutem Kontakt stehen. Dies kann damit begründet werden, dass der Erwerb neuer Kunden im Allgemeinen mit mehr Höflichkeit verbunden wird, während bei lange zusammen arbeitenden Geschäftspartnern, die in der ungarischsprachigen Kommunikation oft als Kollegen bezeichnet werden, die Formalitäten immer mehr in den Hintergrund treten können, zugunsten der schnellen und effektiven Kommunikation.

Der neueste Vorschlag zur Kategorisierung und Typisierung von Geschäftsbriefen stammt von Szwed (2013). Sie analysierte Geschäftsbriefe nach Beschreibungsmustern möglicher sprachlicher Invarianz und kam zum Schluss, dass die traditionellen Typen von Geschäftsbriefen wie Angebot, Anfrage oder Reklamation in jedem sprachlichen Punkt auch mit den Merkmalen der "offiziellen Briefe" zu beschreiben sind, was sie aber auszeichnet und von letzteren unterscheidet, ist der Grad der Direktheit vs. Indirektheit ("Liebe Geschäftsfreunde!" vs. "Sehr geehrte Geschäftspartner!") und der Grad der Vermittlungsweise von Informationen (z. B. *Sollten Sie*–Sätze vs. *Könnten Sie*–Sätze).

#### 5 Geschäftsbriefe aus dem Aspekt der Interkulturellen Kommunikation

Es gibt schon zahlreiche kontrastive Analysen zu Geschäftsbriefen, die die Form, die Gestaltungskriterien oder die Fachausdrücke in zwei Sprachen vergleichen (z. B. Silhanová 2009, 2011; Szwed 2013). Viele Untersuchungen fokussierten sich auch auf die Realisierung sprachpragmatischer Merkmale, wie z. B. Argumentationslinien, Formulierung von expliziten und impliziten Sprechakten (Rentel 2010; Szwed 2013). Auch der Aspekt der Mehrsprachigkeit bildet einen interessanten Brennpunkt der Forschung. Spillner (2002) verglich z. B. die Ergebnisse von Sprachanalysen deutscher, französischer und finnischer "Wirtschaftstexte" und stellte allgemeine (nicht sprachenspezifische) und spezielle (sprachenspezifische) Textsortenkonventionen fest, d. h. es gab viele Sprachhandlungen, in denen die Sprachmuster in diesen drei Sprachen große Ähnlichkeit zeigten, beispielsweise beim Sprechakt "Interesse wecken" für ein Produkt. Die Strategien der Überzeugung zum Kauf des Produkts waren in den verschiedenen Sprachen schon unterschiedlich. Die Deutschen formulierten z. B. die Vorteile des Produkts oft in Form einer Auflistung und stellten es auch graphisch dar. Die Franzosen benutzen viel mehr sogenannte narrative Strategien, in denen sie über das Produkt "erzählten". Im Falle der Textsorte Geschäftsbrief (Zwischenbescheid und Empfangsbestätigung) gab es auch wesentliche Unterschiede, weil der Stellenwert und dadurch die Funktion dieser Geschäftsbriefe in den untersuchten Kulturen und Sprachen ganz anders war: "[...] daß der Finne nicht gewohnt ist, seine Denkarbeit zum Ausdruck zu bringen. Er denkt über die Antwort nach, vergißt aber darüber zu zeigen, daß er die Frage verstanden hat. Er will erst das fertige Produkt bringen. [...] Der deutsche Anfragende will eine Bestätigung bekommen, daß sein Brief überhaupt angekommen ist, wogegen der Finne erst mit fertigen Resultaten kommen will und erst dann antwortet, wenn er seines Erachtens auch etwas mitzuteilen hat" (Widén 1985: 168, zitiert in Spillner 2002: 150). Spillner (2002) erklärt in seiner Metaanalyse solche Unterschiede als Resultat unterschiedlicher Markt- und Sprachstrategien. In den analysierten finnischen Textbeispielen für Werbebriefe fällt die für die explizit gesagten Werbebotschaften charakteristische Personalisierung auf. Das bedeutet, dass ein Firmenangehöriger immer als Anbietender auftritt, er ist immer mit vollem Namen genannt und meistens auch mit Foto präsent. Die Marktstrategie bringt mit sich, dass sich diese Person in direkter Rede an die Personen wendet, denen das Produkt empfohlen wird. Dieser Sprechakt wird in der schriftlichen Form mit Anführungszeichen realisiert, d. h. es wird zitiert, was diese Person über das Produkt sagt. In deutschen Werbebriefen erfolgt der Prozess des Angebots meistens nicht in einer personalisierten Form wie oben beschrieben. Als Schlussfolgerung stellt Spillner fest, dass der finnische Werbebrief personalisiert, dialogisiert und stark kundenorientiert ist. Dialogisierend wird beispielsweise der Kunde angesprochen: "Hat unser Produkt Ihr Interesse geweckt? Dann rufen Sie uns noch heute an." Kundenorientierung bedeutet, dass eine bewusste Adressatenorientierung als Markstrategie verfolgt wird. Es wird beispielsweise nicht

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Unter diesem Begriff fasste er die verschiedenen Typen der schriftlichen und mündlichen Firmenkommunikation zusammen, die einen Geschäftsprozess begleiteten, wie z.B. Firmenvorstellungen, Präsentationen, Teamarbeitsgespräche, Rundmails, Kundenbriefe, Werbebriefe.

derselbe Werbebrief an alle Partner in einem Rundschreiben verschickt, sondern die Kommunikationsweise wird nach den Merkmalen der gegebenen Geschäftsbeziehung abgestimmt. Diese Merkmale treffen auf die deutschen Werbebriefe nur teilweise zu (Spillner 2002: 160). In den von ihm analysierten deutschen Textbeispielen dominiert die Produktorientierung und nicht die Person, die im Namen der Firma das Produkt anbietet. Die Dialogisierung ist auch in den deutschen Werbebriefen eine wichtige Sprachstrategie, jedoch eher in Frageform oder im Angebotston realisiert: "Wenn Sie noch Fragen zu unserem neuen Produkt haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung." Die Kundenorientiertheit als kommunikativer Prozess kommt in den deutschen Werbebriefen auch strakt zum Ausdruck. In einem deutsch-polnischen Vergleich untersuchte Szwed (2013) die Realisierungsformen der Intentionalität in Geschäftsbriefen, in denen Angebote eingefordert oder abgelehnt werden. Ihr Untersuchungsschwerpunkt lag auf den Ausdrucksmöglichkeiten indirekter Wünsche und Forderungen und auf Lösungsvorschlägen in Krisensituationen beim Ablauf des Geschäftsprozesses. Zahlreiche Beispiele belegten, dass die polnischen Briefe durch die Benutzung von Intensivierungsmitteln (Partikeln, Steigerungsformen der Adjektive, lexikalisierte Steigerungen) mehr Subjektivität ausstrahlten, während sich die deutschen Briefe eher auf eine objektive Beschreibung der Lage (besonders in Problemfällen) konzentrierten. Koskensalo (2002: 68-72) weist in der deutsch-finnischen Relation auf einen Orientierungsunterschied hin: deutsche Geschäftsbriefe charakterisiert eine stärkere Sachorientierung wohingegen finnische Geschäftsbriefe eine direktere Kontaktorientiertheit aufzeigen (vgl. auch Spillner 2002), d. h. sie betonen die interpersonalen Beziehungen zwischen den Geschäftspartnern intensiver als die deutschen Geschäftsbriefe. Rentel (2010) stellte gravierende Stilunterschiede in deutschen und französischen Geschäftsbriefen bei der Realisierung der Sprechakte der Ankündigung von Nachrichten negativer Konsequenzen fest. In den deutschen Geschäftsbriefen werden in diesem Fall vorwiegend Imperativformen und explizite performative Verben benutzt, die die negativen Konsequenzen eindeutig machen (Rentel 2010). In den französischen Paralleltexten werden aber die negativen Folgen eher nur angedeutet und auch die Aufforderungen werden auf implizite Weise formuliert (Rentel 2010).

Diese Untersuchungen verstärken die Überzeugung, dass auch Geschäftsbriefe interkulturelle Unterschiede aufweisen können, die auf den Ablauf bestimmter Geschäftsprozesse oder auf die Entwicklung von weiteren Geschäftskontakten einen großen Einfluss ausüben können.

