

# GFL

*German as a foreign language*

**Wirtschaftskommunikation ohne Komposita und Derivate?**

**Zur Vermittlung von Wortbildungsstrukturen  
in Theorie und Praxis des Wirtschaftsdeutschen**

Guido Rings, Cambridge

## **Wirtschaftskommunikation ohne Komposita und Derivate?**

### **Zur Vermittlung von Wortbildungsstrukturen in Theorie und Praxis des Wirtschaftsdeutschen**

Guido Rings

Im Kontext zunehmend schnellerer technologischer und soziostruktureller Entwicklungen besteht gerade im Wirtschaftsdeutschen immer wieder die Notwendigkeit, neue Gegenstände und Sachverhalte zu benennen bzw. alte Bezeichnungen zu ändern. Wortbildungen sind zentrale Mittel zur Anpassung der Sprache an solche Veränderungen und die linguistische sowie didaktische Forschung zum Wirtschaftsdeutschen haben dieser Bedeutung bereits mit einer Vielzahl spezifischer Untersuchungen entsprochen. Neuere Arbeiten bestätigen nicht nur, dass Kenntnisse zentraler Wortbildungscharakteristika zur Erhöhung kommunikativer und interkultureller Wirtschaftskompetenz grundlegend sein können, sondern sie legen über textkorpusbasierte Studien auch die Grundlagen zu einer sinnvollen Selektion und Vermittlung derselben. Von einer Mehrheit der Lehr- und Lernmaterialien für das Wirtschaftsdeutsche werden all diese Impulse im Kontext einer zunehmenden Marginalisierung grammatischer und lexikalischer Übungen allerdings nur unzureichend und immer weniger aufgegriffen. Ein falsch verstandener kommunikativer Ansatz und merkantile Zwänge sind mögliche Gründe für eine solche Tendenz, die einen eigenverantwortlichen Lernprozess erschweren und die Zusammenstellung von Lehr- und Lernmaterialien zunehmend in den Verantwortungsbereich der Dozenten zurückverlagern. Grundlegende Reformen im Bereich der Erstellung, Produktion und Distribution neuer Lehrwerke erscheinen unumgänglich.

#### **1. Didaktische Vorüberlegungen**

Gerade im Wirtschaftsdeutschen besteht auf Grund neuer technologischer und soziostruktureller Entwicklungen ständig die Notwendigkeit, neue Gegenstände und Sachverhalte zu benennen bzw. alte Bezeichnungen zu ändern, die für eine spezifische Kommunikation unzureichend sind. Dabei kommt der Wortbildung als einem zentralen Mittel zur Erweiterung und Anpassung der Sprache an sich verändernde außersprachliche Verhältnisse besondere Bedeutung zu.<sup>1</sup> Kenntnisse zentraler

---

<sup>1</sup> Nach dem Duden (Drosdowski 1984: 386) sind die den Gesamtwortschatz der deutschen Sprache ausmachenden ca. 500.000 Wörter „zum größten Teil Wortbildungen, also nicht Simplicia, einfache Wörter wie groß und klein, sondern abgeleitete und zusammengesetzte Wörter wie Großbetrieb, [...] Kleinbetrieb.“ Wie schon die Beispiele deutlich machen, ist bei dieser Schätzung fachspezifische Lexik mit berücksichtigt

Wortbildungscharakteristika können unmittelbar zur Erweiterung der spezifischen Lexik und somit zur Erhöhung der kommunikativen Kompetenz beitragen. Sie ermöglichen aber auch eine Annäherung an das Denk- und Sprachsystem des Sprachbereiches und können in dieser Hinsicht für eine kulturelle und interkulturelle Wirtschaftskompetenz grundlegend sein (vgl. Kapitel 3). Da ausländische Studierende noch ungleich weniger als muttersprachliche Lerner mit den morphologischen Regelmäßigkeiten der deutschen Sprache vertraut sind,<sup>2</sup> sollte insbesondere von zeitgenössischen Lehrwerken des Wirtschaftsdeutschen als Fremdsprache eine schwerpunktmäßige Behandlung von Wortbildungscharakteristika erwartet werden.

Dieser Beitrag untersucht die theoretischen Grundlagen zur Behandlung spezifischer Wortbildungscharakteristika des Wirtschaftsdeutschen im DaF-Unterricht und vergleicht diese mit der didaktischen Praxis in zeitgenössischen deutschen und englischen Lehrwerkproduktionen. Nach einigen Vorüberlegungen zur Definierbarkeit von Wirtschaftsdeutsch wird zunächst auf die für diesen Sprachbereich ermittelten zentralen Wortbildungsstrukturen eingegangen, bevor deren Vermittlung in den Lehrwerken näher betrachtet und ausgewertet wird.

