

## Anhang 2: Übersicht über marktgängige Lehrwerke

Fachsprache Wirtschaft

**Kurstragende Lehrwerke**

Fachsprache BWL  
Teil 1+2 (GI) 400

Fachsprache Deutsch  
-Betriebswirtschaft  
(hu) C 400

Studium Wirtschafts-  
deutsch (d) 500

Marktchance Wirt-  
schaftsdeutsch (k) C  
Mittelstufe I: 350  
Mittelstufe II: 450

Wirtschaft - auf  
Deutsch (k) 400

Berufssprache II

Geschäftsverhandlungen (L) V 300

Geschäftskontakte (L) V 250

Berufssprache I

Wirtschaftsdeutsch  
für Anfänger (k) C  
Grundstufe: 0  
Aufbaustufe: 120

Deutsch im Beruf:  
Wirtschaft (DuK) C  
0

Unternehmen  
Deutsch (k) C 200

Dialog Beruf (hu)  
C 200

*d* = Diesterweg  
*DuK* = Dürr und Kessler  
*GI* = Goethe Institut  
*hu* = Hueber  
*k* = Klett  
*L* = Langenscheidt  
*VfD* = Verl. f. Deutsch  
*C* = + Hörkassette  
*400* = Eingangsvorraus-  
setzungen (USt.)

**Hörtexte**

Wirtsch. i. Ohr 2 (k)

Wirtsch. i. Ohr 1 (k)

Hörtexte Wirtschafts-  
deutsch (k)

**Fallbeispiele auf  
Video**

Joint Venture (GI)

Gründung einer Toch-  
terfirma (GI)

Ein eiliger Großauftrag  
(GI)

Messegespräche (GI)

**Gesprächstraining**

Gespräch, Bespre-  
chung, Diskussion (L)

**Fachlexik**

Wirtschaftsdeutsch  
von A - Z (L) 350

**Leseverstehen**

Wirtschaftstexte im  
Unterricht (GI)

Zeitungstexte zum  
Wirtschafts-  
geschehen (hu)

Wirtschaft aus der  
Zeitung (k)

**Korrespondenz**

Deutsche Handels-  
korrespondenz (hu)

Stellensuche, Be-  
werbung ... (L)

**Büro-  
kommunikation**

Berufssprache  
Deutsch - Szenen  
aus d. Büro (VfD)

Telefonieren,  
Schriftliche Mittei-  
lungen (L)

Übrigens ... Alltags-  
gespräche im Büro  
(VfD)

## Training von Interaktionswissen in mündlicher Fachkommunikation. Beispiel: Lehrwerk "Handelspartner Finnland"

Sabine Ylönen

Die Geschichte des Sprachenunterrichts in Europa ist ein wiederholter Wechsel formaler und funktionaler Methoden (Apelt 1991, Laihiala-Kankainen 1993). Formale Unterrichtskonzepte favorisieren die Vermittlung von Wissen über die Sprache, funktionale sind handlungsorientiert. Daß die Geschichte des Sprachenunterrichts (also die Mode, welche Methode jeweils favorisiert wird) weltweit nicht zeitgleich verläuft, zeigt z.B. ein Vergleich heutiger Konzepte des Sprachenunterrichts in China und Europa. Auf der Konferenz "Deutsch als Fach- und Fremdsprache in Ostasien", die im Mai 1994 in Shanghai stattfand, waren methodische Unterschiede chinesischer und deutscher Deutschlektoren augenscheinlich. Während in China heute die formale Orientierung, und zwar die Grammatik-Übersetzungsmethode, vorherrscht, wird in Europa größtenteils funktional nach kommunikativem Konzept unterrichtet. Anders als bei der Grammatik-Übersetzungsmethode handelt es sich beim kommunikativen Konzept aber nicht um eine vergleichsweise homogene Methode, sondern einzelne Lehrbuchautoren haben ganz unterschiedliche Herangehensweisen (Ylönen 1992a), zu denen in der Regel immer noch schwerpunktmäßig die Vermittlung von Sprachwissen gehört. Neben Sprachwissen spielen in Kommunikationsprozessen jedoch auch andere Wissenssysteme eine Rolle. So schlägt Kasper neben lexikalischer und grammatischer Kompetenz als formalen Kriterien die folgenden funktionalen Aspekte kommunikativer Kompetenz vor:

- pragmatische Kompetenz: Wissen über die Konstitutionsbedingungen von Sprechhandlungen, ihre kontextuell und sozial angemessene Realisierung und Sequenzierung
- Diskurskompetenz: Wissen über Eröffnung, Beendigung und Aufrechterhaltung von Diskursen, über ihre interne Strukturierung, über

die Organisation des Sprecherwechsels und über die Beseitigung aufgetretener Störungen (Reparaturen)

- **strategische Kompetenz:** Wissen über die Strategien, die zur Lösung von Verstehens- und Ausdrucksproblemen und zum Sprachenlernen eingesetzt werden können." (Kasper 1986:216)

Heinemann & Viehweger (1991:93ff.) unterscheiden sprachliches Wissen, enzyklopädisches bzw. Sachwissen, Interaktionswissen, metakommunikatives Wissen und Wissen über globale Textstrukturen. Interaktionswissen wird hier als Wissen über die Zielgerichtetheit sozial handelnder Individuen mittels Texten verstanden. Bestandteile des Interaktionswissens seien Illokutionswissen (Wissen über die Äußerung, ihre Intention, die Bedingungen zum erfolgreichen Vollzug der Äußerung und mögliche Konsequenzen), Wissen über Illokutionsstrukturen (Verhältnis dominierender und untergeordneter Sprechakte) und Wissen über allgemeine kommunikative Normen. Interaktionswissen ist also sprachliches Handlungswissen, Wissen über das Funktionieren von Kommunikation in sozialen Zusammenhängen. Die Autoren betonen, daß bei der Textproduktion nicht einfach stationäres Wissen aktiviert wird, sondern daß zu jedem dieser Kenntnissysteme ein prozedurales Wissen gehört (Heinemann & Viehweger 1991:112). D.h. je nach Situation oder Handlungsbedingung werden die Kenntnissysteme bei Denkprozessen in kontextangepaßter Weise aktiviert.

Genau dieser prozedurale Charakter von Kommunikation spielt auch in der ethnomethodologischen Gesprächsanalyse eine gewichtige Rolle. Im Unterschied zu dem sprechakttheoretischen Ansatz von Heinemann & Viehweger werden hier jedoch der dialoge Charakter mündlicher Kommunikation und die gemeinsame Gestaltung des Gesprächs betont. D.h. Kommunikation wird nicht allein aus dem Blickwinkel der Produktion/des Produzenten oder Rezeption/Rezipienten, sondern als Interaktion der beteiligten Gesprächspartner analysiert. Wichtig ist hierbei, daß die Gesprächspartner ausgehend von ihrer Sozialisation und Eigendefinition sowie ihres Kontextwissens bestimmte Verfahren und Formen ihres kommunikativen Verhaltens wählen (siehe z.B. Schwitalla 1992:788, Reuter 1993:63f., Kallmeyer 1994:2f.). Mit anderen Worten stellen sich die Gesprächspartner (bewußt oder unbewußt) aufeinander ein, wählen entsprechende Gesprächsstrategien und leisten so Beziehungsarbeit. Edmondson und House (1993:226) bringen diese

komplizierten Zusammenhänge auf die knappe Formel: "Interaktion ist die wechselseitige Beeinflussung von Individuen (oder Gruppen) in ihren Handlungen".

Die analytische Zerlegung in einzelne Wissenssysteme bedeutet natürlich nicht, daß diese Wissenssysteme isoliert voneinander existieren oder angewendet werden. Im kommunikativen Sprachenunterricht dürften sie also auch nicht separat behandelt werden. Wie wichtig Interaktionswissen für den Spracherwerb ist, wird bei einem Blick auf die Sprachtherapie deutlich. Leiwo (1992:69) z.B. räumt dem Interaktionswissen beim Spracherwerb sowohl in Sprachtherapie als auch im Sprachenunterricht eindeutige Priorität ein. Da im Fachsprachenunterricht aber immer noch vorwiegend Sprachwissen vermittelt wird, möchte ich in diesem Artikel den Fokus besonders auf das Interaktionswissen richten, also darauf, wie es analysiert und im Unterricht behandelt werden kann. Dieser Frage soll am Beispiel mündlicher Fachkommunikation und des Lehrwerks "Handelspartner Finnland" nachgegangen werden. Ich werde zuerst auf das heutige Verständnis kommunikativen Fachsprachenunterrichts speziell im mündlichen Bereich eingehen und danach ein Beispiel für die Didaktisierung authentischer Videoaufnahmen zum Training mündlicher Fachkommunikation erläutern sowie im Vergleich zweier Filmsequenzen Übungen zur Behandlung von Interaktionswissen vorstellen.

### **1. Kommunikativer Fachsprachenunterricht und Training mündlicher Kommunikation**

Für den fachbezogenen Unterricht mündlicher Sprachfertigkeiten gibt es noch immer wenig Unterrichtsmaterialien und Theorien. Fachsprachenforscher und -didaktiker (z.B. Hoffmann 1987, Gläser 1990, Fluck 1985, v.Hahn 1980, Buhlmann & Fearn 1987, Köhler 1987) beschäftigen sich vorzugsweise mit schriftlicher Fachkommunikation. In den Arbeiten zur Videodidaktik werden vor allem die Vorzüge des Medieneinsatzes diskutiert (z.B. Allan 1985, Lonergan 1987, Schwerdtfeger 1989, Stemplesky & Tomalin 1990, Gügold 1991, Löschmann 1991). Trotz eines Booms an Arbeiten zur Wirtschaftskommunikation und neueren Lehrwerken für mündliches Wirtschaftsdeutsch (z.B. Bunting 1993, Müller 1993, Bolten 1993, Krause & Bayard 1991) finden authentische Aufnahmen fachlicher Kommunikationssituationen und

Gesprächsanalysen nur selten Eingang in Lehrwerke zum Training mündlicher Fachkommunikation<sup>1</sup>.