#### 6 Antworten auf die Fragen der Problemstellung

Auch in Ungarn ist es so, dass sehr viele Firmen keine professionelle Dolmetscher/innen und Übersetzer/innen anstellen, sondern sich an Übersetzerbüros wenden, die schnell und mit guter Qualität und Garantie arbeiten. In diesem Fall werden die Übersetzungen im Auftrag von sogenannten "äußeren Übersetzer/innen" angefertigt. Andere Firmen haben eigene Übersetzer/innen oder Fachübersetzer/innen, die im Allgemeinen alle sprachliche Arbeit in

einer Firma übernehmen. Diese Arbeitnehmer/innen haben in den meisten Fällen eine Ausbildung als Übersetzer/in absolviert, z. B. haben sie eine zweijährige fachliche Qualifikation als Aufbaustudium nach einem Sprachdiplom gemacht oder haben nach einem Fachdiplom eine zusätzliche sprachliche Ausbildung gewählt. In den letzten Jahren wurde auch in Ungarn eine MA-Ausbildung für Diplomübersetzer/in akkreditiert, die an vielen Universitäten des Landes besucht werden kann. Aus Kostengründen ist es aber eher üblich, dass in kleineren und mittelständischen Firmen die sprachliche Arbeit Angestellte leisten, die lange im Ausland gearbeitet und gute Sprachkenntnisse haben oder Fachleute, die eine Sprachprüfung höherer Stufe abgelegt haben. Es ist nicht selten, dass Sachverständige oder Mitarbeiter/innen des Firmensekretariats auch als Übersetzer/innen und Dolmetscher/innen fungieren. Diese Feststellungen basieren einerseits auf eigenen Untersuchungen, in deren Rahmen zum Thema Sprachverwendung insgesamt 150 ungarische Firmen befragt wurden. Die Ergebnisse zeigen, dass die fremdsprachige Bürokommunikation größtenteils durch Übersetzungen der Mitarbeiter/innen in der Verwaltung abgewickelt wird (Gester & Kegyes 2015). Die obigen Behauptungen wurden in anderen Untersuchungen auch bekräftigt. Konczos-Szombathelyi (2008) stellte fest, dass sich Manager/innen von Firmen insgesamt mit einer Meinungsübereinstimmung von 52 % (=78/150) denken, dass es zu ihren fachlichen Aufgaben gehört, schriftliche Dokumentationen von Verhandlungen in einer fremden Sprache anzufertigen und Verhandlungen in einer fremden Sprache ohne professionelle Hilfe von Dolmetscher/innen oder Übersetzer/innen führen zu können. Andererseits zeigen diese Trends auch die aktuellen Stellenanzeigen. Unlängst wurde ich auf Stellenanzeigen aufmerksam, in denen Firmenkoordinatoren mit guten Sprachkenntnissen zum Übernehmen "von sprachlichen Koordinationsaufgaben" gesucht werden 12, oder Büromitarbeiter/innen gesucht werden, die auch administrative Aufgaben in einer fremden Sprache problemlos leisten können und fähig sind, Geschäftsbriefe in der gewünschten Fremdsprache zu formulieren. 13 In einigen Fällen konnte ich auch beobachten, dass die beschriebene Stelle die Arbeitsaufgaben von Sachverständigen und Übersetzer/innen kombiniert. 14 Es ist noch interessant zu bemerken, dass in Fällen, in denen eine konkrete Übersetzerstelle in einer Firma angeboten wird, nicht die Ausbildung als Übersetzer/Übersetzerin betont wird, sondern die Fachkenntnisse auf dem Arbeitsgebiet und Sprachkenntnisse auf einem Sprachniveau von mindestens B2.<sup>15</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> vgl. https://www.profession.hu/allasok/tolmacs-fordito/1,14,0,0,112#, letzter Abruf am 22.04.2018

<sup>13</sup> vgl. https://www.profession.hu/allas/fordito-elegant-design-zrt-budapest-

<sup>1151558/</sup>box/p/1680?utm\_source=jooble&aggregator=true&utm\_source=jooble&utm\_medium=cpc&utm\_camp aign=C\_category (letzter Abruf am 22.04.2018)

 $https://www.jobmonitor.hu/allasok/magyarorszag/ford\%C3\%ADt\%C3\%B3\%20tolm\%C3\%A1cs\_200\_\_2~(letzter~Abruf~am~22.04.2018)$ 

o vgl.

 $https://www.jobmonitor.hu/allasok/magyarorszag/ford\%C3\%ADt\%C3\%B3\%20tolm\%C3\%A1cs\_200\_\_2, letzter Abruf am 22.04.2018.$ 

Rahmen eines Forschungsprojekts<sup>16</sup> zum Thema Geschäftskultur Kommunikation in der Logistik haben wir Geschäftsführer/innen, Personalleiter/innen, Projektleiter/innen und Mitarbeiter/innen aus der Verwaltung und einige angestellte Übersetzer/innen von 43 logistischen Unternehmen in Ungarn interviewt. <sup>17</sup> Die Befragten leisten alle auch sprachliche Arbeit in den Firmen. Die Geschäftsführer/innen sind fähig in Englisch oder Deutsch Verhandlungen zu führen und kommunizieren mit ausländischen Geschäftspartner/innen vor allem mündlich. Für die Formulierung von schriftlichen Texten beauftragen sie meistens Mitarbeiter/innen des Sekretariats oder die bei der Firma angestellten Übersetzer/innen. Die Projektleiter/innen machen keinen solchen Unterschied in Aufteilung Spracharbeit. Sie kommunizieren mit den der Projektpartner/innen sowohl schriftlich als auch mündlich. Sehr interessant ist die Position der Verwaltungsmitarbeiter/innen. In 17 der 43 Firmen arbeiten Angestellte, die keine ausgebildeten Übersetzer/innen sind, aber mit ihren Sprachkenntnissen "Firmenübersetzer/in" arbeiten. Nur in 7 der 43 Firmen sind Diplomübersetzer/innen angestellt, die ihre Ausbildung in dem neuen Bologna-System gemacht haben und seit ca. 2-3 Jahre in dieser Position sind. Im Gegensatz zu den Übersetzer/innen, die keine Ausbildung als Übersetzer absolvierten, haben sie Kenntnisse in vielen Fragen der Übersetzungswissenschaft und Erfahrungen in der interkulturellen Analyse von Texten, weil sie dies im Studium gelernt haben. Hier liegt der Fokus auf der Meinung und Arbeitseinstellung bzw. Arbeitsweise der Übersetzer/innen, die keine Diplomübersetzer/innen sind, aber seit vielen Jahren als Firmenübersetzer/in arbeiten. Sie arbeiten in der Verwaltung und zu ihren Aufgaben gehört es, die schriftliche fremdsprachige Kommunikation in Deutsch zu führen. Diese Arbeit besteht in den meisten Fällen aus der Übersetzung von Geschäftsbriefen, Anfragen, Angeboten und Lieferungsbriefen. Sie übersetzen diese aus dem Deutschen ins Ungarische und auch umgekehrt. Selbständig formulieren sie Geschäftsbriefe selten. Sie übernehmen die Arbeitsaufgaben von Übersetzer/innen und auch fremdsprachlichen Korrespondenten. Sie kommunizieren mit den ausländischen Gästen oder Partner/innen der Firmen nicht so oft, sind aber für die Geschäftskorrespondenz zuständig. Ihre Meinung scheint uns aus dem Grunde interessant zu sein, da wir davon ausgehen, dass die beruflichen Forderungen ihnen gegenüber und ihre Erfahrungen den sprachlichen Firmenalltag wiederspiegeln können, wenn wir in Betracht ziehen, dass die von uns untersuchten Firmen nur wenige Diplomübersetzer/innen anstellen oder die Übersetzungsaufträge an eine professionelle Übersetzungsfirma weitergeben. Durch die Meinung der nicht professionellen Übersetzer/innen können wir über den Prozess der Übersetzung auch sehr viele Informationen gewinnen und durch ihren Laienblick auf die Textsorte der Geschäftskorrespondenz vielleicht auf interkulturelle

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Das Projekt lief im Zeitraum 2010–2012 und hatte das Ziel, die Unternehmenskommunikation in Ungarn unter textlinguistischem und interkulturellem Aspekt zu untersuchen. Das Projekt wurde durch den Neuen Széchenyi Plan gefördert, Projektnummer TÁMOP-4.2.1.B-10/2/KONV-2010-0001.

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> Die aufgenommenen Interviews befinden sich noch in der Phase der Transkription. Deshalb können wir die Informationen aus den Interviews erst in freier Formulierung zusammenfassend wiedergeben. Eine Feinanalyse ist jedoch geplant.

Hinweise aufmerksam werden, die professionelle Übersetzer/innen ganz anders bewerten könnten.