## **2. Wirtschaftsdeutsch – ein offener Sprachbereich?**

Noch ungleich weniger als für „Fachsprache“ kann für „Wirtschaftsdeutsch“ eine präzise Definition aufgestellt werden. Ein Grund hierfür ist sicher darin zu suchen, dass „Wirtschaft“ ein extrem heterogener Begriff ist, der Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftspolitik aber auch Handel, Industrie, Börse und viele andere Bereiche zu umfassen versucht, und dass hierdurch „eine weitaus höhere Verflechtung mit dem Alltagsleben resultiert als bei anderen Fachbereichen“ (Horst, 1998: 49). Hinzu kommt, dass sich die Fachsprachenlinguistik seit den 90er Jahren<sup>3</sup> kaum noch auf Analysen lexikalischer und syntaktischer Elemente beschränkt, sondern im Kontext einer interkulturellen Kommunikationsforschung zunehmend auch den „kommunikativ-interaktiven

---

worden, allerdings ohne dass eine Differenzierung in Allgemeinsprache und die zahlenmäßig wesentlich wortreicheren spezifischen Sprachbereiche (allein die Sprache der Medizin wird auf ca. 170.000 Wörter geschätzt) vorgenommen worden wäre.

<sup>2</sup> Vgl. hierzu bereits Mogge (1982: 21): „Ein deutscher Schüler weiß aus Sprach- und Welterfahrung, dass es die Wörter ‚Urbine‘ und ‚Tarbeiter‘ nicht gibt. Er wird daher Komposita wie Gastarbeiter und Gasturbine ohne weiteres richtig zerlegen, auch wenn er nicht weiß, was eine Gasturbine ist. Diese Erkenntnismöglichkeit fehlt dem unerfahrenen Ausländer; er vermag vielleicht erst auf den zweiten Blick zu entscheiden, ob er es mit Hau-stier oder einem Haus-tier zu tun hat.“

<sup>3</sup> Vgl. hier die einschlägigen Arbeiten von Bungarten (1992 und 1993), Müller-Jacquier (1991), Schröder (1993) und Bolten (1991, 1992 und 1996).

Aspekt und damit die Sprachhandlungsfähigkeit“ einzubeziehen versucht (Horst, 1998: 13). Diese Heterogenität eines zum Alltagsleben hin kaum abgrenzbaren realen Kommunikationsfeldes lässt ältere Definitionsansätze, die eine Bindung von Fachsprache an den Fachmann postulieren (vgl. Hoffmann, 1985: 31) problematisch erscheinen. Andere Ansätze, die den genannten Prämissen zu entsprechen versuchen, bleiben demgegenüber oft allzu vage,<sup>4</sup> oder es wird statt einer ausformulierten Definition eine Liste von Wirtschaftsdeutscheninhalten aufgestellt, die zwar der Forderung nach unterrichtsvorentlastender Konkretisierung entgegenzukommen versucht, durch ihre zwangsläufige Unvollständigkeit und eine allenfalls rudimentäre Verknüpfung der Lerninhalte allerdings nicht selten den Eindruck von Willkürlichkeit und mangelnder Kohärenz hinterlässt.<sup>5</sup> Bolten betont (1992: 62), dass solche Probleme darauf zurückzuführen sind, dass es sich beim Wirtschaftsdeutschen „nicht um ein festumrissen-abstraktes Fach, sondern um ein reales Handlungsfeld handelt“ und fordert entsprechend, den Fachsprachenbegriff aufzugeben und statt dessen mit Blick auf die kommunikative Funktionalität den Terminus „Sprachbereich“ zu verwenden. Diesem Begriff wird das idealtypische Organisationsmodell eines Industrieunternehmens zugrunde gelegt, denn „potentiell grundständige Bereiche [...] wie Geschäftsleitung, Verwaltung/Organisation, Finanzen, Absatz, Produktion Forschung/Entwicklung [haben] auch in sprachlicher Hinsicht branchenübergreifenden Charakter“ und das Industrieunternehmen bietet den „größtmöglichen gemeinsamen Nenner“, da hier auch die Bereiche von Dienstleistungs- und Handelsunternehmen erfasst werden nicht aber umgekehrt (ebda.: S. 65). Über ein solches Organigramm ist es möglich, das Sprachgeschehen im Wirtschaftsleben integrativ zu beschreiben, und zwar „als ein komplexes, empirisch annähernd bestimmbares Beziehungsgeflecht verschiedener fach- und [...] berufssprachlicher Ebenen“ (Bolten 1991: 74). Darüber hinaus werden beim Fokus auf ein Großunternehmen der Industrie auch keineswegs nur