Mit der "pragmatischen Wende" in der Sprachwissenschaft der 70er Jahre wendete sich auch der Sprachenunterricht mehr und mehr von der Wort- und Satzebene ab und ganzen Texten zu. Didaktisches Konzept wurde der **kommunikative Sprachenunterricht**, als dessen Ziel der Erwerb kommunikativer Kompetenz postuliert wurde. Als Kommunikationsfähigkeit wurde das Vermögen der Lerner, Äußerungen **adressatengerecht im sozialen Interaktionsprozeß** so zu verwenden, daß eine Verständigung gewährleistet ist, bezeichnet (Pauels 1989:199). **Kommunikative Übungen** steuern dieses Lernziel fremdsprachlich direkt an und "sind nicht primär ausgerichtet an der Einübung linguistisch-formaler Bestände der Zielsprache, sondern an **Mitteilungen und Inhalten**" (Pauels 1989:199).

Was unter kommunikativen Übungen verstanden wird, variiert in einzelnen (Fach)sprachenlehrwerken allerdings stark (s. a. Ylönen 1992a). Die Bedeutung mündlicher Fertigkeiten für das Erreichen kommunikativer Kompetenz wurde in der Regel nicht angezweifelt, aber auch hier gibt es kaum Konzepte für eine methodische Umsetzung. Ausgangspunkt für das Training mündlicher Fertigkeiten waren und sind auch heute noch häufig schriftliche Texte (Bolten 1993), vorformulierte Dialoge (Kelz & Neuf 1993) oder "nach Drehbuch" gemachte Aufnahmen mündlicher Geschäftskommunikation (Krause & Bayard 1991).

Ähnlich wie im allgemeinsprachlichen Konversationsunterricht (Speight 1989:210) geht man auch in vielen Lehrwerken für den fachbezogenen Unterricht offensichtlich immer noch davon aus, daß mündliche Kommunikation automatisch erlernt wird. Die Autorinnen des "Handbuch des Fachsprachenunterrichts" meinen z. B., daß schriftliche Fertigkeiten nur in mündliche "umgesetzt" werden brauchen:

- "Die wesentliche Vorübung für den mündlichen Ausdruck ist also die Übung zum schriftlichen Ausdruck mit allen ihren Vorstufen." (Buhlmann & Fearn 1987:301)

<sup>1</sup>Eine Ausnahme bilden hier Materialien von Reuter (1988) und Reuter & Rodenbeck (1992).

und

- "daß bei Einsatz funktionaler Übungsformen und gleichzeitiger Beachtung des Lerninteresses und der intellektuellen Ansprüche der Lerner sich im Unterricht automatisch anspruchsvolle Diskussionen ergeben, die die Argumentationsfähigkeit der Lerner nach und nach so steigern, daß sie sie später in ihren unterschiedlichen beruflichen Kontexten nutzen können." (Buhlmann & Fearn, 1987:366).

Das Fehlen eines Übungsinstrumentariums zur Förderung der mündlichen Kompetenz wird damit entschuldigt, daß die Kommunikationssituationen, in die die Lerner später geraten, nicht absehbar seien und sprachliche Handlungsfähigkeit sowieso nur bei voll (fach)kompetenten Lernern aufgebaut werden könne, da sie an Berufserfahrung gebunden sei (Buhlmann & Fearn 1987:366).

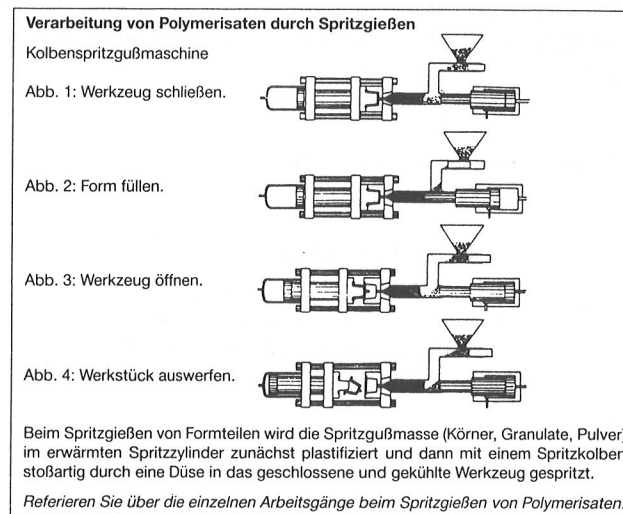
**Abb. 1.:** Übung zum mündlichen Ausdruck (Buhlmann/Fearn 1987:301).

Bei der Förderung des mündlichen Ausdrucks ist in manchen Fällen eine gewisse Stufung in zwei Schwierigkeitsgrade möglich:

- Informationsträger + Arbeitsanweisung + Stichpunkte + Kurztext
- Informationsträger + Arbeitsanweisung + Stichpunkte
- Informationsträger + Arbeitsanweisung

Dazu ein Beispiel:

- Informationsträger + Arbeitsanweisung + Stichpunkte + Kurztext



Damit revidieren die Autorinnen ihre wenige Seiten früher gemachte Behauptung, Fachkompetenz sei nicht so wichtig für die mündliche Textproduktion (Buhlmann & Fearn 1987:300).

Buhlmann & Fearn (1987:366) sind schließlich der Meinung, daß die didaktisch-methodische Umsetzung authentischer Aufnahmen im Unterricht schwierig, da "an etliche Voraussetzungen von seiten der Lerner gebunden" sei. Die auf schriftlichem Material basierenden Aufgaben zur mündlichen Kommunikation fallen dann entsprechend vage aus (s. Abbildung 1).

Aber auch in Materialien, die mündliche Fachkommunikation anhand von Hör- oder Hörsehtexten behandeln, gibt es kaum Übungen zu den Spezifika gesprochener Sprache. Reuter unterscheidet z.B. vier Typen von Unterrichtsmaterial nach der Art der zugrundegelegten mündlichen Texte:

- die verkümmerte Form des Experteninterviews,
- schriftlich vorgefertigte und im Studio inszenierte Situationen,
- halbwegs authentische Situationen, die ausschließlich oder dominant inhalts-analytisch aufbereitet sind und
- Normalformen mündlicher Fachkommunikation, die im Rückgriff auf Modelle schriftlicher Produktion aufbereitet sind (Reuter 1993:81).

Ein schriftlich vorgefertigter und inszenierter Dialog klingt wegen fehlender Merkmale gesprochener Sprache dann meist unnatürlich, wie in Abbildung 2:

**Abb. 2.:** Dialog aus Kelz & Neuf (1993:5).

---

*Frau Haber:* Guten Tag, Herr Klein!  
*Herr Klein:* Guten Tag, Frau Haber! Wie geht's?  
*Frau Haber:* Danke, gut. Sie sind also wieder da.  
*Herr Klein:* Ja, ich bin seit heute mittag wieder da.  
*Frau Haber:* Das ist gut. Herr Lang wartet schon.  
*Herr Klein:* So?  
*Frau Haber:* Ja, er ist schon ganz gespannt.

*Herr Klein:* Warum? Ist denn mein Telefax aus Wien nicht da?  
*Frau Haber:* Doch, aber da ist noch etwas unklar. Kommen Sie doch bitte gleich!  
*Herr Klein:* Ja gut. Also, gehen wir!

---

Die auf Band gesprochenen Dialoge sind im Lehrbuch schwerpunktmäßig phonetisch und grammatisch aufbereitet. In dieser Lektion geht es z. B. um Fragen der *Intonation*, um *langes und kurzes ü*, um die *Aussprache von w* und die *Diphthonge ei/ai/ay* sowie um das *Präsens von sein*, um *Präsens und Imperativ der Vollverben*, um *natürliches und grammatisches Geschlecht* usw.

Im Lehrwerk "Marktchance" (Bolten 1993) sind ähnlich gekünstelt wirkende inszenierte Hörtexte nur Beiwerk, die "insbesondere auf den in der jeweiligen Reihe eingeführten Wortschatz" zurückgreifen (Bolten 1993:4). Die propagierte Kommunikativität und Interaktivität des Lehrwerks wird nicht erläutert, gemeint ist damit vermutlich, daß die Lerner im Unterricht viel in Paar- und Gruppenarbeit miteinander reden sollen. In den Hörverstehensübungen geht es um die Beantwortung inhaltlicher Fragen. Dazu sollen z. B. die entsprechenden Wörter in Tabellen eingetragen oder Multiple-Choice-Aufgaben gelöst werden. Übungen zur mündlichen Produktion heißen dann z. B. lapidar:

*Herr Kreberg hat Standbesuch von einem ausländischen Händler, der an der Überraschungsseife interessiert ist und gerne eine größere Menge ordern möchte. Herr Kreberg erklärt ihm zunächst die Eigenschaften der Überraschungsseife und tritt dann in ein Verkaufsgespräch ein. Spielen Sie die Szene!* (Bolten 1993:128),

ohne daß an irgendeiner Stelle mündliche Kommunikation behandelt worden wäre. Auch hier wird vermutlich davon ausgegangen, daß mündliche Kommunikation automatisch gelingt.

Ein Beispiel für die Behandlung "halbwegs authentischer Situationen" ist das Lehrwerk "Geschäftskontakte" von Krause & Bayard (1991). Die Auswahl der Themen ist hier gelungen, was sicher an der Tatsache liegt, daß einer der Autoren selbst Geschäftsmann ist. Die Dialoge klingen jedoch ähnlich gekünstelt, da die Situationen nach ei-

nem Drehbuch gespielt wurden. Gelungen sind die Übungen zum Inhalt und zu Redewendungen, und auch der Verzicht auf eine sich verselbstständigende Behandlung grammatischer Regeln ist anerkennenswert. Zu einer Behandlung des Funktionierens mündlicher Kommunikation als Interaktion der Gesprächspartner reicht dieses Material jedoch ebenfalls nicht aus.