Die Firmen haben ihren Sitz in Nordostungarn, vor allem im Komitat Borsod-Abaúj-Zemplén. Die Logistik ist in diesem Komitat eine gut positionierte Branche in Forschung und Lehre. Es gibt mehrere Ausbildungsorte für Logistiker/innen auf der Ebene der Berufsbildung in der Mittel- und Oberstufe. Die Universität Miskolc hat ein selbständiges Institut für Logistik, wo Diplomlogistiker/innen auf BA- und MA-Stufe ausgebildet werden. Die logistischen Forschungen dieses Instituts sind nicht nur von nationaler sondern auch von internationaler Bedeutung. 18 Im Komitat Borsod-Abaúj-Zemplén sind im Firmenregister 76 kleine und mittelständische Firmen registriert, die Logistik als ihren zentralen Tätigkeitsbereich angegeben haben. Der Begriff Logistik bezeichnet hier die grundlegenden Tätigkeitsbereiche der Logistik, wie Lagerlogistik, Lieferungslogistik, Beschaffungslogistik und Informationslogistik (vgl. Illés 2012). Unter den Firmen dieser Untersuchung sind Lagerungsfirmen, Lieferungsfirmen, Warenbeförderungsfirmen, Entsorgungsfirmen und Umschlagfirmen zu finden. Diese Tätigkeitsbereiche erfordern oft eine mehrsprachige Kommunikation mit ausländischen Partnern, da die einzelnen Schritte Tätigkeitsbereiche oft mit einem intensiven Geschäftsbriefwechsel verbunden sind. Diese Firmen konnten wir durch die Firmenregister und durch die Kontakte des Instituts für Logistik der Universität Miskolc erreichen. 19 Drei Fragen des Fragenkatalogs bezogen sich auf die Geschäftskorrespondenz. Dabei fokussierten wir uns auf Einstellungen und Meinungen zur Formulierungsfreiheit vs. Standardisierung der Briefsorten der Logistik und auf die wahrgenommenen Möglichkeiten individueller, kreativer Formulierungen. Auch die interkulturellen Unterschiede der deutschen und ungarischen geschäftlichen Briefkultur waren ein Thema der Interviews. Hier werden die Informationen aus den Interviews herausgefiltert und typische Meinungen hervorgehoben.

#### 6.1 Antworten auf Frage 1: Interkulturalität

Die erste Frage des Interviews lautete: "Gibt es Ihrer Meinung nach Unterschiede in der Art und Weise, in der Formulierung oder in der Gestaltung zwischen den deutschen und ungarischen Geschäftsbriefen? Wenn ja, welche sind diese?" Die Mitarbeiter/innen der befragten Firmen vertraten in der Mehrheit die Meinung, dass die deutschen Geschäftsbriefe rigoroser und formbewusster sind als die ungarischen. Besonders Übersetzer/innen, die in Firmen angestellt sind, waren der Meinung, dass die von ungarischen Textproduzenten in deutscher Sprache verfassten Geschäftsbriefe länger sind als die Briefe der deutschen Partner, weil der ungarische Partner sicher gehen will, dass er verstanden wird. So begleiten auch die einfacheren Informationen längere Erklärungen oder dieselben Informationen werden mit anderen lexikalischen Mitteln wiederholt. Die von ungarischen Textproduzenten verfassten deutschsprachigen Geschäftsbriefe sind oft umständlicher bei der Formulierung von Bitten

<sup>18</sup> Über das Forschungs- und Lehrprogramm des Instituts sind zahlreiche Informationen in englischer Sprache unter der Webadresse http://www.alt.uni-miskolc.hu/en/home/ zu finden.

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> Unser besonderer Dank gilt dem Direktor des Instituts für Logistik der Universität Miskolc, Professor Béla Illés, der uns beim Kontaktaufbau zu den Firmen sehr viel geholfen hat.

und Problemen als die deutschen Briefe, meinten unsere Probanden fast einstimmig. Dies zeigt sich auch darin, begründeten die Übersetzer/innen, dass sie viel häufiger das Wort "bitte" in ihren Briefen verwenden als es eigentlich aus dem Aspekt der Höflichkeit nötig wäre, aber von ihnen wird erwartet, dass sie "im Stil ihrer Auftraggeber" (zitiert aus einem Interview mit einer fest angestellten Dolmetscherin einer großen Lieferungsfirma) übersetzen. Das kommunikative Ziel in der ungarischen Firma ist, auch auf diese Weise die schwierige Lage zu unterstreichen und nachdrücklich um Hilfe zu bitten, erklärte uns der Übersetzer einer großen Lieferungsfirma aus der nordungarischen Region. In diesem Zusammenhang haben viele Firmenleiter/innen auch hervorgehoben, dass sie den Sprechakt der Danksagung oft nicht nur als Schlussformel benutzen, sondern sie legen Wert darauf, auch im Textteil (oft in separaten ganzen Sätzen mehrmals darauf zurückkommend) ihren Dank (fast Dankverpflichtung) dem deutschen Geschäftspartner gegenüber auszusprechen. Die Übersetzer/innen, die in den von uns befragten logistischen Firmen arbeiten, hatten des Öfteren das Problem erwähnt, dass die Geschäftsführer/innen von ihnen erwarten, dass sie ihre in ungarischer Sprache formulierten Briefe wortwörtlich ins Deutsche übersetzen und sie sich an die ungarischen sprachlichen Konventionen halten. Sie finden solche Entscheidungen problematisch, weil in solchen Fällen in einem Beschwerdebrief beispielsweise der Imperativ intensiver verwendet werden muss als es im Deutschen ihrer Meinung nach angebracht sei.

#### 6.2 Antworten auf Frage 2: Möglichkeiten der Individualisierung

In dem zweiten Teil der Interviews wollten wir erfahren, ob es für die logistischen Firmen kommunikativ wichtig ist, sich individuell auszudrücken. Wir haben die Frage so formuliert: "Finden Sie es für den Erfolg und bei der Positionierung Ihrer Firma wichtig, dass Sie in Ihren Geschäftsbriefen einen eigenen, persönlichen Stil verwenden? Oder sind Sie der Meinung, dass in den Geschäftsbriefen ein unpersönlicher, firmenneutraler Stil eher charakteristisch ist?" In der Beantwortung dieser Frage konnten wir einen sehr interessanten Trend beobachten. Einerseits gibt es Unterschiede je nach Firmengröße. Großfirmen tendieren weniger zur Individualisierung. Das bedeutet, dass sie Kundenbriefe oder Werbebriefe nicht individuell formulieren, sondern als "Generalbrief oder Rundbrief" an die deutschen Partner schicken. Kleine oder mittelständische Unternehmen hingegen legen viel mehr Wert darauf, dass sie bei Akquisitionen persönlich und kreativ formulieren. Dass sie in ihren Formulierungen von anderen Anbietern abweichen, halten sie für eine wichtige Markt- und Kommunikationsstrategie ihrer Firma. Dies bedeute für sie mehr Aufwand, betonten sie, aber sie hätten auch noch nicht so viele Stammkunden, dass sie sich einen "unpersönlichen Stil leisten könnten" (zitiert aus einem Interview mit einem Firmenleiter einer mittelständischen Lieferungsfirma).

Weitere Unterschiede zeigten sich in der thematischen Entfaltung der Geschäftsbriefe und in der Art der Geschäftsbeziehung. Im Falle von Problemfällen, Missverständnissen oder Beschwerden kommuniziere man im Allgemeinen distanzierter und unpersönlicher. Die ungarischen Textproduzenten (im Allgemeinen die Übersetzer/innen der Firma oder Geschäftskorrespondenten mit Fremdsprachenkenntnissen) benutzen beispielsweise in

solchen Fällen in ihren deutschsprachigen Geschäftsbriefen bewusst intensiver Funktionsverbgefüge oder Passivkonstruktionen und versuchen sich direkt eines Wortschatzes aus der Rechtssprache zu bedienen. Diese Merkmale entsprechen dem Stil der Ratgeberbücher zur Formulierung von Geschäftsbriefen. In den befragten Firmen werden oft Musterbriefe oder Mustersätze aus Briefsammlungen in diesen Fällen bevorzugt, oder man legt den Text aus Textbausteinen zusammen, u. a. mit Hilfe der PONS Bürokommunikation. Einladungstexte formulieren sie aber in der Mehrheit individuell. In diesem Fall arbeiten sie meistens nicht mit Muster- oder Austauschsätzen, wie sie uns erzählten, da es eine Erwartung der Chefetage sei, "keine Masseneinladung" (zitiert aus einem Interview mit einem Übersetzer einer mittelständischen Lieferungsfirma) zu "produzieren", was der guten Geschäftsbeziehung schaden könnte und die Einladung unpersönlich mache.