---

<sup>4</sup> Vgl. etwa Buhlmann (1990: 85f.): „Der Ausdruck Wirtschaftsdeutsch oder Fachsprache Wirtschaft ist ein Sammelbegriff für diverse Fachsprachen, die von Personengruppen mit unterschiedlicher Vorbildung, unterschiedlichen Tätigkeiten und unterschiedlichen Kommunikationszielen und -formen in einem beruflichen, akademischen und/oder ausbildungsbedingten Umfeld benutzt werden, das irgendwie mit Wirtschaft zu tun hat. Wir müssen also davon ausgehen, dass das, was als Fachsprache Wirtschaft bezeichnet wird, die Summe der in der Wirtschaft bzw. in der wirtschaftsbedingten Kommunikation benutzten Fachsprachen ist.“

<sup>5</sup> So kürzlich noch in Desingers (et al. Hrsg./1999) *Basiswissen Wirtschaftsdeutsch*. Die dortigen Wortlisten zu Themenbereichen wie „Wirtschaftssysteme“, „Soziale Sicherheit“, „Marketing“, „Banken- und Börsenwesen“ geben zwar vielen Wirtschaftsdeutsch Studierenden aktuelle und klar nachvollziehbare erste Lerninhalte, und werden in unserer Arbeit durchaus als praktische lexikalische Grundlage aufgegriffen, die empirische Absicherung und Verbindung der einzelnen Komponenten und damit jeglicher Versuch einer kohärenten Definition von Wirtschaftsdeutsch bleibt allerdings rudimentär.

betriebswirtschaftliche, also mikroökonomische Aspekte, sondern durchaus auch makroökonomische Komponenten mitbetrachtet, denn „das Unternehmen selbst repräsentiert aufgrund seiner Einbindung in den gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang gleichsam in verkleinertem Maßstab das Bezugfeld von Mikro- und Makroökonomie, von Einzel- und Weltwirtschaft. Entsprechend der üblichen Unternehmensgliederung in die Hierarchiestufen a) des strategischen, b) des operativen Managements und c) der Ausführungsebene erweist es sich gleichzeitig als Substrat sämtlicher Bereiche wirtschaftlichen Denkens und Handelns“ (ebda.). Einer solchen Dreiergliederung der Hierarchiestufen eines Unternehmens wiederum entspricht die Einteilung von Wirtschaftsdeutsch in die Ebenen Theoriesprache, Berufssprache und fachbezogene Umgangssprache.

Kritisch anzumerken wäre, dass hiermit die Lerninhalte für die Vermittlung von Wirtschaftsdeutsch sowohl in lexikalischer und morphosyntaktischer als auch in kommunikativer Hinsicht noch lange nicht so präzisiert worden sind, dass unmittelbar eine Übertragung auf die Lehre möglich wäre. Dies gilt insbesondere für den makroökonomischen Bereich, der im Organigramm explizit nur mit den Termini Weltwirtschaft, Volkswirtschaft und Wissenschaftssprache (Pol., Vwl, Jura) angesprochen und damit nur sehr rudimentär differenziert wird. Eine wertvolle Ergänzung liefern in dieser Hinsicht angewandte neuere Arbeiten wie *Basiswissen Wirtschaftsdeutsch* von Desinger et al. (1999). Hier werden gewissermaßen als erster Schritt zur Konkretisierung des Wirtschaftsdeutschen lexikalische Inhalte in ihrer kontextuellen Einbettung erarbeitet, die unmittelbar auf unterrichtsrelevante morphosyntaktische und kommunikative Charakteristika verweisen. Ein solches Charakteristikum ist die relativ hohe Frequenz bestimmter Wortbildungsmodelle, die im folgenden näher zu betrachten sind.

### **3. Annäherung an Wortbildungsstrukturen des Wirtschaftsdeutschen**

Der Forschungsstand zu Frequenz, Herkunft und Entwicklung von Wortbildungen im Sprachbereich Wirtschaftsdeutsch ist insgesamt noch eher dürftig, was unter anderem auf die geringe Zahl neuerer korpusbasierter Untersuchungen zurückzuführen ist. Hinzu kommt, dass selbst in diesen Fällen der Textkorpus oft relativ alt, unzureichend definiert oder quantitativ allzu bescheiden ist. So basiert die 1998 publizierte und hier im folgenden mehrmals zitierte Dissertation von Horst überwiegend auf einer Auswertung von Texten der Jahre 1988 bis 1990, die schon von