Fachsprachliche Lehrwerke, auch wenn sie sich als kommunikativ, interkulturell, textsortenorientiert oder interaktiv ausgeben, zeichnen sich also insgesamt durch bevorzugte Behandlung von **Sprachwissen der Schriftsprache** aus. Häufig werden die zugrunde gelegten Fachtexte sogar unter sprachdidaktischen Aspekten umformuliert (z. B. "vereinfacht") oder zumindest "von Fehlern gereinigt". Ergebnis sind dann Musterdialoge, die von allen Merkmalen mündlicher Kommunikation, wie "Äh's" und "Hm's", Selbstkorrekturen und Paraphrasierungen, gereinigt sind. Die Funktionen solcher Merkmale mündlicher Kommunikation für die Interaktion (z.B. als Pausen- und Gliederungssignale oder zur Verständnissicherung) werden dabei vernachlässigt oder eben gar nicht erkannt.

Sollen jedoch Äußerungen adressatengerecht im sozialen Interaktionsprozeß verwendet werden, wie das Konzept des kommunikativen Sprachenunterrichts es vorsieht, müssen die Gesprächspartner neben Sprach- und Fachwissen auch über Interaktionswissen verfügen. Dazu reicht es nicht, an Fachtexten oder Fachgesprächen Lexik, Grammatik und typische Redewendungen zu exerzieren oder stereotype Vorstellungen zum sprachlichen Handeln "der Deutschen" zu präsentieren. Es reicht auch nicht, ähnlich wie in der "Praktischen Rhetorik", Idealformen von Kommunikation, die in der Praxis Erfolg versprechen (z.B. nach dem Motto: "Mit Hilfe welcher Redewendungen bekomme ich als Verkäufer erfolgreich den Fuß zwischen die Tür?"), zu behandeln und zu üben (z.B. Ebeling 1987, Wage 1988). Zum einen konnte gezeigt werden, daß mit Trainingsmethoden der Praktischen Rhetorik kommunikatives Verhalten kaum verändert werden kann (Brons-Albert 1994). Zum anderen unterschätzt ein solcher Unterricht die Lerner und ihre potentiellen Gesprächspartner und vernachlässigt den Faktor, daß sich die Gesprächspartner generell aufeinander und die Rahmensituation einstellen und das Gespräch gemeinsam konstruieren. Daß die meisten auf dem Markt erhältlichen Unterrichtsmaterialien trotzdem noch immer von Idealdialogen ausgehen (wer so spricht er-

reicht garantiert sein Ziel), spiegelt das Bedürfnis nach allgemeingültigen, erlernbaren Regeln wider, die ein Gefühl von Sicherheit vermitteln und deshalb offensichtlich von Verlagen, Lehrbuchautoren und Sprachenlehrern favorisiert werden. Wirklich kommunikativ wird Sprachenunterricht jedoch erst unter Einbezug der Lerner als verantwortliche Mitgestaltende des eigenen, individuellen Lernprozesses. Dabei muß von dem Denkschema eines Richtig-Falsch-Prinzips sprachlicher Leistungen teilweise abgegangen und unterschiedlichen Konzepten sprachlich-kommunikativer Realisierungen gleichwertiger Raum gegeben werden.

Daß für dieses Konzept Idealdialoge und normativer Sprachenunterricht ungeeignet sind, ergibt sich selbstredend. Wir gehen deshalb bei unserer Unterrichtsmaterialerstellung von sogenannten "Normalformen" von Sprache aus (Reuter 1993:66ff.), d.h. von "authentische(n) Aufnahmen, die zeigen, wie die Welt ist und nicht, wie sie sein sollte" (Video: "Handelspartner Finnland", Filmvorspann). Der Begriff "Normalform" bezieht sich also auf authentische Textsorten, d.h. in mündlicher Kommunikation auf natürliche (und nicht fiktive/fiktionale oder inszenierte) Gespräche (s. Henne & Rehbock 1982:32ff.).

Als Konsequenzen für die fachbezogene Fremdsprachendidaktik im Bereich Wirtschaftsdeutsch ergeben sich daraus nach Reuter (1993:80)

1. die Bestimmung der "Normalformen" von Gesprächstypen und
2. das Üben der "Normalformen" im Unterricht sowohl nach einzelnen Organisationsaufgaben bzw. Ordnungsebenen als auch als 'integriertes Gesamtmuster'.

Solche Normalformen von Gesprächstypen seien z.B. Kundengespräche (Präsentationen, Verkaufsgespräche, Informations- und Beratungsgespräche und Verhandlungen), in denen es zum einen darum gehe, Sachwissen zu präsentieren und zum anderen Kontakt- und Beziehungsarbeit zu leisten.

Bei der Behandlung eines **Verkaufsgesprächs** könne demnach auf das Gesamtmuster, bestehend aus

1. Gesprächseröffnung,

2. Anliegenformulierung,
  3. Vorstellung der Kaufobjekte,
  4. Kauf oder äquivalente Handlungen und
  5. Gesprächsbeendigung
- (Reuter 1993:52),

sowie auf einzelne Organisationsaufgaben bzw. Ordnungsebenen ("Sprecherwechsel, Reformulierungsmuster, Strategien der Einwandbehandlung, der thematischen Entfaltung oder der Imagearbeit", Reuter 1993:84) eingegangen werden.

Nach Auswahl der für eine bestimmte Zielgruppe relevanten Textsorten oder Gesprächstypen fachlicher Kommunikation stellt sich nun die Frage, wie diese für den Unterricht aufbereitet werden sollten.

## 2. Didaktisierung authentischer Videoaufnahmen am Beispiel des Materials "Handelspartner Finnland"

"Handelspartner Finnland" ist ein Programm für den fortgeschrittenen Wirtschaftsdeutschunterricht (Niveau ZMP, PNdS, PWD), das sich auch für die betriebliche und überbetriebliche Fortbildung eignet. Das Grundprinzip der Materialerstellung unterscheidet sich von allen bisher auf dem kommerziellen DaF-Markt erhältlichen Lehrwerken darin, daß **keine Idealformen** mündlicher Kommunikation, die in jedem Fall zum Erfolg führen, sondern **Normalformen** behandelt werden. Materialgrundlage sind keine konstruierten oder inszenierten Dialoge, sondern **authentische Texte** mündlicher Kommunikation und ihre sprachanalytische Aufbereitung.

Die folgenden Angaben zum Material sind ausführlicher nachzulesen in den Vorworten zum Begleitbuch und Lehrerheft "Handelspartner Finnland" (Reuter & Ylönen 1993/1994) und in Reuter (1994a), der federführend für die Didaktisierung des Materials verantwortlich zeichnet. **Zielgruppe** des Materials sind "StudentInnen der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften im 2. - 3. Studienjahr mit mindestens 4 - 5-jährigem Deutschunterricht (ca. 600-700 Stunden)". Angestrebte **Zielfertigkeit** ist die Vorbereitung der Lerner auf Kontaktsituationen mit deutschen Geschäftsleuten, die sich im Rahmen des Außenhandels bei Geschäftsanbahnungen ergeben. Ausgehend von authentischen Fallbeispielen (Normalformen) dient "Handelspartner

Finnland" dem Kennenlernen deutscher Außenhandelsförderung und dem Üben von Gesprächsstrategien zur Anbahnung von Geschäften mit deutschsprachigen Partnern.

Das **Material** besteht aus Videomitschnitten authentischer Situationen, die auf der Leipziger Messe 1990 gemacht wurden. Es handelt sich also um Fallstudien oder, wie wir sie hier bezeichnet haben, um Normalformen mündlicher Kommunikation. In Teil 1 ist das Seminar der Deutsch-Finnischen Handelskammer Helsinki auf der Leipziger Messe und in Teil 2 daran anschließende Kontaktgespräche auf dem Messegelände festgehalten. Zum Unterrichtsprogramm "Handelspartner Finnland" gehören neben dem Videofilm ein Begleitbuch, ein Lehrerhandbuch und ein Transkriptband.

Die **didaktisch-methodische Aufbereitung** des Materials erfolgte zusammengefaßt in folgenden Schritten (s. a. Reuter 1993:83):

1. berufsspezifische Aufnahmen
2. Transkripte<sup>2</sup> und Filmschnitt
3. Gesprächsanalyse (Regelhaftigkeiten)
4. Analyse der Herstellung von Beziehungen der Gesprächspartner zueinander
5. Erstellung von Übungen

Eine solche Aufbereitung authentischer Aufnahmen ist selbstredend aufwendig und teuer. Abgesehen vom zu leistenden Arbeitsaufwand müssen technische Kosten für die Aufnahme und den Filmschnitt, zu denen ein Studio zur Verfügung stehen muß, veranschlagt werden, wenn das Ergebnis einigermaßen professionell ausfallen soll. Für gut durchdachte und geplante Projekte können jedoch verschiedenste Finanzierungshilfen über bi- und multilaterale Verträge der beteiligten Institutionen oder im Rahmen internationaler Austauschprogramme (z. B. Tempus) beantragt werden. In unserem Fall entstand der Film in Zusammenarbeit der Universitäten Tampere und Jyväskylä mit dem

<sup>2</sup>Da die Gespräche im Unterricht in erster Linie anhand des Films analysiert werden sollen und die Transkripte dabei lediglich als Hilfsmittel dienen, wurde auf eine wissenschaftliche Transkription (Partiturnotation) mit Markierung außersprachlicher (z. B. Mimik und Gestik) und prosodischer (z. B. Intonation) Merkmale verzichtet. Die Transkripte lehnen sich zwar an die Schriftsprache an, sind jedoch nicht von bestimmten Merkmalen gesprochener Sprache gereinigt (s. Reuter & Ylönen 1994, Transkriptband S. 5f.).