#### 6.3 Antworten auf Frage 3: Standardisierung

Die Frage der Standardisierung wurde in unseren Interviews sehr unterschiedlich interpretiert. Die konkrete Frage lautete: "Sind Sie der Meinung, dass die Standardisierung des schriftlichen Geschäftsverkehrs die Kommunikation effektiver macht oder eher nicht? Was meinen Sie über Geschäftsbriefe, die den Iso-Standardisierungen nicht streng folgen?" Es gab Firmenleiter/innen, die es störend finden, dass in der Geschäftskommunikation alles geregelt wird. Eine Person erklärte exemplarisch, dass man gerade in der Lieferungsbranche sehr wenige Möglichkeiten habe, freier, interessanter oder kreativer zu formulieren. Das könne man auch schon am Beispiel der Firmennamen erkennen, sagte er, da alle Firmennamen etwa mit dem Wort "Trans" oder "Transport" anfangen müssten, um ihre Tätigkeit gemäß Handelsgesetzbuch entsprechend zu signalisieren. Die Standardisierung sei aber notwendig Textvorlagen (Formularen) für Lieferscheine, Bestellscheine, Empfangsbestätigungen, weil diese in den anderen Sprachen anders formatiert seien und man deshalb Sprachkenntnisse haben müsse, um diese auszufüllen, und die Fahrer selbst dies deshalb nicht immer könnten. Das bedeute, erklärten die Firmenleiter/innen, mehr Aufwand und viel mehr Spracharbeit. Das könne man in Zukunft minimieren. Die Übersetzer/innen vertreten in dieser Frage oft die Meinung, dass sie es überflüssig fänden, die Dokumentation von Lieferungen mehrsprachig zu führen, da die Eckdaten klar seien. Die Übersetzung machen sie in diesen Fällen nach standardisierten Vorlagen. Textvorlagen seien für sie zeitsparend. Sie müssten aber alle Verträge oder andere verbindliche Texte wie Absatzgarantie in jedem Fall genau mit schon vorhandenen Texten vergleichen, da Abweichungen in den Bedingungen vorkommen könnten. Sie interpretierten es als Fehler, wenn sie in diesen Fällen auch nur mit Vorlagetexten arbeiten würden, in denen sie mechanisch nur die Lieferanten, Mengen und Produktenamen austauschen würden.

## 7 Schlussfolgerungen

Diese Untersuchung hat gezeigt, dass obwohl die gesetzlichen Bestimmungen zum Geschäftsbriefverkehr in verschiedenen Ländern sehr ähnlich sind, die länder- oder

sprachspezifischen Gepflogenheiten der allgemeinen Kommunikation auch im Geschäftsleben zu typischen Abweichungen führen können. Wie die Interviews gezeigt haben, neben aller Standardisierung und Formulierungsvorlagen ist für die Firmen die individuelle Gestaltung eines Geschäftsbriefs wichtig, und kann sogar beim Erfolg der Firma eine Schlüsselrolle spielen. Auf dem globalisierten Markt der Logistik und Lieferung kann ein individuell und firmenspezifisch gestalteter Geschäftsbrief die Aufmerksamkeit wecken und potenzielle Besteller mehr ansprechen als ein vorformulierter Geschäftsbrief. Hier ist aber zu bemerken, dass die Möglichkeiten und Grenzen von dem eigentlichen Geschäftsakt abhängig sind. In den rechtskräftig geregelten Fällen wie Vertrag, Mahnung oder verbindliche Bestellung stehen nicht der Aufbau und die Erhöhung des Firmenimages im Vordergrund. In den Fällen, in denen man mit neuen oder alten Kunden geschäftliche Kontakte pflegt, müsste die firmeneigene Gestaltung der Geschäftsbriefe mehr Raum und Bedeutung bekommen. Wie ein Firmenmanager betonte, aus den grauen und nichtssagenden Bestellscheinen kann man mit Kreativität firmenspezifische Marketingtricks entwickeln.

Die obigen Feststellungen sind aus dem Aspekt der Übersetzungspraxis interessant, zeigen aber auch auf, dass die einstimmige Behauptung der Translationswissenschaft, dass man bei der Ausführung der Übersetzungsarbeit den Empfänger in den Mittelpunkt stellen soll (vgl. Holz-Mänttäri 1984), in der alltäglichen Übersetzungspraxis nicht restlos verwirklicht wird. In diesen Beispielen und Meinungen kommt es des Öfteren vor, dass der Sender – der Auftraggeber –, im Mittelpunkt steht und die nicht studierten Übersetzer/innen viel mehr Wert darauf legen, den Auftrag aus dem Gesichtspunkt des Geschäftsführers/der Geschäftsführerin auszuführen und den Wünschen des Firmenleiters/der Firmenleiterin gegenüber der Übersetzung auch dann versuchen nachzukommen, wenn sie damit bewusst oder unbewusst die Kommunikationsregeln der Zielsprache verletzen. Diese Arbeitsweise der nicht professionellen Übersetzer/innen kann Missverständnisse und Kommunikationsbrüche als Folge haben. Das führt zu Verlusten im Geschäft und was man an Kosten für eine professionelle Übersetzung gespart hat, kann man nicht auf der Seite einer positiven Bilanz verbuchen.

Das Problem der professionellen und nicht professionellen Übersetzung wird auch von Krenzler-Behms (2011) erwähnt. In Anlehnung an Nord (1998) weist sie bei der Beurteilung der Qualität eines Übersetzungsauftrags darauf hin, dass nur in Kenntnis des Übersetzungsziels ein Urteil gefällt werden kann. Sofern sich die Arbeitsweise von professionellen und nicht professionellen Übersetzer/innen im Hinblick auf das Ziel unterscheiden, ist es verständlich, dass die Übersetzungen selbst ganz andere Translate darstellen werden. Für nicht professionelle und nicht studierte Übersetzer/innen scheint die Person, die den Auftrag gibt, die autoritäre Macht zu symbolisieren, nach dessen Geschmack zu übersetzen ist. Demgegenüber konzentrieren sich professionelle Übersetzer/innen auf den Kunden, der den Text bekommen wird. Diese Zielsetzungen beeinflussen die Übersetzungsstrategien (Krenzler-Behms 2011: 165). Nicht professionelle Übersetzer/innen können deshalb Strategien wählen, die die interkulturellen Unterschiede noch vertiefen oder auf die Geschäftspartner fremd wirken und Merkmale der Ausgangssprache wiederspiegeln.

So kann schließlich ein übersetzter Text des Geschäftslebens seine Funktion nicht oder nur teilweise erfüllen.

#### Literatur

Adamzik, Kirsten. 2010. Texte im Kulturvergleich. MedienTextKultur 17. 17-41.

Arntz, Rainer. 1990. Überlegungen zur Methodik einer Kontrastiven Textologie. In Rainer Arntz (Hrsg.), Übersetzungswissenschaft. Ergebnisse und Perspektiven, 393–404. Tübingen: Narr.

Baetge, Jörg & Klaus Rainer Kirchhoff (Hrsg.). 1997. Der Geschäftsbericht. Wien: Passagen Verlag.

Bolten, Jürgen. 2003. Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. In Alois Wierlacher & Andrea Bogner (Hrsg.), *Handbuch Interkulturelle Germanistik*, 175–182. Stuttgart & Weimar: Metzler.

Brünner, Gisela. 2000. Wirtschaftskommunikation. Linguistische Analyse ihrer Formen. Tübingen: Niemeyer.

Demarmels, Sascha & Wolfgang Kesselheim (Hrsg.) 2011. Textsorten in der Wirtschaft. Berlin & London: VS Verlag.

Ermert, Karl. 1979. *Briefsorten. Untersuchungen zu Theorie und Empirie der Textklassifikation*. Tübingen: Narr. Fix, Ulla. 2002. Sind die Textsorten kulturspezifisch geprägt? Plädoyer für einen erweiterten Textsortenbegriff. In Peter Wiesinger (Hrsg.), *Akten des X. Internationalen Germanistenkongresses*, 173–178, Bd. 2. Frankfurt am Main: De Gruyter.

Gabler Wirtschaftslexikon. Online verfügbar unter: https://wirtschaftslexikon.gabler.de/

Gester, Silke & Erika Kegyes (Hrsg.). 2015. Quo vadis, DaF? II. Betrachtungen zu Deutsch als Fremdsprache in den Visegr\u00e4d-L\u00e4ndern. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Illés, Béla. 2012. Logisztika a tudományban és a gazdaságban (Logistik in der Wissenschaft und in der Wirtschaft). In Mária Illésné Kovács, Erika Kegyes & Renate Kriston (Hrsg.), *Logisztika, szaknyelv és szaknyelvoktatás* (Logistik, Fachsprache und Fachsprachenunterricht), 3–11. Miskolc: Miskolci Egyetem.

Holz-Mänttäri, Justa. 1984. Translatorisches Handeln. Theorie und Methode. Helsinki: Suomalainen Tiedeakatemia.

Höhne, Steffen. 1992. Vorüberlegungen zu einer fachsprachlichen Analytik. In Theo Bungarten (Hrsg.), Beiträge zur Fachsprachenforschung. Sprache in Wissenschaft und Technik, Wirtschaft und Rechtswesen. Bd. 1. (= Hamburger Linguistische Arbeiten), 100–114. Hamburg: Attikon.