ihrer Anzahl her<sup>6</sup> nur begrenzte Aussagen zum Sprachgebrauch in einzelnen Textsorten oder gar Unternehmensbereichen erlauben. In anderen Fällen ist die Textgrundlage allerdings oft noch zweifelhafter,<sup>7</sup> und die allgemeine Marginalisierung von Texten mündlicher Kommunikation sowie der weitgehende Verzicht auf diachronische Untersuchungsansätze verweisen auf ein andauerndes sehr bedauernswertes Forschungsdefizit. Trotz solcher Probleme, die schon in Anbetracht der außerordentlichen Offenheit und permanenten Weiterentwicklung des Sprachbereiches Wirtschaftsdeutsch (s. Kapitel 1) kurz- oder mittelfristig kaum zufriedenstellend abgebaut werden können, lassen sich mittlerweile allerdings sehr wohl einige grundlegende Tendenzen festhalten, die im folgenden näher zu behandeln sind.

Zunächst ist festzuhalten, dass aus der Forderung nach besonderer Eindeutigkeit und Unmissverständlichkeit in Verbindung mit Kürze und Ökonomie („time is money“) im Wirtschaftsdeutschen<sup>8</sup> eine ausgeprägte Tendenz zur Nominalisierung und eine relativ strenge semantische Normierung der fachspezifischen Termini resultiert. Bei Buhlmann & Fearn (1991: 34) werden folgende Merkmale eines Terminus festgehalten: „Fachbezogenheit, Begrifflichkeit, Exaktheit, Eindeutigkeit, Selbstdeutigkeit, Knappheit, weitgehende oder absolute ästhetische, expressive oder modale Neutralität“. Auf die relative Textautonomie geht bereits Schütze (1976: 68f.) bei ihrem Vergleich der Merkmale eines Terminus und der eines nichtfachsprachlichen Wortes ein: „Der Terminus muss sowohl bei isolierter Verwendung als auch bei kontextgebundener Verwendung - als Schlüsselwort - für den Fachmann einen hohen Informationswert besitzen, er muss vor allem eindeutig sein.“<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> Insgesamt handelt es sich um 16 Briefe, 11 Rundschreiben, 5 Protokolle, 2 Anleitungen und 13 Zeitungs- bzw. Zeitschriftentexte.

<sup>7</sup> Desinger (1999: 88) bestätigt, dass seine umfangreiche Wortliste zurückzuführen ist auf „eine letztlich subjektive Auswahl an sprachlichen Strukturen, wie sie in Texten gängiger Lehrwerke für Wirtschaftsdeutsch vorkommen, die auf die PWD vorbereiten, aber auch im Wirtschaftsteil von Veröffentlichungen wie *Tatsachen über Deutschland*, in Zeitschriften wie *Deutschland – Zeitschrift für Politik, Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft* oder ähnlichen Materialien.“

<sup>8</sup> Dies entgegen Bausch (1976: 124ff.). Er geht davon aus, dass in der Gemeinsprache und in der Fachsprache gleichermaßen die Notwendigkeit für Genauigkeit und Präzision besteht. Der strukturelle Unterschied zwischen Gemeinsprache und Fachsprachen ist hiernach im wesentlichen eine Folge des fachsprachlichen „Ökonomieprinzips“.

<sup>9</sup> Bei allen Bemühungen um klare Normierungen ist zu berücksichtigen, dass sich das Wirtschaftsdeutsche ähnlich wie die Allgemesprache ständig weiterentwickelt. Dem Bemühen um Eindeutigkeit steht die sprachimmanente Tendenz entgegen, diese Eindeutigkeit wieder aufzuheben, und so können sich Festlegungen mit der Zeit verändern. Vgl. schon Wersig (1976: 44).

Solche Termini sind meist aus mehreren Elementen zusammengesetzt, wobei sich Komposita als besonders produktives Wortbildungsmittel erweisen, denn sie stellen über 70% der substantivischen Wortkonstruktionen. Ein Grund für diese Dominanz mag darin gesucht werden, dass Komposita die Anforderung nach Knappheit im Sinne der Sprachökonomie und das Kriterium der Selbstdeutung aufgrund relativ fester Konstruktionsregeln in besonderem Maße erfüllen,<sup>10</sup> ihre kommunikative Funktionalität ist allerdings nicht immer unproblematisch. Bei der Zusammenfügung zweier oder mehrerer Wörter können in manchen Fällen Komposita entstehen, die aufgrund ihrer Komplexität zu der skizzierten Forderung nach Knappheit in Widerspruch zu stehen scheinen. Auch bei Termini wie „Preisfestsetzungsautorität“ und „Geldmengenwachstum“ (vgl. Desinger, 1999: 96, 144, 147) handelt es sich allerdings um sprachökonomische Konstruktionen, die zumindestens für den Fachmann leichter zu handhaben sein können als Relativsätze, Präpositionalgruppen, attributive Verbindungen oder komplexe Erklärungssätze. Hier wird ein direkter Unterschied zur Gemeinsprache deutlich, denn solche mit gemeinsprachlichen Mitteln gebildete vielgliedrige Worte sind in einer alltagssprachlichen Kommunikation extrem selten. Ungleich weniger selten sind zweigliedrige Wortzusammensetzungen, aber hier zeigt sich ein ähnlicher frequentieller Unterschied zwischen Wirtschaftsdeutsch und deutscher Alltagssprache. Während die zweigliedrigen Komposita in der Alltagssprache gegenüber einfachen Nomen eine klare Minorität darzustellen pflegen, dominieren sie im Wirtschaftsdeutschen.<sup>11</sup>

