

HOW IMPORTANT IS GERMAN AS BUSINESS LANGUAGE NOWADAYS?**WIE WICHTIG IST DEUTSCH ALS WIRTSCHAFTSPRACHE
HEUTZUTAGE?****CÂT DE IMPORTANTĂ ESTE LIMBA GERMANĂ ECONOMICĂ ÎN
ZILELE NOASTRE?****Rodica Teodora BIRIȘ**Universitatea de Vest "Vasile Goldiș" din Arad,
Facultatea de Științe Umaniste, Politice și AdministrativeE-mail: birisrodica@yahoo.com**Abstract**

How important is German as business language nowadays? This question is asked by many people, as till just recently English was the number one business language. However since the extension of the EU to the east it has been shown that German gains extremely quickly recognition again also in the economical field.

Zusammenfassung

Wie wichtig ist die deutsche Sprache als Wirtschaftssprache heutzutage? Diese Frage wird in dem heutigen Kontext immer öfters gestellt, denn bis zum heutigen Tag galt Englisch als die fast einzige Wirtschaftssprache. Gleich nach der Ost-Erweiterung der Europäischen Union hat sich aber gezeigt, dass die deutsche Sprache wieder viel auch im wirtschaftlichen Bereich an Bedeutung gewinnt.

Rezumat

Cât de importantă este limba germană economică în ziua de astăzi? Această întrebare este pusă în contextul actual tot mai frecvent, având în vedere că până acum limba engleză era cotate ca fiind aproape singura limbă de circulație la nivel economic. Odată cu extinderea Uniunii Europene spre Europa de Est a demonstrat că limba germană a devenit tot mai importantă și în domeniul economic.

Key-words: *German, business language, English, EU, development***Schlüsselwörter:** *Deutsch, Wirtschaftssprache, Englisch, EU, Entwicklung***Cuvinte cheie:** *germană, limbaj economic, engleză, UE, dezvoltare***1. Einleitung**

Heutzutage überrascht es keinen Sprachlehrer, geschweige denn keinen Sprachwissenschaftler mehr, dass das Interesse und der Bedarf an Wirtschaftssprachen ansteigt. Diese Tendenz geht Hand in Hand mit der Orientierung unserer heutigen Welt. Es wird behauptet, dass das Geld die Welt regiert, und das trifft sehr oft zu. Die Lobby der Wirtschaft dringt in viele Bereiche unseres Lebens ein, obwohl wir es vielleicht nicht wahrnehmen, und beeinflusst sie je nach Umständen in kleinem oder größerem Masse. Gleich wie andere Bereiche, z.B. Recht, Journalistik, Medizin und andere Bereiche bedient sich auch die Wirtschaft gewisser linguistischen

und auch weiteren Besonderheiten, deren Beherrschung einen möglichst glatten Einstieg und ein erfolgreiches Wirken in diesem Bereich bedingt.

2. Die Rolle und die Ausbreitung des Wirtschaftsdeutschen in einem Unternehmen

Besonders für junge Menschen stellt das Erlernen einer Fremdsprache eine Herausforderung dar. Heutzutage ist es auf dem Arbeitsmarkt eng und umso mehr Kenntnisse sie vorzuweisen haben, desto besser ist es für das künftige Berufsleben. Diese Tatsache wird nicht nur in der Wissenschaft in der Bezahlung honoriert, sondern spiegelt sich auch in Bildungseinrichtungen durch Studiengänge wieder. So kann man an zahlreichen Hochschulen und Universitäten in deutschsprachigen Ländern oder auch im Ausland Seminare oder Kurse in sogenannten „Business German“ belegen. Wichtig ist noch mehreren Sprachen mit einem erheblichen wirtschaftlichen Ausrichtung zu bemerken, dass eine ähnliche Entwicklung auch bei anderen Sprachen wie z.B. dem Wirtschaftsenglischen, -russischen, -spanischen, usw. zu verzeichnen ist. Das Anwachsen des Interesses am Fachsprachenbereich Wirtschaft bringt unentbehrlich eine rückläufige Tendenz bei der Vermittlung der Allgemeinsprache mit sich. Das geschieht auch mit Hilfe der Ausbreitung der deutschen Firmen in den Ländern aus Osteuropa, in denen deutschsprachige Angestellte gesucht werden.