Höppnerová, Vera. 2013. Zur morphologisch-syntaktischen Charakteristik der Handelskorrespondenz. *Fachsprache* 3–4. 118–139.

Hundt, Markus. 2000. Textsorten des Bereichs Wirtschaft und Handel. In Klaus Brinker, Gerd Antos & Wolfgang Heinemann (Hrsg.), *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch*, 642–658. Berlin & New York: De Gruyter.

Koch, Wolfgang. 2013. Geschäftskorrespondenz. In Mary Snell-Hornby, Hans Hönig, Paul Kußmaul & Peter A. Schmitt (Hrsg.), *Handbuch Translation*, 205–208. Tübingen: Narr.

Konczos-Szombathelyi, Márta. 2008. *Kommunikáló kultúrák* (Kommunizierende Kulturen). Budapest: L'Harmattan.

Koskensalo, Annikki. 2002. Der Geschäftsbrief. Zur funktionalen Erklärung einer Textsorte in der Linguistik der Wirtschaftskommunikation. Hamburg: Attikon.

Krenzler-Behm, Dinah. 2011. Korrekturlesen – mehr als nur ein notwendiges Übel. In Niina Nissilä & Nestori Siponkoski (Hrsg.), *Kieli ja etiikka, käännösteoria, ammattikielet ja monikielisyys: VAKKI-symposiumi XXXI. Vaasa 11.–12.2.2011* (Sprache und Ethik, Übersetzungstheorie, Sprachen und Mehrsprachigkeit: VAKKI-Symposium XXXI. Vaasa 11.–12.2.2011), 164–175. Vaasa: Vaasan yliopisto (Vaasan yliopiston käännösteorian, ammattikielten ja monikielisyyden tutkijaryhmän julkaisut 38 (Universität von Vaasa, Veröffentlichungen der Universität von Vaasa, Übersetzungstheorie, Sprache und Mehrsprachigkeit 38).

Lindroth, Heinzpeter. 2011. Unternehmenskommunikation. In Gert Ueding (Hrsg.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, Darmstadt: WGB. Bd. 10., 1332–1334.

Messing, Ewald E. J. 1928. Methoden und Ergebnisse der wirtschaftssprachlichen Forschung. Utrecht: Verlag o.A.

Nielsen, Martin. 2002. Wirtschaftskommunikation. Aspekte einer neu(er)en Disziplin. *Journal of Linguistics* 29. 217–245.

Nord, Christiane. 1988. Textanalyse und Übersetzen. Theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsrelevanten Textanalyse. Heidelberg: Groos.

### 34 Erika Kegyes

- Rentel, Nadine. 2010. Die stilistische Realisierung der Sprechakte Auffordern, Danken und Ankündigen negativer Konsequenzen in Geschäftsbriefen. Ein interlingualer Vergleich des Deutschen und des Französischen. *TRANS. Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften* 17. (http://www.inst.at/burei/CBand8.htm, letzter Abruf am 12.06. 2015)
- Rolke, Lothar & Volker Wolff (Hrsg.). 2000. Finanzkommunikation. Kurspflege durch Meinungspflege. Die neuen Spielregeln am Aktienmarkt. Frankfurt am Main: Frankfurter Allgemeine.
- Sandig, Barbara. 1986. Stilistik der deutschen Sprache. Berlin & New York: De Gryter.
- Silhanová, Renata. 2009. Textsorte Geschäftsbrief und die Entwicklungstendenzen der deutschen Geschäftskorrespondenz. *Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik* 14. 89–103.
- Silhanová, Renata. 2011. Lexikalische und phraseologische Aspekte der Textsorte Geschäftsbrief. Zlín: Universitätsverlag.
- Sowinski, Bernhard. 1986. Deutsche Stilistik. Frankfurt am Main: Metzler.
- Spillner, Bernd. 2002. Fachtexte im interkulturellen Vergleich. Kontrastive Pragmatik deutscher, finnischer und französischer Wirtschaftstexte. In Anita Nuopponen, Terttu Harakka & Rolf Tatje (Hrsg.), *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Forschungsobjekte und Methoden*, 144–164. Vaasa: Vaasan yliopisto.
- Steinhausen, Georg. 1891. Geschichte des deutschen Briefes. Unveränderter Nachdruck. Dublin & Zürich: Weidmann. 1968.
- Szwed, Iwona. 2013. Zum Ausdruck von Intentionen in deutschen und polnischen Geschäftsbriefen aus kontrastiver Sicht. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Wergen, Josef & Anette Wörner. 2002. Praktikus irodai kommunikáció (német) Praktische Bürokommunikation (Deutsch). München: Klett.
- Widén, Pertti. 1985. Interkulturelle Verständigung am Beispiel finnisch-deutscher Kommunikation. Lebende Sprachen 20. 167–170.

Rezension: Péteri, Attila. 2015. Satzmodusmarkierung im Europäischen Sprachenvergleich. Interrogativsätze im Deutschen und im Ungarischen mit einem typologischen Ausblick auf andere europäische Sprachen. Frankfurt: Peter Lang. Szegediner Schriften zur germanistischen Linguistik 4. 261 S. (ISBN: 978-3-65927-4)

Peter Öhl

#### Allgemein/ Überblick 1

Diese Monographie stellt die überarbeitete Fassung der Habilitationsschrift des Autors von 2011 dar, die er 2012 an der Eötvös-Loránd-Universität Budapest erfolgreich verteidigt hat. Sie enthält empirische Untersuchungen zum Satzmodus, also der satzmodalen Unterteilung von Sätzen hinsichtlich möglicher Funktionen wie deklarativ, interrogativ, imperativ, exklamativ, optativ, insbesondere aber zu den unterschiedlichen Arten von Interrogativsätzen, die schwerpunktmäßig im Rahmen eines funktionalen Satzmodusmodells in Anlehnung an die Arbeiten von Forscherinnen und Forschern um Hans Altmann in München (vgl. Altmann 1987; 1993; Altmann, Batliner & Oppenrieder 1989 und die Diskussion in Meibauer, Steinbach & Altmann 2013) detailliert und sprachvergleichend betrachtet werden. Die Daten wurden über einen Zeitraum von 10 Jahren vor allem aus mehreren Korpora des Deutschen und des Ungarischen, aber auch aus den Sprachen Latein, Englisch, Italienisch, Russisch, Albanisch, Finnisch und Türkisch gesammelt – also insgesamt 9 verschiedenen europäischen Sprachen, die sowohl typologische Unterschiede als auch Gemeinsamkeiten aufweisen. Die Kapitelgliederung (ohne die zahlreichen Unterkapitel) ist wie folgt:

Statt eines Mottos: ein Beispieltext (9) Statt eines Vorwortes: in medias res (11)

- Theoretischer Hintergrund (15) 1
- 2 Interrogativsätze in ausgewählten europäischen Sprachen. Ein "eurotypologischer Überblick" (51)
- Interrogativsätze im Deutschen (103) 3
- 4 Interrogativsätze im Ungarischen (151)
- 5 Zusammenfassung und Ausblick (201)
- Verzeichnis der Abkürzungen und Symbole (205) 6
- 7 Literatur (207)

2018 Peter Öhl. Rezension: Péteri, Attila. 2015. Satzmodusmarkierung im Europäischen Sprachenvergleich. Interrogativsätze im Deutschen und im Ungarischen mit einem typologischen Ausblick auf andere europäische Sprachen. Zeitschrift für Sprache und Sprachen, 35-40. Kontakt: Peter Öhl, GeSuS e.V.

eMail: oehl@gesus-info.de

Die Kapitel enthalten weiter spezifizierte Unterkapitel: Das erste Kapitel behandelt die Kategorie des Satzmodus und insbesondere die Subkategorie 'Interrogativ' und die typologischen Optionen der Markierung von Interrogativsätzen. Das zweite Kapitel diskutiert die Rolle der Sprachtypologie für den deutsch-ungarischen Vergleich und stellt zunächst Entscheidungsinterrogativsätze, dann Ergänzungsinterrogativsätze in den Sprachen Latein, Englisch, Italienisch, Russisch, Albanisch, Finnisch und Türkisch dar. Die Kapitel 3 und 4 behandeln das Satzmodussystem, insbesondere und Funktion Form von Entscheidungsinterrogativsätzen (vom Autor abgekürzt als ENTI) und Ergänzungsinterrogativsätzen (vom Autor abgekürzt als ERGI), im Deutschen und im Ungarischen.