Institut für Film, Bild und Ton in Berlin (heute Institut für Medien in der Aus- und Weiterbildung) und mit der Universität Jena.

In den Übungen wird die "Normalform" als ein Beispiel der Realisierung eines spezifischen Gesprächstyps behandelt. An ihr kann schließlich die Realisierung von Mustern auf verschiedenen Ordnungsebenen des Gesprächs, wie Sprecherwechsel, Strategien der thematischen Entfaltung und Imagearbeit, Präsentationstechniken oder Frage- und Aufforderungstechniken, gezeigt werden.

Das **Prinzip der Übungsgestaltung** folgt dem Schema (s. Reuter & Ylönen 1993: 1.Vorspann):

1. WAS wird gesagt
2. WIE wird es gesagt
3. FUNKTIONSWEISE EINER STRATEGIE üben
4. Aufgabe zum FREIEN SPRECHEN .

Die Rollen der Kursteilnehmer und der Kursleitung unterscheiden sich entsprechend der Materialkonzeption ebenfalls von traditionellen Rollenverteilungen im Sprachenunterricht wie folgt (s. Reuter 1994:290f.):

Materialkonzeption	Rolle der Kursteilnehmer	Rolle der Kursleitung
<ul style="list-style-type: none"> <li>- diejenigen Aspekte kommunikativen Handelns, die besprochen und interpretiert werden sollen, werden explizit eingeführt</li> <li>- Erläuterung der Merkmale oder Anhaltspunkte für die Interpretation</li> <li>- Interpretationsvorschläge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- haben gleiche Interpretationsfreiheit wie Kursleitung</li> <li>- können jederzeit eigene Meinungen und Deutungen ins Unterrichtsgespräch einbringen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine traditionelle Lehrerrolle, da der 'Lernstoff' nicht eindeutig richtig oder falsch angeeignet werden kann</li> <li>- hat Kompetenz in Fragen sprachlicher Richtigkeit und Angemessenheit</li> <li>- ist Gesprächspartner in Fragen kommunikativer Angemessenheit</li> </ul>

An das Sprach- und Fachwissen der Lerner werden in unserem Material relativ hohe Ansprüche gestellt, handelt es sich doch um ein Material für Fortgeschrittene (s. die Angaben zur Zielgruppe). Ausgehend von rezeptiven Übungen (s. Prinzip der Übungsgestaltung, 1. und 2.) leiten die Aufgaben über zu produktiven, in denen die Lerner letztlich die vorgestellten Gesprächstypen simulieren sollen. Übungen zum Interaktionswissen sind vor allem die auf der Stufe 2. (WIE wird etwas gesagt). Sie sind im Material häufig unter der Überschrift "Zur Diskussion gestellt" zu finden.

Ich möchte das Prinzip der Übungsgestaltung im folgenden am Beispiel von Kontaktanbahnungsgesprächen aus Teil 2 des Materials "Handelspartner Finnland" vorstellen. In den Sequenzen 15-17 sind drei Kontaktanbahnungsgespräche am Messestand einer finnischen Firma, die Blockhäuser und Saunas auf der Leipziger Messe ausstellt, festgehalten. In Sequenz 15 "Marktpräsenz: Eine Geschäftsanbahnung" treffen ein westdeutscher Vertreter der finnischen Firma und ein ostdeutscher Kunde aufeinander. Diese Sequenz bildet die Grundlage des zu behandelnden Themenkomplexes "Kontaktanbahnung am Messestand". Eine Analyse des Gesprächs ist nachzulesen in Ylönen 1992b. In Sequenzen 16 und 17, die danach in Gruppenarbeit bearbeitet werden können, handelt es sich um Gespräche eines finnischen Vertreters mit ostdeutschen Kunden.

Die **didaktisch-methodischen Schritte** für die Arbeit mit diesen Sequenzen schreiten von rezeptiven Übungen fort zu produktiven:

1. Grobverstehen (Hörsehverstehen)
2. Detailverstehen (Hörsehverstehen)
3. Erkennen von Mustern (Grobmuster: Kontaktanbahnung)
4. Realisierung von Mustern im Detail (Gesprächsausschnitt aus der Kontaktanbahnung)
5. Üben einer spezifischen Gesprächstechnik (Auffordern)
6. Analyse und Bewertung des Gesprächs (als ein Beispiel einer Kontaktanbahnung)
7. Bearbeitung weiterer Beispiele (Sequenzen 16 und 17, in Gruppenarbeit)
8. Simulationen (auf Video aufzeichnen)
9. Evaluation der Simulationen

Ausführlichere Angaben zu den didaktisch-methodischen Schritten finden sich vor jeder Einheit im Lehrerheft von "Handelspartner Finnland".

Nachdem in den Schritten 1 und 2 Aufgaben zum Hörsehverstehen beantwortet wurden, geht es in den Schritten 3 bis 5 um das Erkennen des Musters für Kontakthanbahnungsgespräche. Dies erfolgt induktiv durch Arbeit an einem Messegespräch der Sequenz 15. Zuerst wird ein Grobmuster solcher Gespräche vorgestellt (Abbildung 3).

**Abb. 3.** Einführung in das Muster für Kontakthanbahnungsgespräche (Reuter & Ylönen 1993:161f.):

### ZUR KONTAKTHANBAHNUNGSTECHNIK:

**Kontakthanbahnungen** sind Gespräche mit informierendem und beratendem Charakter. Ein idealtypisches Kontakthanbahnungsgespräch könnte deshalb eine ähnliche Struktur haben, wie sie in der Lektion "Seminar Diskussion: Eröffnung" vorgestellt wurde (s. Begleitheft "Handelspartner Finnland" S. 74). Detaillierter betrachtet könnten Kontakthanbahnungsgespräche nach folgendem Muster verlaufen:

(Siehe die Tabelle auf der folgenden Seite.)

KONTAKTHANBAHNUNG		
Grobmuster	Gesprächsschritt	Realisierung durch (Beispiel):
Gesprächseröffnung (durch den Kunden oder den Aussteller)	* der Kunde grüßt, - (stellt sich vor) und  - nennt sein Anliegen oder - stellt eine Frage  oder * der Aussteller grüßt und - fragt nach dem Anliegen des Kunden	* Kunde: <i>"Guten Tag, mein Name ist Müller. Ich vertrete ein mittelständisches Bauunternehmen."</i> (Eventuell mit Überreichen der Karte) <i>"Guten Morgen. Ich interessiere mich für Bad- und Saunaeinrichtungen ...            /Könnten Sie mir Ihr Angebot an Einfamilienhäusern vorstellen oder hätten Sie vielleicht Prospekte dazu?"</i> ... * Aussteller: <i>"Guten Tag. Kann ich Ihnen helfen?/Sie interessieren sich für unsere Gebäudeüberwachungssysteme?"</i> ...
Informations- und Beratungsphase ("Gesprächsmitte")	* Rückversicherung des Ausstellers, das Kundenanliegen richtig verstanden zu haben	* <i>"Sie suchen also einen Lieferanten für Fertigteilhäuser?"</i> ...



<p><i>Diese Phase der Kontakthanbahnung ist in der Sequenz "Marktpräsenz: Eine Geschäftsanhahnung" festgehalten</i></p>	<p>* Phase des Informierens und der Lösungssuche</p>	<p>* Bitten und Aufforderungen * Produktpräsentationen * Überreichen von Prospekten u.a. schriftlichen Unterlagen</p>
	<p>* Rückversicherung, die Lösung richtig zu verstehen * Akzeptanz der Lösung durch den Kunden</p>	<p>* "Sie wären dann an der Lieferung kompletter Innenwandbekleidungen interessiert?" ... * "Ja, das ist richtig." ...</p>
<p>Gesprächsbeendigung</p>	<p>* (Verabreden weiterer Kontakte/ Maßnahmen)  * Verabschiedung</p>	<p>* "Könnten wir dann z.B. für den 1.4. einen Termin vereinbaren?", "Wann darf ich Sie anrufen?", "Hier ist meine Karte, rufen Sie Montag nach 9 bei mir an." ... * "Auf Wiedersehen und einen schönen Abend noch!" ...</p>

Danach wird ein Ausschnitt aus dem Kontakthanbahnungsgespräch detaillierter behandelt, indem die einzelnen Handlungsschritte und ihre sprachliche Realisierung analysiert werden. In unserem Fall kann das mit Hilfe eines Schüttelkastens, aus dem die Handlungsschritte in die richtige Reihenfolge gebracht werden sollen, erfolgen (Übung 3). In der nächsten Übung können dann die Mittel der sprachlichen Realisierung tabellarisch den Handlungsschritten zugeordnet werden (Übung 4). Anschließend wird eine Technik, die des Bittens und Aufforderns, die charakteristisch für Kontakthanbahnungsgespräche ist, eingeführt. Hierzu werden grammatische Realisierungen für Aufforderungen vorgestellt, zu denen neben Imperativsätzen auch andere Formen gehören,

wie z. B. Partizipien (*Aufgepaßt!*), elliptisch gebrauchte Nomina und Adverbien (*Vorsicht!*, *Hierher!*) oder auch Frage- und Aussagesätze. Aufmerksam gemacht wird schließlich auf Mittel zum höflichen Auffordern mittels *bitte*, Konjunktiv, Modalverben oder indirekter Aufforderungen (*Haben Sie eine Uhr?* = "Wie spät ist es?"). Höfliches Auffordern und angemessenes Reagieren darauf wird danach in Übung 5 behandelt, indem eine vorgegebene Situation in Partnerarbeit sprachlich realisiert werden soll (z.B. 5.e: *Sie haben einen dringenden Termin und bitten den Partner deshalb, einen neuen Termin mit der Sekretärin zu vereinbaren.*). Bereits in dieser Übung gibt es keine einzig richtige Lösung der Aufgaben, sondern verschiedene Realisierungsmöglichkeiten.