Zu diesem Ergebnis kommen nicht nur die Sprachwissenschaftler, es bestätigen auch nationale Studien:

DaF (Deutsch als Fremdsprache) ist heute oft fachbezogener Sprachunterricht [1]

Allerdings lässt sich die Allgemeinsprache im Rahmen eines Wirtschafts-sprachenunterrichts nicht ganz ausschließen. Eisenach hat zum Beispiel ermittelt, dass bei einem technischen Text von etwa 500 Wörtern der Anteil der Sachwörter (sachbezogene Termini und Fachwörter) normalerweise 30% des Gesamtwortschatzes nicht übersteigt.[2]

Die Allgemeinsprache hat darüber hinaus noch eine wichtige soziale Funktion. Jene Geschäftsbeziehungen, die besonders gut gepflegt werden oder gepflegt werden sollen, brauchen eine Vertrauensbasis zwischen den Handelspartnern, die sowohl Berufliches als auch Privates mit einbezieht. Auch hier gilt nämlich das Prinzip des Bekannten und Unbekannten. Die Geschäftsleute sagen, dass sie mit Menschen die ihnen bekannt sind und mit denen sie etwas verbindet, verhandeln sie lieber und offener als mit Menschen, die ihnen fremd vorkommen. Das gleiche gilt natürlich auch für die innerbetriebliche Kommunikation. Daraus geht hervor, dass Allgemeinsprache und Wirtschaftssprache ein untrennbares Ganzes bilden, wobei den zwei Bestandteilen je nach Bedarf unterschiedliche Gewichtung zugesprochen wird, „People need to communicate, to express and share their ideas with others ...“ [3] Sehr wichtig ist dabei die kommunikative Kompetenz. „Der kommunikative Ansatz verarbeitet Anregungen der Sprechakttheorie und der kommunikativen Kompetenz. Die Sprache wird pragmatisch gesehen, die Muster der unterschiedlichen Sprechabsichten stehen im Vordergrund.“ [4] Die einfache Ansicht, bei dem Wirtschaftsdeutschen ginge es nur um einen Ausschnitt aus dem Sprachsystem des Deutschen, der für die Zwecke der Verständigung im Bereich Wirtschaft angewendet wird, kann keinesfalls der Komplexität des Begriffs Rechnung tragen. Berücksichtigt werden müssen zahlreiche schwerwiegende Aspekte, die alle zusammen genommen, das Verfassen einer zufrieden stellenden Definition für manche Linguisten unmöglich erscheinen lässt.

Die Assoziationen mit dem Wort Deutschland oder Deutsch hat sich im Laufe der Zeit verändert. Wenn in der Vergangenheit, während der Epochen diese Wörter mit dem literarischen, musikalischen oder politischen Bereich assoziiert wurden und zu einem festen Bestandteil der deutschen Kulturwissenschaften gehörten, so prägen heute besonders wichtige deutsche Unternehmen, die Entwicklung der gesamten Wirtschaft und der Auftritt Deutschlands im Ausland

dieses Bild. Falls man nur von dem Außenhandel spricht, kann man sogar von einer gezielten deutschen Expansion in internationale Märkte sprechen. In diesem Fall jedoch, was die wichtigsten Elemente betrifft hat sich diese Entwicklung bereits so stark entwickelt, dass weltweit deutsche Niederlassungen, Tochtergesellschaften, Joint-Ventures entstehen und sich dank des Wirtschaftsdeutschen einer sehr schnellen Expansionspolitik erfreuen.

Mehr Bedeutung gewinnt das Wirtschaftsdeutsch dagegen in Osteuropa. Die geographische Lage brachte Deutschland nach der EU-Osterweiterung in die Position einer Drehscheibe des wirtschaftlichen Geschehens in Ost- und Mitteleuropa und eines Pioniers auf den dortigen Märkten. Die Bereitschaft deutsch zu sprechen resultierte auch aus der allgemeinen Orientierung des Osteuropas an dem Westeuropa, wobei die deutsche Sprache, also die Sprache des traditionellen Handelspartners, als erste in Erwägung kam, wenn Fremdsprachenausbildung gefragt und gefördert wurde. Ob jedoch die Ansicht, dass das Deutsche zu lingua franca geworden ist, wie DAAD auf seiner Website behauptet [5], noch heute ihre Geltung findet, denn inzwischen setzt sich auch hier das Englische stark durch, als Folge der allmählichen Markterschließung durch internationale englisch sprechende Unternehmen, die noch fehlenden Marktnischen decken zu hoffen oder mit einheimischen Unternehmen kooperieren wollen. Deshalb „the western classical tradition of rhetoric in its various guises means of codifying the way public orators use language for persuasive ore others purposes.“ [6].