### 2 Zum Inhalt der einzelnen Kapitel

Im Kapitel 1, Theoretischer Hintergrund, wird der verwendete Satzmodusbegriff definiert. Dieser ist zunächst funktional motiviert: Sätze seien formale Gebilde, deren grammatische Analyse aufgrund einer kommunikativen Leistung vorzunehmen ist (S. 15; in Anlehnung an Zifonun, Hoffmann & Strecker 1997: 597), und Satzmodus sei auf der Schnittstelle zwischen Grammatik und Pragmatik zu definieren (in Anlehnung an Altmann 1987: 23). Demgegenüber werden rein pragmatische Ansätze abgegrenzt, die auf Searles (1979) Modell der illokutionären Akte basieren, sowie formale, vorwiegend generative Ansätze wie die von Brandt, Reis, Rosengren & Zimmermann (1992) und Lohnstein (2000), die Satzmodus als einen Referenztyp betrachten, von dem illokutive Funktionen erst abgeleitet werden. An manchen Stellen verwendet der Autor den hier m. E. etwas verwirrenden Terminus "postgenerativ" (z. B. S. 16; 40), der in den späten 80er Jahren als Reaktion auf den generativen Vorschlag einer Tiefenstruktur für die Rückkehr zur oberflächenorientierten Syntax verwendet wurde (vgl. Zifonun 1987).

Der Autor schlägt schließlich vor, einen gemeinsamen Nenner der verschiedenen Positionen zu suchen, indem unterschiedliche Konzeptualisierungen propositionaler Strukturen getrennt von der Sprechereinstellung betrachtet werden, die "ein häufiges begleitendes Merkmal, jedoch keine unentbehrliche Komponente der Satzmodusbedeutung" darstelle (S. 17). Semantische (in Form einer knappen Darstellung des Modells indexabhängiger Propositionen von Groenendijk & Stokhof 1984) und pragmatische Aspekte von Interrogativsätzen werden bezugnehmend auf die einschlägige Literatur umrissen und die These vertreten, dass "die pragmatische Interpretation auf die semantische zurückwirkt" (S. 21). Schließlich wird auf die formalen Merkmale der potentiell mit Interrogativität assoziierten Satztypen eingegangen.

Im Zusammenhang mit der lexikalischen Markierung werden die Möglichkeiten der Abgrenzung von Modalpartikeln, die in Sprachen wie Deutsch, aber auch Ungarisch gängig sind, gegenüber Interrogativpartikeln diskutiert, wie sie in den im nächsten Kapitel besprochenen Sprachen Türkisch, Finnisch, Russisch und Albanisch verwendet werden, und bereits angedeutet, dass es zum Teil fließende Übergänge gebe. Ebenso wird den sog.

'question-tags' vom Typ 'nicht wahr?' zugeschrieben, dass sie sich zu Markern von Interrogativsätzen entwickeln können, was später durch den Vergleich deutscher und ungarischer Daten untermauert werden soll. Des Weiteren wird die Abgrenzungsproblematik von indefiniten, relativen und interrogativen Pronomen und Phrasen hingewiesen. Hierauf werden die relevanten syntaktischen Bedingungen erläutert, neben Verbstellung und Stellung der interrogativen Phrasen auch die informationsstrukturelle Serialisierung und insbesondere die Fokussierung, sowie die besondere Bedeutung des Satzanfangs.

Eine besondere Rolle spielt in diesem Buch die Prosodie, d. h. die suprasegmentalen Merkmale von Sätzen, im Zusammenhang mit Interrogativen bzw. mit Fragen. Der Autor schließt sich Altmann (1987) in der Ansicht an, dass die Intonation vorwiegend grammatische Funktion habe und kritisiert Ansätze, die in seinen Augen die "diskrete Abgrenzbarkeit einzelner Satztypen mithilfe der Intonation (verleugnen) (!)" (S. 42) und sie in die Reihe der pragmatischen Marker stellen – etwa als Indikatoren der Fragefunktion einer Äußerung (Reis 1992: 219). Als Grundsatzfrage wird formuliert (S. 44): "Dient die Intonation grundsätzlich zur Markierung grammatischer Satztypen oder Illokutionstypen?" An dieser Stelle werden Messungen des Grundfrequenzverlaufs in Deklarativ- bzw. Interrogativsätzen des Deutschen und des Ungarischen dargestellt, von deren Art im weiteren Verlauf des Buchs wiederholt Tests aus verschiedenen Sprachen präsentiert werden. Die Intonation sei im Deutschen und Ungarischen und "auch in anderen europäischen Sprachen in hohem Maße konventionalisiert und (diene) in erster Linie zur Markierung der Satzmodi bzw. einzelner Untergruppen im Satzmodussystem" (S. 46).

Kapitel 2 dient sowohl der Veranschaulichung der vertretenen Thesen anhand verschiedener europäischer Sprachen, als auch dem Plädoyer für den Nutzen des typologischen Vergleichs. Aus sieben Sprachen werden zunächst die ENTI, dann die ERGI besprochen. Nach einem kurzen Exkurs in die Statistik zur typologischen Markierung des ENTI aus dem World Atlas of Language Structures (WALS 2005) - so verwenden außer dem Rumänischen alle osteuropäischen Sprachen Interrogativpartikeln, während diese im Westeuropäischen nur in keltischen Sprachen vorkommen - werden die Optionen der Markierung in den verschiedenen Sprachen anhand von Beispielen veranschaulicht. Aus allen Sprachen außer Latein werden Oszillogramme intonatorischer Messungen präsentiert. In manchen Sprachen, so in Latein und Englisch, wird die 'tag-question' als besonderer Markierungstyp diskutiert, dies mitunter auch im Zusammenhang mit der Intonation. Beispiele für die Verwendung von Interrogativpartikeln kommen aus Russisch, Finnisch, Albanisch und Türkisch. Der Abschnitt über ERGI wird mit einer etymologischen Betrachtung der Interrogativpronomina in indogermanischen Sprachen eingeleitet, sowie mit einer Diskussion der Syntaxproblematik (w-Voranstellung vs. w-in-situ) und der Frage der Abwesenheit einer mit den ENTI vergleichbaren Intonationskurve. Entsprechendes wird wieder an den sieben Sprachen veranschaulicht, ebenfalls unter Verwendung von Oszillogrammen.

Von den beiden im größeren Detail besprochenen Sprachen wird als nächstes auf das Deutsche eingegangen, das hierauf mit dem Ungarischen verglichen wird. Hierzu werden Textkorpora ausgewertet, die der Autor zum Teil selbst zusammengestellt hat: 1. Plenarsitzungsprotokolle des Deutschen Bundestags bzw. des Ungarischen Landtags; 2. Gespräche von Schülern und Studenten; 3. Texte aus deutschen und aus ungarischen Dramen. Insgesamt umfassen die deutschen Korpora gut vier Millionen, die Ungarischen Korpora gut viereinhalb Millionen Wörter. Nach einigen Erläuterungen zu den Teilkorpora und einem rückblickenden Vergleich mit dem Althochdeutschen, das nach Ansicht mehrerer Autoren noch Hinweise auf die Existenz von Interrogativpartikeln im Germanischen aufweist, werden die deutschen Korpora hinsichtlich der im Nhd. gängigen Markierungsmöglichkeiten analysiert. Hinsichtlich der ENTI wird zunächst insbesondere auf die 'question-tags', auf Modalpartikeln, und auf die Verbstellungsoptionen eingegangen, wobei Versicherungsfragen vom Typ 'Dann stör ich also?' (S. 121) als V2-ENTI kategorisiert werden. Nach einem kurzen Exkurs zur Informationsstruktur wird wiederum mithilfe von Oszillogrammen die intonatorische Markierung von Frage(sätze)n dargestellt. Die ERGI werden in Bezug auf die Stellung der w-Phrasen, die Verwendung von Modalpartikeln, die Verbstellung und, wiederum ausführlicher, die Prosodie besprochen.

Das Kapitel über die ungarischen Interrogative wird von der Darstellung sprachgenetischer und grammatischer Besonderheiten des Ungarischen (Diskurskonfigurationalität; Stellungsoptionen des Verbs und der Verbpartikeln) eingeleitet. Bei der Besprechung der ENTI nimmt die Unterscheidung von Interrogativ- und Modalpartikeln einen besonderen Raum ein, auch wird wiederum auf die sog. 'question-tags' eingegangen, sowie die intonatorische Markierung dargestellt. Besonderheiten der ungarischen ERGI betreffen die Stellungsoptionen und die Prosodie der Interrogativphrasen in Relation zur Verbstellung und zu fokussierten und topikalisierten Konstituenten, sowie die Stellung der Modalpartikeln.

Zusammenfassend wird die Feststellung getroffen, dass hinsichtlich des ENTI, wie in einem guten Teil der vorher besprochenen europäischen Sprachen, im Ungarischen "die lexikogrammatische Markierung primär gegenüber der Syntax" sei (S. 201). Hingegen basiere die deutsche ENTI-Markierung "in erster Linie auf der syntaktischen Struktur" (ibd.). Doch würden im Ungarischen wie im Deutschen sowohl Modalpartikeln als auch 'question-tags' zur Markierung beitragen. Beim ERGI wird die Rolle der Modalpartikel denn besonders hervorgehoben, die unter Bezugnahme auf die Arbeiten von Thurmair (1989; 2013). Bezügich der Syntax gehören sowohl Deutsch als auch Ungarisch zu den Sprachen mit bevorzugter Voranstellung der Interrogativphrasen, obgleich "die Wortstellung im Ungarischen grammatisch weitgehend undeterminiert" sei (S. 202).