Im Schritt 6 "Analyse und Bewertung des Gesprächs (als ein Beispiel einer Kontakthanbahnung)" geht es nun vor allem um die Behandlung von Interaktionswissen. Interaktionswissen wurde eingangs als Wissen über die wechselseitige Beeinflussung und somit gemeinsame Konstruktion kommunikativer Handlungen bezeichnet, in denen die Gesprächspartner bestimmte Verfahren und Formen kommunikativen Verhaltens in Abhängigkeit von ihrer Sozialisation und Eigendefinition sowie ihres Kontextwissens wählen oder aushandeln. Wichtig sind deshalb Angaben zum Situationsrahmen und (soweit bekannt) zum soziokulturellen Hintergrund der Gesprächspartner.<sup>3</sup> In unserem Fall (Sequenz 15) treffen, wie erwähnt, ein westdeutscher Vertreter einer finnischen Firma und ein ostdeutscher Kunde (Vertreter eines mittelständischen Bauunternehmens) aufeinander. Im Begleitbuch wird zunächst Kontextwissen aktiviert, indem die Rahmenbedingungen für das Gespräch anhand einer Übersicht über die wichtigsten Entwicklungen der DDR in der Nachwendezeit rekapituliert werden (das Gespräch

<sup>3</sup>Eine für derartige Untersuchungen nützliche Klassifizierung der Rahmenbedingungen sprachlicher Kommunikation findet sich auch in v. Faber (1983:18). Er unterscheidet 1. den thematischen Rahmen (allgemeine Themen - spezielle Themen), 2. den situativen Rahmen (Ort - Zeit - soziokultureller Hintergrund), 3. den kommunikativen Rahmen (Sprecherzahl - Kommunikationsart [Monolog, Dialog, Chor] - Rollenkonstellation [gleichberechtigt, bevorrechtigt, untergeordnet] - Intentionen [z. B. fragen, berichten, behaupten, argumentieren, appellieren] - Öffentlichkeitsgrad [öffentlich, halböffentlich, nicht öffentlich, privat]), 4. den sprachlichen Rahmen (- Register [Hochsprache, Standardsprache, Soziolekt, Dialekt, Ideolekt, Jargon], - Redemittel [zur sprachlichen Verwirklichung der Intentionen]), - Grad der Vorbereitetheit [vorbereitet, unvorbereitet, spontan], - Zeitaspekt [vorzeitig, gleichzeitig, nachzeitig darstellend] und 5. den parasprachlichen Rahmen (- Gestik, Mimik, Körperbewegung, - Intonation, Tonhöhe, Druck, Tempo, Pausen).

fand im September 1990, kurz vor dem Beitritt der DDR zur BRD statt). Es müssen also **Kategorien für Interaktionswissen** gefunden werden, an denen die Eigendefinition und die Einschätzung des Gesprächspartners sowie die Situationsbezogenheit der gewählten kommunikativen Mittel festgemacht werden können (wie z. B. die in Fußnote 3 unter Punkten 3., 4. und 5. genannten). In Sequenz 15 bietet sich eine Untersuchung der verwendeten **Sprechhandlungen** und der für sie charakteristischen Indikatoren an. Nach einer Globaleinschätzung des Gesprächs und der Gesprächspartner in Übungen 6 und 7 soll zu diesem Zweck in Aufgabe 8 ein Gesprächsauszug am Transkript untersucht werden (Abbildung 4).

**Abb. 4.** Aufgabe zur Detailanalyse eines Gesprächsauszugs  
(Reuter & Ylönen 1994:216ff.)

-----

8. Schauen Sie sich jetzt bitte den Auszug aus dem Transkript an und überlegen Sie, ob das Gespräch Ihrer Meinung nach an dieser Stelle gelungen ist oder nicht. Achten Sie darauf, ob die Gesprächspartner ihr Wissen und Können kooperativ einsetzen. In welcher Weise würden Sie den Beitrag des Ausstellers korrigieren? Was hätte der Messebesucher besser machen können? Hätten Sie den Aussteller z.B. an einer bestimmten Stelle unterbrochen?

**Transkriptauszug:**

van Setten: *Wer übernimmt den Verkauf?*

Kunde: *'s wäre dann eine Frage äh, die äh in der Verhandlungs..runde geklärt werdn müßte.*

van Setten: *Schaun Sie, die Herstellung ist so möglich: Sie könn' herstelln für den örtlichn Markt oder für fremde Märkte.*

Kunde: *Ja.*

van Setten: *Für den örtlichn Markt müssn Sie auf alle Fälle ne Vertriebs- und Verkaufsorganisation mit aufbaun, denn Produktion ohne Verkauf geht nicht. Das heißt, Sie müssn leistungsfähig sein. Wir könn' es nich aus Finnland Ihre Produkte hier auf den Markt bring'.*

Kunde: *Hmm.*

van Setten: *sondern Sie müssn sowohl die Produktion als auch den Verkauf. Sie könn' nich produziern, ohne Absatzmarkt zu habm.*

Kunde: *Das' klar.*

van Setten: *Und vor allem steht da die Frage der Marktuntersuchung, Sie müssn also nicht nur den Einzelkundn ansprechn sondern auch die Gemeindn und Städte, die Ihn' jetz Baugelände ausweisn und sich mit den baulichn Bestimmungn ausnandersetzn und dann*

Kunde: *(Husten)*

van Setten: *geeignete Partner auf diesm Gebiet hier vor Ort habm. Wenn Sie uns hier ne Möglichkeit bietn, daß wir vor Ort mit Ihn' zusamm' des aufbaun' könn', dann kann da auch was draus werdn.*

Kunde: *Hmm.*

van Setten: *Wobei von beidn Seitn das natürlich finanzielle Investition' erfordert,*

Kunde: *das's klar.*

van Setten: *von der ein' mehr, von der andern weniger, aber das Unternehm' auch hier in der DDR muß ja im Prinzip überlebensfähig sein, das muß also gesichert sein. Und die Eigentumsfrage, das kenn' Sie ja auch, da müssn also beleihungsfähige Grundstücke auffindn.*

Kunde: Das is klar.

van Setten: *Und dann, 90 Hektar oder was, und dann haun wer was schönes. Oder kleiner Einfamilienhaus...*

**Hinweis:** Welche Wirkung erzielt der Aussteller mit der häufigen Verwendung von Imperativen und Modalverben (z.B. "Schaun Sie", "Sie müssn", "das Unternehmen hier in der DDR muß", "Sie könn' nich") und mit Formulierungen im Konditionalsatz (z. B. "Wenn Sie uns hier 'ne Möglichkeit bieln ..., dann kann da auch was draus werdn)? Wie reagiert der Messebesucher darauf? Warum wollte er das Thema Verkauf wohl auf die Verhandlungsrunde verschieben?

#### Ihr Befund:

---

Für die Beantwortung dieser Aufgabe gibt es ebenfalls keine richtige oder falsche Lösung. Das Transkript und die Stützfragen sollen jedoch helfen, Anhaltspunkte für eine mögliche Interpretation zu finden. Die Analyseergebnisse sollen schließlich gemeinsam im Plenum diskutiert werden. Die Antworten im Lehrerheft zu Aufgaben dieser Art sollen jeweils als Interpretationsvorschlag verstanden werden.

Unter Berücksichtigung der gegebenen Stützfragen könnte ein Interpretationsvorschlag wie folgt aussehen: An obigem Transkriptauszug (Abbildung 4) ist ablesbar, daß das Gespräch von dem typischen Ost-West-Konflikt jener Zeit geprägt ist (s.a. Ylönen 1992b). Auf die Frage nach dem Verkauf der Fertigteilhäuser antwortet der Kunde ausweichend mit einem Verweis auf die Verhandlungsrunde. Vermutlich wollte er sich vor laufender Kamera nicht zu Einzelheiten äußern. Der Aussteller könnte diese ausweichende Antwort als Unwissenheit interpretiert und deshalb zu seinen ausführlichen Belehrungen über die Prinzipien der Marktwirtschaft ausgeholt haben.

Als **Kategorie zur Beurteilung des Interaktionswissens** der beteiligten Gesprächspartner wurden die dominierenden Sprechhandlungen gewählt. Dies sind für den Aussteller **Belehren** (z. B. "Sie könn' nich produziern, ohne Absatzmarkt zu habm.") und **Bedingungen stellen** (z.B. "Wenn Sie uns hier ne Möglichkeit bieln, ... dann kann da

auch was draus werdn."), für den Kunden **Zustimmen** (verbal und nonverbal).

**Indikatoren für die Sprechhandlungen** des Ausstellers sind **Imperative** ("Schaun Sie"), **Modalverben** ("könn'", "müssn") und **Konditionalsätze** ("Wenn ..., dann ..."), für die des Kunden sprachliche und mimische Ausdrücke des Einverständnisses (z.B. "Hmm", "das's klar" und wiederholtes Kopfnicken). Heute würde dieses Gespräch vermutlich anders verlaufen, da die ostdeutschen Kunden keine marktwirtschaftlichen Laien mehr sind. Durch ihr souveräneres Auftreten würde es vermutlich nicht erst zu solchen Belehrungen kommen.

Asymmetrische Gesprächskonstellationen können jedoch zu jeder Zeit vorkommen, besonders wenn Vertreter verschiedener Kulturen aufeinandertreffen. Ähnliche Kommunikationsprobleme dürften z.B. keine Seltenheit im Handel deutscher Unternehmen mit den ehemaligen Ostblockstaaten oder Ländern mit zumindest teilweiser sozialistischer Planwirtschaft (wie China) sein. Aber auch innerhalb einer Kultur können ökonomisch überlegenere und unterlegenere Partner aufeinandertreffen. Ein Ziel der Arbeit mit dem Material ist deshalb gerade die Sensibilisierung der Kursteilnehmer dafür, wie Kontaktabbaugespräche adressatenbezogen geführt werden können. Dazu gehört z.B., wie man belehrendes oder gesichtsverletzendes Verhalten vermeiden bzw. sich davor schützen kann.