Dass sich auch manche deutsche Unternehmen sowohl nach außen als auch nach innen des Englischen bedienen, ist eine nicht umstrittene Tendenz, die Vorteile, wie die Zugänglichkeit des Unternehmens für potenzielle nicht deutsch sprechende Mitarbeiter und Geschäftspartner, aber auch Nachteile, wie die Kommunikationsstörungen aufgrund des unterschiedlichen Sprach Niveaus mit sich bringt und demzufolge noch nach ihren Befürwörtern sucht.

Wenn wir weiterhin die Entwicklung des Wirtschaftsdeutschen betrachten bemerken wir, dass es auch andere Tatsachen gibt, die für das Erlernen der deutschen Sprache stehen.

Erstens übt Deutschland mit ihrer starken nationalen Wirtschaft einen gewissen Einfluss auf das Weltgeschehen. Um die Entwicklung verfolgen zu können, ist das Lesen deutscher Fachzeitschriften, Wirtschaftsmagazine usw. von belang, denn wer des Deutschen nicht Gewand ist, muss auf Übersetzungen warten und hinkt wissenschaftlich hinterher[7].

Zweitens erfüllen Sprachkenntnisse die Funktion eines „Wirtschaftsguts“, das heißt sie werden als potentiell vermarkt bare Qualifikation und Element von Humankapital angesehen.[8]

Drittens lockt das Potenzial an ausgebildeten Arbeitskräften ausländische Unternehmen ins Land. Können diese auf dem einheimischen Markt bestehen und Gewinne erzielen, übt es natürlich große Anziehungskraft sowohl auf andere ausländische Unternehmen, als auch auf weitere potenzielle Arbeitskräfte aus. Bei einem zufrieden stellenden Verlauf dieses Prozesses werden die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen den jeweiligen Ländern gefestigt, wovon die einheimische und natürlich auch die ausländische Wirtschaft weiter profitieren können.

3. Schlussfolgerung

Was mit der vorliegenden Arbeit geleistet werden konnte, war ein knapper Einstieg in die Thematik des Wirtschaftsdeutschen. Da die Erweiterung der EU in Richtung Osten bereits ein großes Potential in sich birgt, welche man an einem ziemlich reichen Angebot an Wirtschaftsdeutschlehrwerken sehen kann. Jedoch steigt auch die Zahl der Wirtschaftsdeutschlernenden, was wiederum eine steigende Nachfrage nach neuen qualitativen Lehrwerken mit sich bringt. Das Wirtschaftsdeutsch hat sicherlich gute Zukunftsaussichten, nicht nur in den mit den

deutschsprachigen Gebieten benachbarten Ländern, sondern auch in weiter entfernten Ländern, vorausgesetzt das die jetzige Reputation der deutschen Wirtschaft und Politik wird im Ausland auch weiter als innovativ, leistungsstark und zukunftsorientiert wahrgenommen. Also, auch in der nahen und in der fernen Zukunft wird das Interesse an die deutsche Wirtschaftssprache weiterhin steigen.

Bibliographie

1. Kulturabteilung des Auswärtigen Amtes (Hrsg.). (1993) *Auswärtige Kulturpolitik 1990-1992*. Bonn: Abteilung für auswärtige Kulturpolitik des Auswärtigen Amtes
2. EISENREICH, H.(1967) *Zum Sachwort in der deutschen Sprache der Gegenwart: Dissertation*. Jena Universität.
3. Țirban, Narcisa, 2010, English in the Context of Globalization in: Studii de Știință și Cultură, anul VI, Nr. 2 (21), iunie, 2010, Editura "Vasile Goldis University Press" Arad, pag. 86
4. Biriş, R.T., Țirban, N., Milancovici, S., Pommfyova, M, Methoden des Unterrichts in der deutschen, englischen und französischen Sprache, în: Studii de Știință și Cultură, Editura „Vasile Goldiș” University Press Arad, Anul VI, Nr. 2, iunie 2010, ISSN 1841-1401 (print), ISSN 2067-5135 (online), pag. 46
5. DAAD. (2007) *Warum deutsch lernen*. <http://www.daad.de/deutschland/deutsch-lernen/warum-deutsch-lernen/00564.de.html>
6. Banciu, Viorica, 2009, *Semantic and Pragmatic Characteristics of Political Discours*, Editura Argonaut, Cluj-Napoca, ISBN 978-973-109-157-0, pag. 7
7. STEINMETZ, M. (2000) *Fachkommunikation und DaF-Unterricht*. München: Iudicium-Verlag
8. Idem