Die in *Basiswissen Wirtschaftsdeutsch* (Desinger 1999) und gängigen Wirtschaftslexika am häufigsten auftretende Kompositionsform ist das Determinativum mit einem substantivischen Grundwort. Besonders frequent sind Konstruktionen mit zwei substantivischen Konstituenten („*Materialwirtschaft*“). Mit großem Abstand folgen Zusammensetzungen aus Verb und Substantiv („*Diktiergerät*“) sowie Adjektiv und Substantiv, wobei letztere in der Grundform („*Großhandel*“, „*Hochkonjunktur*“), dem Komparativ („*Mehrwert*“) oder Superlativ („*Höchstsatz*“) auftreten können. Auf der Grundlage ihrer Korpusanalyse formuliert Horst (1998: 150), dass der größte Teil aller adjektivischen Komposita (39,3%) aus einer Verbindung von Substantiv und Adjektiv besteht. Adjektive wie „*technisch*“, „*spezifisch*“ und „*individuell*“ wirken sogar reihenbildend,

---

<sup>10</sup> Vgl. hierzu bereits Drozd & Seibicke (1973: 133f). Horst (1998: 145) bestätigt bei ihrer Untersuchung von Adjektiven, dass Komposita Inhalte meist weitaus enger kondensieren als dies bei Derivaten der Fall ist.

wobei partiell ein Fugen-„s“ benötigt wird (vgl. „verfahrenstechnisch“, „informationstechnisch“, „fachspezifisch“, „kundenspezifisch“, „kundenindividuell“, „auftragsindividuell“). Statistisch folgen Zusammensetzungen aus Substantiv und Partizip II (20,5%) bzw. Partizip I (12,3%) in adjektivischer Funktion, wobei sich insbesondere Partizip-II-Konstruktionen wie „berechtigt“ und „orientiert“ als reihenbildend erweisen (vgl. „prüfungsberechtigt“, „zeichnungsberechtigt“, „problemorientiert“, „zukunftsorientiert“). Bei Bildungen mit Partizip I ist keine ausgeprägte Reihenbildung festzustellen und das Fugenelement eher eine Ausnahme (vgl. „ausschlaggebend“, „auftraggebend“, „flächendeckend“, „zukunftsweisend“; Horst 1998: 151). Mit Blick auf die eingangs erwähnte Forderung nach Sprachökonomie ist wenig erstaunlich, dass all solche Zusammensetzungen im Wirtschaftsdeutschen insgesamt prozentual häufiger als in der Alltagssprache anzufinden sind. Hier wären jedoch weitere Differenzierungen nach Textsorten angebracht, denn die Frequenz bestimmter Komposita differiert je nach Textsorte erheblich, was wiederum auf die unterschiedliche Ausprägung der sprachökonomischen Tendenz innerhalb des Sprachbereiches zurückzuführen ist.<sup>12</sup>

Horst konzentriert sich in ihrer auf Adjektive und Adverbien ausgerichteten Auswertung eines wirtschaftsdeutschen Textkorpus zunächst primär auf Derivate, da diese deutlich häufiger vorgefunden wurden als Komposita. Am Ende ihrer Untersuchung muss sie allerdings feststellen, dass das gesamte Spektrum der von ihr beschriebenen Suffigierungen und Präfigierungen „nur geringe Unterschiede“ zur Frequenz derselben Wortbildungsmodelle in allgemeinsprachlichen Vergleichskorpora aufweist. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass den besonders frequenten Suffixen (73% im Verhältnis zu 7% Präfixen und 20% Komposita) „überwiegend eine grammatische Funktion“ zukommt und entsprechend der allgemeinen Grammatik folgt (Horst 1998: 144f.). Als besondere Charakteristika des Wirtschaftsdeutschen können Suffixe wie *-lich*

---

<sup>11</sup> Vgl. Desingers Liste zum Fachbereich Marketing, 4.1: Markt, Marktforschung, Preispolitik, Produktpolitik (1999: 129ff.). Von 174 Nomen erweisen sich hier 121 als zweigliedrige Komposita, gefolgt von einfachen Nomen/Nominalisierungen und dreifachen Zusammensetzungen.