Dabei soll deutlich werden, daß es kein Universalrezept zur Lösung interaktiver Probleme gibt. Aus diesem Grund sollen die Kontaktabbaugespräche der Sequenzen 15 bis 17 individuell von den Kursteilnehmern bewertet und diese Einschätzung anschließend gemeinsam im Plenum diskutiert werden. Hilfe für die Evaluation bietet ein dafür ausgearbeiteter Bewertungsbogen, der im Anschluß an die Arbeit mit jeder Sequenz ausgefüllt werden kann (Abbildung 5).

(Siehe die Abbildung auf der folgenden Seite.)

Abb. 5. Aufgabe zur Bewertung eines Kontaktanbahnungsgesprächs in "Handelspartner Finnland" (Reuter & Ylönen 1993:172)

**Bewertungsbogen:**

	BEWERTUNG z.B.: + / ñ / -	BEISPIEL
<b>Sequenz:</b>		
<b>Kundenanliegen:</b>		
<b>Charakter des Gespräches:</b> (informativ-beratende Kontaktaufnahme/ Verhandlungsgespräch)		
Auftreten des Kunden		
* Fachbesucher/Privatbesucher		
* Vorbereitung (Kundenanliegen klar oder erst im Gespräch ausgehandelt)		
* sicheres und gewandtes Auftreten		
* guter sprachlicher Ausdruck		
* rhetorisches Können		
* Kooperationsbereitschaft		
Auftreten des Ausstellers		
* theoretische und praktische Fachkenntnisse		
* Vorbereitung (Anschauungsmaterial vorhanden)		
* sicheres und gewandtes Auftreten		
* guter sprachlicher Ausdruck		
* rhetorisches Können		
* Anpassungsfähigkeit / Kundenbezogenheit		
<b>GESAMTBEWERTUNG:</b>		

Nach Behandlung aller drei Fallbeispiele von Kontaktgesprächen der Sequenzen 15 bis 17 soll schließlich eine eigene Kontaktanbahnung im Rahmen eines Messeggesprächs simuliert, auf Video aufgezeichnet und anschließend evaluiert werden. Da das Unterrichtsprogramm "Handelspartner Finnland" progressiv von der ersten bis zur letzten Sequenz auf behandelten Fertigkeiten aufbaut und die Simulation eines Kontaktanbahnungsgesprächs den Abschluß des Programms bildet, sollte hier auf alle im gesamten Kurs behandelten Fertigkeiten (z.B. Präsentations-, Frage- und Aufforderungstechnik) zurückgegriffen werden. Zur Vorbereitung auf dieses eigene Messeggespräch werden detaillierte Hinweise gegeben (Abbildung 6).

Abb. 6. Aufgabe zur Simulation eines Kontaktanbahnungsgesprächs (Reuter & Ylönen 1993:185ff.):

**HINWEISE FÜR IHR MESSEGESPRÄCH**

Wie bereits angekündigt, sollen Sie abschließend selbst ein Kontaktanbahnungsgespräch auf der Messe spielen.

1. Bereiten Sie Ihr Kontaktanbahnungsgespräch gründlich vor:

a) **Organisation**

Bilden Sie Paare für Ihr Messeggespräch.

b) **Situation**

**Variante A:**

Wählen Sie ein Unternehmen Ihres Heimatortes und informieren Sie sich über seine Produktpalette (bzw. vertreten Sie Ihr Unternehmen). Wählen Sie ein Produkt/mehrere Produkte des Unternehmens, das Sie auf der Messe ausstellen wollen.

**Variante B:**

Spielen Sie eine Kontaktanbahnung mit der "Rantasalmen Hirsirakene OY".

c) **Theoretische und praktische Fachkenntnisse**

**Variante A:**

Stellen Sie geeignetes Anschauungsmaterial (Produkte, Modelle, Prospektmaterial, Preislisten ...) zusammen und studieren es eingehend zur Vorbereitung Ihrer beratenden Präsentation (Aussteller) bzw. zur Vorbereitung auf das Vortragen Ihres Anliegens.

**Variante B:**

Nutzen Sie das Material der "Rantasalmen Hirsirakenne OY" aus dem Anhang für Ihr Messegespräch.

d) **Technik des Kontaktgesprächs**

Beachten Sie im Gespräch, was Sie bei der Arbeit mit dem gesamten Material (Teil 1 und 2) gelernt haben.

**Zur Gliederung des Gesprächs:**

(1) Stellen Sie sich und Ihr Anliegen vor.

(2) Informations- und Beratungsphase (s.S. 148ff.)

Besprechen Sie z.B. folgende inhaltliche Punkte:

- Zielgruppe (Kunde: Wer soll das Produkt/die Produkte kaufen bzw. wo soll es eingesetzt werden?)
- Selbstdarstellung (Aussteller: Fähigkeiten und Produkte des Unternehmens)
- Ausführung (Materialien)
- Preis
- Lieferbedingungen
- Garantieleistungen
- andere Bezugsmöglichkeiten oder Anbieter für das Produkt/die Produkte

(3) Vereinbaren Sie weitere Kontakte und verabschieden Sie sich.

**Zum sprachlich/rhetorischen Ausdruck:**

- Frage- und Aufforderungstechnik
- Präsentationstechnik
- Kundenorientiertes Sprechen und Handeln

2. Spielen Sie Ihre Kontaktabstimmung und nehmen Sie sie auf Video auf.

3. Werten Sie Ihr Messegespräch mit Hilfe des Bewertungsbogens aus.

---

Abschließend möchte ich an einem Beispiel aus Sequenz 14 des Materials ("Marktpräsenz: eine Wortmeldung und ihre Folgen") verdeutlichen, wie der Situationsrahmen das kommunikative Verhalten der Gesprächsteilnehmer prägen kann. Die Aufnahme stammt aus der Diskussion, die im Anschluß an das Seminar der Deutsch Finnischen Handelskammer (das in Teil 1 behandelt wurde) stattfand. Der Diskussionsbeitrag wird von eben jenem Vertreter der finnischen Firma gemacht, der in Sequenz 15. ("Marktpräsenz: Eine Geschäftsanbahnung") den ostdeutschen Kunden über die Prinzipien der Marktwirtschaft belehrt (Abbildung 7.).

**Abb. 7.** Transkript aus "Handelspartner Finnland", Sequenz 14. "Marktpräsenz: eine Wortmeldung und ihre Folgen" (Reuter & Ylönen 1993:157)

---

**TRANSKRIPT**

*Äh, vielleicht darf ich ma aus ganz anderer Sicht, aus der Außenhandelsberatungsgesellschaft - ich hab selbst bei Herrn Dr. Tscherning gelernt - von der Firma Eurofinn. Wir habm also auch einige Erfolgsmeldung', was die deutsch-finnischn Kooperationsmöglichkeitn angeht, auf dem Tisch. Die Öffnung der DDR kam sehr schnell und jetzt isse so, daß der Finne die DDR als westliches Land akzeptiert hat und sie sieht als westliches Land. Die Kooperationswünsche*

*werdn auch an uns heranetragn, wir habm jetzt z. B. im Raume Chemnitz ein' Transformatorenhersteller, diese Leute sind nach Finnland gereist, habm sich dort dis finnische Werk angeschaut, ich möcht jetz hier kein' Nam' nenn', is noch nich unterschritsreif, und wir werdn da die Gespräche im September fortsetzn. 's tretn mehrere Firm' an uns herauf, die grade hier den Markt nicht nur im Sinne eines neuen Absatzmarktes erschließn möchtn, sondern die vor allen Ding' hier die Möglichkeit einer Teilproduktion oder einer einer erweitern Kooperation nutz'n möchtn, auch im Hinblick auf zukünftige weitere Öffnung des Ostns, an die bereits jetzt gedacht wird. Wir habm auch jetz hier auf der Leipziger Messe ein' klein' Stand, wo wir einige finnische Firm', die unsre Auftraggeber sind, vorstelln. Es is also positiv, die Grundstimmung is sehr positiv und ich kann mit meiner Erfahrung, die kaman nur dabei unterstützn und übrigens auch die Herrn vom finnischn Außenshandl/handlsverband sehr hilfsbereit, und die helfn Ihn' da, in jeder Beziehung gerne weiter.*

---

Wie leicht zu erkennen ist, ist der Tenor des Redebeitrags in erster Linie werbend. Nichts von beherrschendem Verhalten ist hier festzustellen, der Sprecher betont im Gegenteil die Gleichwertigkeit der Partner aus der DDR, die nach der "schnellen Öffnung" als "westliches Land" akzeptiert wurde. Er will auf sich und seinen Messestand aufmerksam machen ("Wir haben auch jetzt hier auf der Leipziger Messe einen kleinen Stand ..." und sich als seriösen ("... ich hab selbst bei Herrn Dr. Tscherning gelernt ..." - Herr Tscherning war Seminarleiter) und loyalen ("ich möcht jetz hier kein' Nam' nenn', is noch nich unterschritsreif") Geschäftspartner darstellen. Der Redebeitrag paßt damit zum Charakter des Seminars, auf dem sich die Deutsch-Finnische Handelskammer als ebenfalls seriöser und loyaler Ansprechpartner zum Knüpfen von Wirtschaftsbeziehungen mit Finnland präsentiert und das DDR-Publikum als gleichwertige Partner angesprochen hatte (vgl. die Analyse in Reuter 1994b).

Ein Vergleich der Beiträge des Außenhandelsvertreters in den Sequenzen 14 und 15 macht also klar den Situationsbezug kommunikativen Verhaltens deutlich. Die dominierenden Sprechhandlungen werden in Abhängigkeit vom Kontext gewählt: Werben im Rahmen des Seminars, Beharren im Gespräch mit dem ostdeutschen Kunden. Wäh-

rend der Sprecher im Seminar das DDR-Publikum als zur "westlichen Welt" gehörig aufwertet und damit den Tenor der Veranstaltung wählt, drückt er gleichzeitig seine Zugehörigkeit zu den Seminarveranstaltern aus. Dagegen grenzt er sich im Gespräch am Messestand von seinem ostdeutschen Gesprächspartner ab und schlüpft in die Rolle des "Besserwissers" (s.a. Ylönen 1992b).