### 3 Gesamtkritik

Es handelt sich um eine sehr gründliche Arbeit, die einen großen Teil der einschlägigen Literatur berücksichtigt, wenngleich mit einem eindeutigen Schwerpunkt auf der funktional argumentierenden Seite. Das Werk kann allein schon durch die Fülle der besprochenen Daten aus dieser vergleichsweise großen Zahl untersuchter Sprachen begeistern, welche für alle, die auf ähnlichen Gebieten arbeiten, von großem Nutzen sein können. Die große Stärke der Arbeit liegt also eindeutig im empirischen Bereich. Es läge mir normalerweise fern, die Verwendung eines bestimmten Erklärungsansatzes zu kritisieren, zumal die funktionalen Modelle ja wohletabliert sind. Da der Autor aber nach eigenen Worten einen Konsens sucht (S. 17), will ich mir hierzu doch einige wenige Anmerkungen erlauben.

Es liegt im Wesen funktionaler Ansätze, dass zwischen strukturellen Merkmalen sprachlicher Äußerungen und den Eigenschaften des kommunikativen Zwecks, den sie erfüllen können, Parallelen gezogen werden. Diese führen oftmals zu dem Schluss, erstere seien auf letzteren begründet. Somit wird zwischen den formalen Regeln einer Grammatik und den Sprecherkonventionen, die in der Konversation zu bestimmten Zwecken zum Einsatz kommen, keine so klare Trennlinie gezogen, wie in formalen Ansätzen.

Ein gängiges Beispiel stellt die Prosodie dar. In formalen Ansätzen wird natürlich keineswegs geleugnet (vgl. S. 42), dass prosodische Merkmale grammatikalisiert sein können. Sie sind es mit hoher Wahrscheinlichkeit in vielen sprachlichen Systemen, wenn diese z.B. keine andere Art der Interrogativmarkierung verwenden. Doch werden prosodische Merkmale in Äußerungen vielfach paraverbal verwendet und stellen dann keine grammatischen Merkmale dar. Wenn also die Intonation in bestimmten Sprachen zur Kennzeichnung von Fragehandlungen verwendet wird, erlaubt dies nicht zwangsläufig den Rückschluss, dass sie dort der grammatischen Markierung von Interrogativsätzen dient. Meines Erachtens trifft dies bei Versicherungsfragen vom Typ 'Sie gehen (doch) regelmäßig in die Biblio thek' zu, wo die steigende Intonation zur Bestätigung einer Annahme auffordert (vgl. Öhl im Ersch.). Desgleichen hat die Modalpartikel hier keine grammatische Funktion, sondern signalisiert eine Sprechereinstellung. Wiederum kann man deshalb natürlich nicht behaupten, dass Modalpartikeln nicht grammatikalisiert werden können. Aber ob dies, wie der Autor in Bezug auf Thurmair (1991: 379) tendenziell annimmt (S. 136), für eine Modalpartikel wie denn als kann nicht allein grammatischer Marker deutscher **ERGI** gilt, durch Vorkommenshäufigkeit in Fragesituationen begründet werden. In einem formalen Ansatz müsste eben gezeigt werden, dass Interrogative dadurch unabhängig von bestimmten Verwendungssituationen markiert werden. Und dies ist, wie z. B. Thurmair (1989: 165–170) in ihrer in vielerlei Hinsicht herausragenden Arbeit selbst einräumt, nicht der Fall. Desgleichen sind 'tag-questions' formal betrachtet in Sprachen wie Deutsch wohl keine grammatischen Marker semantischer Interrogativität, sondern konventionalisierte Konversationselemente, die z.B. zur Adressierung dienen; sie kommen gerade in Interrogativsätzen überhaupt nicht vor. Wenn ein solcher Nachsatz in einer Sprache als grammatischer Marker betrachtet wird, sollte wiederum gezeigt werden, dass er auch unabhängig von bestimmten Verwendungssituationen auftreten kann.

All dies sind, so will ich hervorheben, keine Argumente, mit denen hier für einen formalen Ansatz plädiert werden soll, sondern Aspekte, die in einem Werk, das formale Ansätze mitberücksichtigen möchte, weiter diskutiert werden könnten. Da diese theoretische

Diskussion nicht den Schwerpunkt dieser Arbeit bildet, will ich nochmals betonen, dass sie in empirischer Hinsicht sehr viel bietet und Beachtung verdient, unabhängig davon, in welchem theoretischen Rahmen man die Daten betrachten würde. Auch in systematischer Hinsicht ist sie gelungen und sie liest sich sehr gut. Ein Index am Ende wäre vielleicht nützlich gewesen, doch eignet sie sich dank des transparenten Aufbaus auch ohne diesen als Referenzwerk und empfiehlt sich als solches für alle einschlägig Interessierten.

#### Literatur

- Altmann, Hans. 1987. Zur Problematik der Konstitution von Satzmodi als Formtypen. In Jörg Meibauer (Hrsg.), Satzmodus zwischen Grammatik und Pragmatik, 22–56. Tübingen: Niemeyer.
- Altmann, Hans. 1993. Satzmodus. In Joachim Jacobs, Arnim v. Stechow, Wolfgang Sternefeld & Theo Vennemann (Hrsg.), *Syntax. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*, 1006–29. Berlin: de Gruvter.
- Altmann, Hans, Anton Batliner & Wilhelm Oppenrieder (Hrsg.). 1989. Zur Intonation von Modus und Fokus im Deutschen. Tübingen: Niemeyer. (=Linguistische Arbeiten 234).
- Brandt, Margareta, Marga Reis, Inger Rosengren & Ilse Zimmermann. 1992. Satztyp, Satzmodus und Illokution. In Rosengren (Hrsg.), 1–90.
- Groenendijk, Jeroen & Martin Stokhof. 1984. On the Semantic of Questions and the Pragmatic of Answers. In Fred Landman & Frank Veltman (Hrsg.), *Varieties of Formal Semantics*, 143–170. Dordrecht: Foris.
- Lohnstein, Horst. 2000. Satzmodus kompositionell. Zur Parametrisierung der Modusphrase im Deutschen. Berlin: Akademie Verlag. (= Studia Grammatica 49)
- Meibauer, Jörg, Markus Steinbach & Hans Altmann. 2013. Kontroversen in der Forschung zu Satztypen und Satzmodus. In Jörg Meibauer, Markus Steinbach & Hans Altmann (Hrsg.), *Satztypen des Deutschen*, 1–19. Berlin & New York: de Gruyter.
- Öhl, Peter (im Ersch.). Bedeutung und Funktion von Satzarten. In Erika Kegyes (Hrsg.), *Sprachen, Literaturen und Kulturen im Kontakt. Beiträge der 25. Linguistik- und Literaturtage der GeSuS, Miskolc/Ungarn 2017.* Hamburg: Kovač. (Sprache und Sprachen in Forschung und Anwendung)
- Reis, Marga. 1992. Zur Grammatik und Pragmatik von Echo-w-Fragen. In Rosengren (Hrsg.), 213-261.
- Rosengren, Inger (Hrsg.). 1992. Satz und Illokution. Bd. 1. Tübingen: Niemeyer. (= Linguistische Arbeiten 278) Searle, John R. 1979. Expression and Meaning. Studies in the Theory of Speech Acts. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thurmair, Maria. 1989. Modalpartikeln und ihre Kombinationen. Tübingen: Niemeyer.
- Thurmair, Maria. 1991. Zum Gebrauch der Modalpartikel denn in Fragesätzen. Eine korpusbasierte Untersuchung. In Eberhard Klein, Françoise Pouradier Duteil & Karl Heinz Wagner (Hrsg.), Betriebslinguistik und Linguistikbetrieb. Akten des 24. Linguistischen Kolloquiums. Bremen, September 1989, 377–387. Tübingen: Niemeyer. (= Linguistische Arbeiten 260).
- Thurmair, Maria. 2013. Satztyp und Modalpartikeln. In Meibauer, Steinbach & Altmann (Hrsg.), 627-652.
- WALS 2005. Haspelmath, Martin, Matthew Dryer, David Gil & Bernard Comrie. 2005. The World Atlas of Language Structures. Oxford: Oxford University Press. Auch online: http://wals.info.
- Zifonun, Gisela. 1987. Postgenerative Grammatik oder zurück zur Oberflächensyntax? Rezension zu Peter Eisenberg. 1986. Grundriss der deutschen Grammatik. Stuttgart: Metzler. Zeitschrift für germanistische Linguistik 15.1. Deutsche Sprache in Gegenwart und Geschichte. Berlin & New York: de Gruyter. 37–45.
- Zifonun, Gisela, Ludger Hoffmann & Bruno Strecker. 1997. *Grammatik der deutschen Sprache*. 3 Bde. Berlin & New York: Walter de Gruyter.