<sup>12</sup> Nicht zufällig ist in dem Korpus von Horst die Zahl der Komposita bei den Protokollen mit Abstand am höchsten, und zwar noch vor den Sorten Zeitungen/Zeitschriften, Rundschreiben, briefliche Mitteilungen und Anleitungen/Bedienungsanleitungen (vgl. Horst 1998: 155). Auch dies ist eine Folge des sprachökonomischen Prinzips, das an die Textsorte Protokoll ungleich höhere Anforderungen an sprachliche Dichte stellt als etwa an Rundschreiben. Horst (1998: 168) folgert hieraus nicht unzutreffend, dass „eine Spezifik oder auch Typik eher textsorten- und weniger fachbereichsabhängig ist“. Allerdings sollte dabei nicht vergessen werden, dass Textsorten je nach den Erfordernissen eines Sprachbereichs sehr unterschiedlich vorkommen (Protokoll als äußerst frequente Textsorte im Sprachbereich Wirtschaft, eher

und *-ig* also nicht präsentiert werden, sie deswegen bei einer Vermittlung gängiger Wortbildungsstrukturen im Wirtschaftsdeutschen auszuklammern ist aber keinesfalls zwangsläufig ratsam. Dies gilt umso mehr, wenn davon ausgegangen werden muss, dass Wortbildungen in vorherigen oder begleitenden allgemeinsprachlichen DaF-Seminaren allenfalls rudimentär thematisiert werden. Darüber hinaus bietet sich hier eine gute Gelegenheit, um das Verhältnis des Wirtschaftsdeutschen zur Allgemeinsprache im Sinne einer Erhöhung allgemeiner Sprachkompetenz zu thematisieren. Letzteres muss insbesondere für die von Braunert (2000: 414ff.) fokussierten Wirtschaftsdeutsch Studierenden von Interesse sein, die Deutsch als Fremdsprache unmittelbar mit Hilfe berufsbezogener Lehrwerke wie *Deutsch im Beruf* zu lernen versuchen und keine allgemeinsprachlichen Seminare besuchen. Wenn der von Horst (1998: 93ff.) untersuchte wirtschaftsdeutsche Textkorpus insoweit für wirtschaftsdeutsche und allgemeinsprachliche Texte exemplarisch ist, dass das Suffix *-lich* ca. 30% und *-ig* ca. 18% der adjektivischen Suffigierungen ausmacht und *-isch* an dritter Stelle folgt, dann sollten zumindestens diese drei Wortbildungsmodelle exemplarisch behandelt werden. Der Frequenz folgend wären desubstantivierte Adjektive wie „*rechtlich*“, „*gesetzlich*“ und „*wirtschaftlich*“ (70% der Suffigierungen auf *-lich*) vor deverbale Konstruktionen wie „*befindlich*“, „*erforderlich*“ und „*vordringlich*“ (30%) zu stellen. Beim Suffix *-ig* wären Bildungen mit substantivischen Basen und vorangestellten Numerales (24*jährig*, 3-tägige Schulung, dreimonatige Verhandlungen) vor Adverbialen (bald*ig*, bisher*ig*, derzeit*ig*) und deverbale adjektivischen Konstruktionen (abhäng*ig*, vorstell*ig*) zu behandeln. Im verbalen Bereich ist das Suffix *-er* besonders produktiv (vgl. Meibauer 1995 3ff.). Weitere frequente Suffixe sind *-ling*, das im Wirtschaftsdeutschen seinen pejorativen Nebensinn verliert, sowie *-ung*, *-heit*, *-keit*, *-bar* und *-fähig*. Bei der Präfigierung ist das Negationspräfix *un-* besonders produktiv. Nicht zufällig beträgt sein Anteil an den von Horst untersuchten Präfigierungen der Adjektive über 70% (meist *un-* mit Derivat und Suffix *-ig/-lich*, vgl. *unabhängig*, *unverbindlich*, *unverzüglich*, eher selten mit einfachem Adjektiv wie in *unbescheiden*).