Die Übungen zum Interaktionswissen sind in Sequenz 14 unter der Überschrift "Zur Diskussion gestellt" zu finden. Für die Arbeit mit dieser Sequenz werden das Transkript (s. Abbildung 7) und Stützfragen, die für die Interpretation zu Hilfe gezogen werden können, vorgegeben (Abbildung 8):

**Abb. 8.** Übung zum Interpretationswissen (Ylönen & Reuter 1993:157)

---

#### ZUR DISKUSSION GESTELLT

Herr v. Settens Wortmeldung ist nicht nur informativ, sondern auch werbend. Er sagt nicht nur, daß er eine Außenhandelsberatungsgesellschaft vertritt und einen Stand auf der Leipziger Messe hat, sondern er betont das Interesse finnischer Firmen an Geschäftskontakten mit ostdeutschen Unternehmen.

Überprüfen Sie jetzt bitte am Transkript, mit welchen Formulierungen Herr von Setten das Interesse potentieller Kunden aus der DDR auf sich zu lenken versucht? Inwiefern präsentiert er sich dabei als geeigneter Ansprechpartner?

#### TRANSKRIPT

- Warum erwähnt Herr von Setten ihrer Meinung nach, daß er bei Herrn Tscherning gelernt hat?
- Warum sagt Herr von Setten "Die Öffnung der DDR kam sehr schnell und jetz isses so, daß der Finne die DDR als westliches Land akzeptiert hat und sie sieht als westliches Land", und was ist mit "westliches Land" gemeint?

- Wie versucht Herr von Setten, seine Loyalität den Kunden gegenüber auszudrücken?
- Herr von Setten sagt: "... die Grundstimmung is sehr positiv und ich kann mit meiner Erfahrung, die kaman nur dabei unterstützen ...". **Wessen** "Grundstimmung" kann hier gemeint sein und **wen** "kann man nur unterstützen"?

Finden Sie weitere Beispiele für Formulierungen von Herrn von Setten, die geeignet sind, auf sich aufmerksam zu machen.

#### IHR FAZIT

Welchen Eindruck haben Sie von Herrn von Settens Wortmeldung? Welche Folgen könnte sie haben? Schauen Sie sich, bevor Sie Ihren Eindruck beschreiben, abschließend auch den Filmabschnitt noch einmal an.

Wie schätzen Sie Herrn von Settens Wortmeldung im Kontext der Seminardiskussion ein? Handelt es sich dabei nach Ihrer Meinung um eine empfehlenswerte Strategie? Wie würden Sie sich in einer vergleichbaren Situation verhalten?"

-----

Mit diesem Vergleich der Sequenzen 14 und 15 von "Handelspartner Finnland" sollte noch einmal verdeutlicht werden, was unter Interaktionswissen verstanden werden soll und wie es im Unterricht behandelt werden kann. Authentische Aufnahmen, sogenannte Normalformen mündlicher Fachkommunikation, und deren kleinschrittige Analysen eignen sich u.E. am besten zur Sensibilisierung für interaktive Kommunikationsprozesse. Mit "Handelspartner Finnland" soll schließlich dem Prinzip der Lernerzentriertheit Rechnung getragen werden, indem die Kursteilnehmer mit der Kursleitung gleichberechtigt die Gelungenheit der dem Material zugrunde gelegten Gespräche und eigenen Simulationen evaluieren.

### 3. Zusammenfassung

Für das Training mündlicher Fachkommunikation gibt es noch immer wenig Unterrichtsmaterialien und Theorien. Die Autoren fachbezogener Lehrwerke konzentrieren sich häufig auf die Vermittlung von Sprachwissen der Schriftsprache und gehen davon aus, daß mündliche Kommunikation automatisch erlernt wird. Sollen jedoch fachbezogene Äußerungen adressatengerecht im sozialen Interaktionsprozeß verwendet werden, wie das Konzept des kommunikativen Sprachenunterrichts es vorsieht, sollte neben Sprach- und Fachwissen gerade Interaktionswissen Gegenstand des Unterrichts sein. Interaktionswissen wurde als Wissen über die wechselseitige Beeinflussung und somit gemeinsame Konstruktion kommunikativer Handlungen bezeichnet, in denen die Gesprächspartner bestimmte Verfahren und Formen kommunikativen Verhaltens in Abhängigkeit von ihrer Sozialisation und Eigendefinition sowie ihres Kontextwissens wählen oder aushandeln. Zur Behandlung interaktiver Kommunikationsprozesse schlagen wir die Behandlung von "Normalformen" fachlicher Kommunikation, d. h. die Behandlung authentischer Aufnahmen als Fallbeispiele, vor. Vorgestellt wurde das videogestützte Material "Handelspartner Finnland", das für das Training mündlicher Wirtschaftskommunikation konzipiert wurde und mit dessen Hilfe auf Kontaktsituationen im Rahmen des Außenhandels mit deutschen Partnern vorbereitet werden soll. Im Vergleich zweier Sequenzen des Materials wurde speziell auf Übungen zum Interaktionswissen eingegangen.

#### Literatur

- Allan, M. 1985. *Teaching English with Video*. Longman Handbooks for Language Teachers. The Bath Press, Avon.
- Apelt, W. 1991. *Lehren und Lernen fremder Sprachen*. Volk und Wissen, Berlin.
- Bolten, J. 1993. *Marktchance Wirtschaftsdeutsch*. Klett, München.
- Brons-Albert, R. 1994. *Auswirkungen von Kommunikationstraining auf das Gesprächsverhalten*. Kommunikation und Institution 22, Gunter Narr Verlag, Tübingen.

- Buhlmann, R. & Fearn, A. 1987. *Handbuch des Fachsprachenunterrichts*. Langenscheidt, Berlin und München.
- Bungarten, 1993. *Beiträge zur Wirtschaftskommunikation*, 12 Bände. Attikon, Tostedt.
- Ebeling, P. 1987. *Verhandeln und Verkaufen*. Englisch Verlag Wiesbaden.
- Edmondson, W. & House, J. 1993. *Einführung in die Sprachlehrforschung*. UTB 1697. Francke, Tübingen.
- v. Faber, H. 1983. Video im Fremdsprachenunterricht. Technische, inhaltliche, formale, textmediale, didaktisch-methodische, dokumentatorische Faktoren. In: *Info DaF* 4/83:5-28.
- Fluck, H.-R. 1985. *Fachsprachen*. Einführung und Bibliographie. 3., aktual. u. erw. Aufl. Francke, Tübingen.
- Fluck, H.-R. 1992. *Didaktik der Fachsprachen*. Aufgaben und Arbeitsfelder. Konzepte und Perspektiven im Sprachbereich Deutsch. Forum für Fachsprachenforschung 16, Narr, Tübingen.
- Gläser, R. 1990. *Fachtextsorten im Englischen*. Forum für Fachsprachenforschung 13, Narr, Tübingen.
- Gügold, B. 1991. Zu Theorie und Praxis der Arbeit mit Video im Bereich Deutsch als Fremdsprache. In: *Info DaF* 1/1991:34-39.
- v. Hahn 1983. *Fachkommunikation*. Entwicklung - Linguistische Konzepte - Betriebliche Beispiele. De Gruyter, Berlin - New York.
- Heinemann, W. & Viehweger, D. 1991. *Textlinguistik. Eine Einführung*. Niemeyer Tübingen.
- Henne, H. & Rehbock, H. 1982: *Einführung in die Gesprächsanalyse*. 2. Aufl. W. de Gruyter, Berlin - New York.
- Hoffmann, L. 1987. *Kommunikationsmittel Fachsprache*. Eine Einführung. 3., durchgesehene Auflage. Sammlung Akademie Verlag 44, Berlin.
- Kallmeyer, W. 1994. Das Projekt "Kommunikation in der Stadt". In: Kallmeyer, W. (Hrsg.): *Kommunikation in der Stadt. Teil 1*. W. de Gruyter, Berlin - New York.
- Kasper, G. 1986. Kommunikative Inhalte in einem auditiven Sprachlehrprogramm: Sprechhandlungen, Diskursroutinen und Kommunikationsstrategien. In: *Routinen im Fremdspracherwerb*. Münchner Werkheft, Goethe-Institut.
- Kelz, H. & Neuf, G. 1993. *Deutsch im Beruf: Wirtschaft*. Verlag Dürr & Kessler Rheinbreitbach.