#### I. Aktuelle Informationen

#### Rückblick Jahrestagung 2018/ Vorschau Jahrestagung 2019 (Peter Öhl)

2018 fanden die 26. GeSuS-Tage vom 05.-07. April in Montpellier statt, organisiert vom Département d'Allemand der Universität Paul Valéry, namentlich Prof. Michel Lefèvre. Das Motto des Kongresses war 'Traditionen und Erneuerungen'. Es gab drei Plenarvorträge und um die 100 Vorträge in 9 Arbeitskreisen, sowie ein liebevoll vorbereitetes Rahmenprogramm mit abschließenden Ausflügen zu historischen und landschaftlich schönen Stätten in der Region. Alle Informationen sind noch zu finden unter: http://gesus2018montpellier.com/

Wir danken unserem GeSuS-Mitglied Prof. Michel Lefèvre und seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die Vorbereitung und Durchführung des Kongresses an diesem schönen Tagungsort. Unser besonderer Dank gilt außerdem dem CREG (Centre de Recherches et d'Etudes Germaniques EA 4151) und der Region Occitanie für die finanzielle Unterstützung, die uns die Vergabe der beantragten Reisekostenzuschüsse ermöglichte, sowie dem Institut Protestant de Théologie und der Region Occitanie für die kurzfristige Hilfe bei der Beschaffung alternativer Räumlichkeiten.

Unsere Tagung schien ja 2018 zunächst unter keinem guten Stern zu stehen. Nicht nur der Flug- und Zugverkehr waren durch die zu der Zeit stattfindenden Streiks in Frankreich stark beeinträchtigt, auch das Universitätsgelände war durch demonstrierende Studierende und Polizeiposten nicht im vorgesehenen Maße zugänglich. So musste die Tagung im letzten Moment umquartiert werden, unter anderem in das Regierungsgebäude, das uns die Region Occitanie kurzfristig zur Verfügung gestellt hatte. Dazu, dass wir trotz allen infrastrukturellen und organisatorischen Schwierigkeiten eine so schöne Tagung in doch entspannter Atmosphäre hatten, haben alle beigetragen, die an der Tagung teilhatten, insbesondere aber natürlich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie studentischen Helferinnen und Helfer der lokalen Organisation.

Der Tagungsband, zu dem natürlich auch jene beitragen können, die die Tagung aufgrund der eben kurz umrissenen äußeren Umstände nicht wie geplant besuchen konnten, ist bereits in Vorbereitung. Die Einreichungsfrist ist der 15. August 2018. Alle relevanten Informationen zur Gestaltung und Einreichung Ihres Beitrags finden Sie unter dieser Adresse: http://gesus2018montpellier.com/tagungsband/

Mittlerweile erschienen sind die Konferenzbeiträge der Jahrestagung 2016 in Brno:

Janikova, Vera, Alice Brychová, Jana Veličková & Roland Wagner (Hrsg.) 2018. Sprachen verbinden. Beiträge der 24. Linguistik- und Literaturtage, Brno/Tschechien, 2016. Hamburg: Kovač. (Sprache und Sprachen in Forschung und Anwendung 6)

Im kommenden Jahr werden unsere Linguistik- und Literaturtage an der Universität Warschau stattfinden. Wir danken dem Institut für Angewandte Linguistik, namentlich Prof. Przemyslaw Gebal mit seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, für die Übernahme der lokalen Organisation. Als Termin sind Donnerstag bis Samstag in der letzten Maiwoche vorgesehen. Für diese Tagung werden wieder Projektmittel beim internationalen Visegrad-Fund beantragt, um beantragte Reisekostenzuschüsse und weitere Maßnahmen der Nachwuchsförderung zu ermöglichen. Alle relevanten Informationen werden beizeiten bekannt gegeben und auf einer Tagungs-Internetseite veröffentlicht.

### II. Bezug von Sprache & Sprachen

Wenn Sie "Sprache & Sprachen" abonnieren wollen, schicken Sie bitte folgenden Bestellschein oder eine Kopie davon ausgefüllt an:					
GESUS e.V., Robert J. Pittner, Steeler Str. 168, D-45884 Gelsenkirchen					
Wir bitten darum, Überweisungen auf das folgende GeSuS-Konto vorzunehmen:  Bank für Sozialwirtschaft München, Konto-Nr. 88 32 300, BLZ 700 205 00					
IBAN: DE95 7002 0500 0008 832300; BIC: BFSWDE33MUE.					
Bestellungen können auch per E-Mail aufgegeben werden (geht am schnellsten): robert.pittner@tu-dortmund.de					
Bestellung auch per Telefon möglich: +49-(0)209-1209441 (täglich 17-19h)					
☐ Hiermit abonniere ich die Zeitschrift <i>Sprache &amp; Sprachen</i> zum Preis von je 4 Euro je 0,85 EUR für Versandkosten (außerhalb Deutschlands je 3 Euro für Versandkosten) gegen jährliche Rechnung.					
Das Abonnement soll mit Ausgabe Nr beginnen.					
☐ Ich möchte gerne folgende Hefte nachbestellen (gegen Rechnung; Heftpreise wie angegeben; Versandkosten:					
je nach Bestellmenge 0,85 bzw. 1,40 EUR im Inland; 3,00 EUR bzw. 4,50 EUR ins Ausland):					
Name, Vorname:					
Straße, Hausnummer:					
Postleitzahl, Wohnort:					
Datum, Unterschrift:					

### III. Einreichung von Manuskripten

Bitte beachten Sie folgende Punkte bei der Einreichung eines Manuskripts:

- Ihr Manuskript muss folgende Elemente enthalten:
  - Titel, Name des Autors/der Autorin/der AutorInnen
  - Abstract von max. 200 Wörtern
  - Text zwischen 5000-10000 Wörtern (inklusive Fußnoten und Literaturverzeichnis)
  - Die Anzahl der Fußnoten (keine Endnoten) soll auf ein Minimum beschränkt sein.
  - $\hbox{-} Abbildungen \ und \ Tabellen \ im \ Text \ integrieren \ und \ fortlaufend \ nummerieren. \\$
  - Beispielsätze in einer anderen Sprache als Deutsch glossieren und übersetzen und Beispiele fortlaufend nummerieren.
  - Vollständiges Literaturverzeichnis (Nachname, Vorname. Publikationsjahr. Titel. Verlagsort: Verlag, Seitenzahlen (falls Artikel)
- Minimale Formatierung, Text in Times oder Times New Roman 12pts.
- Manuskript als PDF speichern und als Anhang einer E-Mail an die Adresse der Redaktion (redaktion@gesus-info.de) schicken und im E-Mail-Text bitte Titel des Manuskripts, Anschrift und Wörterzahl angeben.

Bitte beachten Sie, dass Ihr Manuskript vor Einreichung von jemandem mit muttersprachlichen Kenntnissen durchgesehen werden soll, wenn Sie nicht selbst Muttersprachler des Deutschen sind. Dasselbe gilt für Beiträge in Englisch. Die Redaktion trifft nach Erhalt Ihres Manuskripts innerhalb eines Monats eine Entscheidung, ob Ihr Manuskript in den Begutachtungsprozess gegeben wird. Bitte bestätigen Sie bei Einreichung Ihres Manuskripts, dass Sie dieses nicht auch bei einer anderen Zeitschrift eingereicht haben. Die endgültige Formatierung Ihres Beitrages geschieht dann erst nach Annahme und Überarbeitung Ihres Beitrages.

#### IV. Rückblick auf bereits erschienene Hefte

Unter folgendem Link können Sie nachschauen, welche Artikel noch lieferbar sind und ab welcher Nummer diese online gestellt wurden: http://redaktion.gesus-info.de/Lieferbar.html

# Sprache & Sprachen

48-2018

## Inhalt

Neue Medien ini Fremaspiachenunterricht	1
Miroslava Bajusová & Zuzana Bohušová (Banská Bystrica, Slowakei)	
Wirtschaftskommunikation und die Textsorte "Geschäftsbrief" aus wirtschaftslinguistischer und interkultureller Sicht ERIKA KEGYES (MISKOLC, UNGARN)	18
Rezension: Péteri, Attila. 2015. Satzmodusmarkierung im Europäischen Sprachenvergleich. Interrogativsätze im Deutschen und im Ungarischen mit einem typologischen Ausblick auf andere europäische Sprachen.  PETER ÖHL (GESUS E.V.)	35
Aktuelle Informationen	