Neben Komposita und Derivaten ist auf die zahlenmäßig zwar relativ kleine, für das Wirtschaftsdeutsche aber umso charakteristische Gruppe der Kurzwortbildungen zu verweisen. Es dominieren Initialwörter wie „*DTB*“ aus „Deutsche Terminbörse“ und „*HGB*“ aus „Handelsgesetzbuch“. Sowohl die Kurzform selber, als auch die Möglichkeit ihrer Verknüpfung

---

selten aber in der Alltagssprache) und dass dies wiederum auf die Existenz übergreifender, d.h. hier

mit anderen Sprachelementen entspricht dem sprachökonomischen Prinzip in besonderer Weise. Durch die Vereinfachung mehrgliedriger Formen wird auch der Widerspruch zwischen Mehrgliedrigkeit und semantischer Einheit von Termini aufgehoben (vgl. schon Drozd & Seibicke 1973: 164). Beides, Sprachökonomie und die Beseitigung der formalen Divergenz, dürfte wesentlich dazu beigetragen haben, dass die mit dem Beginn der Industrialisierung einsetzende schnelle Zunahme an Kurzwortbildungen in eine heute noch anhaltende Mode gemündet ist. Vieregge formuliert bereits (1978: 25): „Wenn zu anderen Zeiten bestimmte Präfixe oder Suffixe in der Wortbildung ‚Mode‘ waren, liegt die ‚Wortbildungsmode‘ unserer Zeit in den Kurzformen.“ Hier mag auch ein zentraler Grund für die anhaltende Produktivität dieser Wortbildungsform im Wirtschaftsdeutschen zu suchen sein, wobei andere Faktoren, wie das Interesse an einer Verschleierung brisanter Sachverhalte, nicht vollständig auszuschließen sind.<sup>13</sup>

Neben den Kurzwortbildungen ist zuletzt auch die „mit Fremdelementen auf der Basis der Wortbildungsstrukturen des Deutschen“ vollzogene Fremdwortbildung (Fleischer & Barz 1995: 61) im Wirtschaftsdeutschen ungleich häufiger zu finden als in der Gemeinsprache. Im Kontext der nordamerikanischen Prägung des europäischen Wirtschaftslebens dominieren auch im Wirtschaftsdeutschen anglizistische Einflüsse.<sup>14</sup> Auffällig ist dies beim Marketing,<sup>15</sup> und hier insbesondere im Bereich Werbung, wo mit Komposita aus englischen und deutschen Elementen oder englischer Präfigierung eine vermeintliche Neuheit, Modernität und internationale Verbreitung von Produkten suggeriert wird (vgl. „Beachurlaub“, „Anti-Streß-Hit“, „supergünstig“).<sup>16</sup>

---

sprachökonomischer Prinzipien zurückzuführen ist.

<sup>13</sup> Ein zeitgenössisch brisantes Beispiel ist der Aufgriff der englischen Abkürzung BSE in Texten der deutschen Wirtschafts- und Allgemeinsprache. Ob gängige Subjekt-Objekt Vertauschungen wie „mad cow disease“ in England weniger zur terminologischen Verschleierung eines wirtschaftspolitisch fundierten Skandals beitragen als die für den deutschen Durchschnittsbürger nicht auflösbare Kurzform BSE, sei allerdings dahingestellt. Festzuhalten bleibt, dass sowohl die Einführung von Kurzwörtern als auch deren Transfer vom Wirtschaftsdeutschen in die Allgemeinsprache durchaus verschieden motiviert sein kann und keinesfalls immer auf den Wunsch nach einer klaren und ökonomischen Kommunikation zurückzuführen ist.

<sup>14</sup> Eine solch einseitige sprachlicher Beeinflussung erklärt sich nach Sánchez Macarro (1991: 21ff.) aus der wirtschaftlichen und technologischen Überlegenheit der USA, die in vielen Lebensbereichen zur Vorbildfunktion eines „American Way of Life“ geführt hat.

<sup>15</sup> Dies beginnt schon bei dem Terminus „Marketing“ und kulminiert in zahllosen Kombinationen wie „Marketing-Management“, „Marketing-Mix“, etc. bis hin zu Markenimage.