- Köhler, C. 1987. Sechs Merkmale der Kommunikativität - Gedanken zur kommunikativen Gestaltung von Sprachübungen. In *Fachsprache - Fremdsprache - Muttersprache*. Schriftenreihe der Sektion Angewandte Sprachwissenschaft und des Instituts für Deutsche Fachsprache an der Technischen Universität Dresden, Heft 5.
- Krause, W. & Bayard, A.-C. 1991. *Geschäftskontakte*. Langenscheidt Berlin und München.
- Laihiala-Kankainen, S. 1993. *Formaalin ja funktionaalinen traditio kieltenopetuksessa* (Formale und funktionale Tradition im Sprachenunterricht). Jyväskylä studies in education, psychology and social research 99, University of Jyväskylä.
- Leiwo, M. 1992. Kielitieto ja vuorovaikutus puheterapiassa ja kieltenopetuksessa (Sprachwissen und Interaktion in Sprachtherapie und Sprachenunterricht). In: *Finlance XI*:56-73.
- Lonergan, J. 1987. *Fremdsprachenunterricht mit Video. Ein Handbuch mit Materialien*. Forum Sprache, Hueber München.
- Löschmann, M. 1991. Video im Fremdsprachenunterricht - Mittel für das Lernen und Lehren. In: *Zielsprache Deutsch* 2/91:79-84
- Müller, B.-D. 1993. *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. 2. überarbeitete und erweiterte Aufl., Iudicium München.
- Pauels, W. 1989. Kommunikative Übungen. In: Bausch et al. (Hrsg.) *Handbuch Fremdsprachenunterricht*. Francke Tübingen.
- Reuter, E. 1988. *Produktvorführungen*. Übungs- und Lehrerheft. Materialien des Zentralen Spracheninstituts Nr. 63. Universität Jyväskylä.
- Reuter, E. 1993. *Mündliche Geschäftskommunikation im Wirtschaftsdeutschunterricht*. Lizentiatenarbeit, Universität Vaasa.
- Reuter, E. 1994a. Handelspartner Finnland. Kriterien der Erstellung eines berufskommunikativen Lehrwerks. In: *Erikoiskielet ja käännösteoria, VAKKI XIV*. Universität Vaasa.
- Reuter, E. 1994b. Neutralität in mündlicher Werbekommunikation. In: *Talous ja kieli 2* (Wirtschaft und Sprache 2), Helsingin kaupunkokeakoulun julkaisu, Wirtschaftsuniversität Helsinki.
- Reuter, E. & Rodenbeck, R. 1992. *Unternehmenspräsentationen*. Übungs- und Lehrerhandbuch. Materialien des Zentralen Spracheninstituts Nr. 83. Universität Jyväskylä.
- Reuter, E. & Ylönen, S. 1993/1994. *Handelspartner Finnland*. Außenhandelsförderung am Beispiel der Deutsch-Finnischen Handels-



- kammer Helsinki. Ein Unterrichtsprogramm für den Bereich Mündliches Wirtschaftsdeutsch. Video, Begleitheft (1993), Lehrerheft (1994), Transkriptband (1994). Materialien des Zentralen Spracheninstituts Nr. 100. Universität Jyväskylä.
- Schwerdtfeger, I. 1989. *Sehen und Verstehen*. Arbeit mit Filmen im Unterricht Deutsch als Fremdsprache.
- Schwitalla, J. 1992. Die Sprachphilosophischen Annahmen der Sprachsoziologie und der Soziolinguistik. In: Dascal, M. et al. (Hrsg.): *Sprachphilosophie. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. W. de Gruyter, Berlin - New York.
- Speight, S. 1989. Konversationsübungen. In: Bausch et al. (Hrsg.) *Handbuch Fremdsprachenunterricht*. Francke Tübingen.
- Stemplesky, S. & Tomalin, B. 1990. *Video in Action. Recipes for Using Video in Language Teaching*. Prentice Hall International (UK) Ltd.
- Wage, J. 1988. *Psychologie und Technik des Verkaufsgesprächs*. Verlag Moderne Industrie, Landsberg am Lech.
- Ylönen, S. 1992a. Zur Erstellung von Unterrichtsmaterialien für den fachbezogenen Fremdsprachenunterricht aus textlinguistischer Sicht. In: *Finlance X*, Universität Jyväskylä, S. 67-99.
- Ylönen, S. 1992b. Probleme deutsch-deutscher Kommunikation. Unterschiede im kommunikativen Verhalten zwischen Alt- und Neubundesbürgern. In: *Sprachreport* 2-3/92:17-20.

## Überlegungen zum Dolmetschunterricht in der VR China

Maria-Charlotte Koch

### Inhaltsverzeichnis

1. Einige allgemeine Bemerkung zu Praxis und Ausbildung des Dolmetschens
2. Dolmetschausbildung in China
3. Dolmetschen und Übersetzen an der Fremdsprachenhochschule Tianjin: Aufbau einer neuen Studienkomponente
  - 3.1. Dolmetschen und Übersetzen im Unterricht
4. Der Aufbau der Studienkomponente Translation: Ausgangssituation und Phase I
  - 4.1. Durchführung des Unterrichts am Beispiel zweier Unterrichtssequenzen
    - 4.1.1. Beispiel I: die deutsche Wiedervereinigung
    - 4.1.2. Beispiel II: Europa
  - 4.2. Schwierigkeiten der Lerner bei der Arbeit mit Paralleltexten und der Wissenserschließung
5. Phase II: Aufbau und Zielsetzung der neuen Studienkomponente Dolmetschen und deren Realisierung im Unterricht
  - 5.1. Eignungstest zum Dolmetschen
  - 5.2. Unterrichtsgestaltung und Vorstellung einiger Übungsformen
  - 5.3. Antizipation
    - 5.3.1. Unterrichtsbeispiel: Begrüßung eines neuen deutschen Lektors
    - 5.3.2. Unterrichtsbeispiel: Besuch einer deutschen universitären Delegation
    - 5.3.3. Ein Prüfungsbeispiel
6. Progression und Unterrichtsgestaltung
  - 6.1. Beispiel: Unterrichtsplan und Durchführung: Realitätsnähe und Progression
7. Ausblick: Bewertung der bisherigen Erfahrungen

Hans-Rüdiger Fluck, Ursula Saarbeck,  
Jianhua Zhu, Thomas Zimmer (Hrsg.)

**Deutsch als Fach- und Fremdsprache  
in Ost- und Zentralasien**

**Situationen, Sprachbeschreibungen,  
didaktische Konzepte**



**JULIUS GROOS VERLAG HEIDELBERG**

## INHALT

### Situationen

- Chen Jen-Te* (Tainan/Taiwan)  
Deutsch als Fach- und Fremdsprache in Taiwan .....13
- Hans Werner Hess* (Hongkong)  
Deutsch in der Krise? DaF und Hongkong. ....27
- Huang Huiying* (Schanghai/VR China)  
Bericht über die Geschichte des Deutschunterrichts in China  
am Beispiel der Tongji-Universität.....61
- Zhu Jianhua* (Schanghai/VR China)  
Situationen und Perspektiven des studienbegleitenden DaF-  
Unterrichts in der VR China .....71
- Thomas Zimmer* (Schanghai/VR China)  
Ungleiche Brüder - Ein Vergleich zwischen der Situation  
des DaF-Unterrichts in Südkorea und China .....83
- Hans-Rüdiger Fluck* (Ulan Bator/Mongolei)  
Zur Situation des Deutschen und zur schulischen und  
universitären Deutschausbildung in der Mongolei .....95
- Ojunzezeg* (Ulan Bator/Mongolei)  
Deutschunterricht im "Kinderpalast", einer außerschulischen  
Bildungseinrichtung der Stadt Ulan Bator .....107
- Marshan Toursbekowa* (Almaty/Kasachstan)  
Zur Situation der Deutschausbildung in Kasachstan,  
insbesondere im Schulbereich .....111
- Ludmilla Borissowa* (Ulan Ude/Burjatien)  
Deutschunterricht in Burjatien/GUS.....117

---

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

**Deutsch als Fach- und Fremdsprache in Ost- und Zentralasien** : Situationen, Sprachbeschreibungen, didaktische Konzepte / Hans-Rüdiger Fluck . . . (Hrsg.). – Heidelberg : Groos, 1996 (Sammlung Groos ; 61)  
ISBN 3-87276-756-9

NE: Fluck, Hans-Rüdiger [Hrsg.] ; GT

---

ISSN 0344-0591

ISBN 3-87276-756-9

© 1996 Julius Groos Verlag, D-69014 Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung:

Difo-Druck GmbH, D-96052 Bamberg

## Sprachbeschreibungen

- Wei Hong* (West Lafayette/U.S.A.)  
"How do they request?" A Cross-Cultural Comparison of  
Chinese and German Requests ..... 121
- Han Zhonggao* (Xian/VR China)  
Untersuchung der Modalverben in der deutschen Fachsprache  
der Technik und Naturwissenschaft ..... 131
- Kong Deming* (Nanjing/VR China)  
Satzverknüpfung in Fachtexten ..... 141

## Didaktische Konzepte

- Dai Mingzhong/Zhang Zhuliang* (Schanghai/VR China)  
Curriculum Deutsch als erste Fremdsprache an chinesischen  
Hochschulen und Universitäten. Ein kommunikatives  
Curriculum für den Deutschunterricht ..... 151
- Maria Steinmetz* (Hangzhou/VR China)  
Curriculare Aspekte einer studienbegleitenden Deutschaus-  
bildung für chinesische Ingenieurstudenten ..... 163
- Li Changke* (Peking/VR China)  
Aspekte des DaF-Unterrichts an der Universität Beijing ..... 197
- Hua Zongde* (Nanjing/VR China)  
Die Grammatikvermittlung beim Übergang vom  
Grundstudium zum Hauptstudium unter Berücksichtigung  
der Rahmenpläne ..... 207

- Tang Qiuye* (Peking/VR China)  
Zielgruppen- und praxisorientierte Landeskundevertretung  
am Beispiel "Praxis Deutsch" ..... 215
- Wolfram Schlenker* (Peking/VR China)  
"Berufssprache" zwischen Allgemein- und Fachsprache  
am Beispiel des Lehrwerks "Praxis Deutsch" ..... 227
- Hans-Rüdiger Fluck* (Ulan Bator/Mongolei)  
Zur Konzeption eines chinabezogenen Stilistik-Lehrbuchs ..... 241
- Ursula Saarbeck* (Schanghai/VR China)  
Wirtschaftsdeutsch in China - Merkmale, Zielgruppen, Lehrwerke .. 261
- Sabine Ylönen* (Jyväskylä/Finnland)  
Erstellung von Unterrichtsmaterialien für das Training  
mündlicher Kommunikation am Beispiel des Materials  
"Handelspartner Finnland" ..... 281
- Maria-Charlotte Koch* (Tianjin/VR China)  
Einige Überlegungen zum Dolmetschunterricht in China ..... 313
- Ulrich Kautz* (Peking/VR China)  
Die Übersetzung eines chinesischen Werbetextes in einen  
deutschen als Beispiel möglicher Textarbeit im  
Deutschunterricht ..... 337