<sup>16</sup> Fleischer & Barz (1995: 61) unterscheiden grundlegend zwei Arten der Fremdwortbildung, die Bildung durch „autonome Übernahme eines kompletten Morphems“ und diejenige durch „Morphematisierung von

All diese Ausführungen machen deutlich, dass sich die Wortbildungsmittel im Wirtschaftsdeutschen nicht qualitativ aber sehr wohl in quantitativer Hinsicht von denen der Allgemeinsprache unterscheiden, was auf die Dominanz eines sprachökonomischen Prinzips zurückzuführen ist (vgl. Fluck 1991: 52f). Nicht zuletzt auch mit Blick auf die Vermittlung solcher Strukturen in Wirtschaftsdeutschseminaren sind Differenzierungen nach den Wortbildungsmitteln (vgl. Komposita und Derivate) und nach den zu behandelnden Textsorten (etwa Protokoll und Zeitschriftentext) vorzunehmen. Darüber hinaus sind innerhalb der formal differenzierten Gruppen (Komposita, Derivate, Kurz- und Fremdwortbildungen) und mit Blick auf die Terminbildung regelmäßig morphologisch bzw. morphosemantisch motivierte Wortbildungen von besonderem Interesse. Nur hier ist die „mehr oder weniger vollständige Erschließbarkeit der Bedeutung einer Wortbildungskonstruktion aus der Bedeutung ihrer Bestandteile“ möglich (vgl. „Diskussionsbeitrag“; Fleischer & Barz 1995: 15). Damit wird der Forderung nach Eindeutigkeit und Selbstdeutigkeit von Termini unmittelbar entsprochen, während in anderen Fällen wie dem „Marketing-Mix“ ein gewisses Sachwissen vorhanden sein muss.<sup>17</sup> Die Erschließbarkeit von Termini sollte in Wirtschaftsdeutschseminaren allerdings als grundlegende Fähigkeit vermittelt werden, um kognitive Lernprozesse einzuleiten, die unmittelbar einem schnelleren Verständnis und einer dauerhafteren Memorisierung neuer Wortbildungen zugute kommen. Darüber hinaus ist auf diesem Weg eine für genuine „Sprachkenntnis“ notwendige Annäherung an das Denk- und Sprachsystem des Wirtschaftsdeutschen möglich, wodurch ein nicht zu unterschätzender Beitrag zur Erreichung kultureller und interkultureller Kompetenz geleistet werden kann.

#### **4. Zur Vermittlung von Wortbildungsstrukturen in zeitgenössischen Lehrwerken des Wirtschaftsdeutschen**

Im Folgenden wird eine Reihe der in deutschen und britischen Universitäten für die Vermittlung von Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache besonders häufig eingesetzten Lehrwerke in Hinsicht auf ihre Behandlung von Wortbildungsstrukturen untersucht. Dies geschieht mit Blick auf den grammatischen Anteil im Lehrwerk insgesamt und auf die Lehrwerke untereinander. Entsprechend der gängigen didaktischen Praxis, nach der Wirtschaftsdeutsch immer noch

---

Segmenten komplexer Fremdwörter zu aktiven Fremdelementen“. Wie an den Beispielen im Text zu sehen ist, dominiert erstere Form.

<sup>17</sup> Für den Laien ist „Marketing-Mix“ nicht unmittelbar als „Bezeichnung für die Kombination der Aktivitäten zur Erreichung der angestrebten [Marketing-] Ziele“ (Schreiber 1990: 23) verständlich.

überwiegend in Aufbaukursen nach dem Erwerb grundlegender allgemeinsprachlicher Qualifikationen vermittelt wird,<sup>18</sup> setzen die hier behandelten Lehrwerke grundlegende Deutschkenntnisse im Umfang von 200 bis 400 Stunden voraus. Die meisten bereiten nach eigenen Angaben auf die „Prüfung Wirtschaftsdeutsch International“ vor (*Wirtschaftskommunikation Deutsch 1, Wirtschaft - auf Deutsch, Gründung einer Tochterfirma in Großbritannien, Einführung in die Fachsprache der Betriebswirtschaft* - Band I-III), nur eines (*Marktchance Wirtschaftsdeutsch. Mittelstufe 1*) nennt das „Zertifikat Deutsch für den Beruf“ als Ziel, während in anderen Fällen die Zielangaben deutlich offener gehalten sind (*Unternehmen Deutsch, German for Business Studies*). Solche abweichenden Angaben sollten den hiesigen Vergleich der Lehrwerke allerdings nur geringfügig erschweren, denn Wortbildungsstrukturen sind im Gegensatz zu vielen grammatischen Strukturen keinesfalls auf die Vermittlung in einer bestimmten Lernstufe festgeschrieben. Darüber hinaus ist die relativ schwere Messbarkeit und entsprechend unscharfe Definition von Ausgangs- und Zielvorstellungen bekannt.<sup>19</sup> Konsequenterweise wäre keine Vergleichsbasis zeitgenössisch frequenter Lehrwerke gegeben, wenn nur Werke mit klar definierten Ausgangs- und Zielvorstellungen berücksichtigt würden.

---

<sup>18</sup> Vgl. Braunert (2000: 415f.), dessen Grundfrage „Kann der DaF-Anfänger berufssprachlich einsteigen?“ schon auf die marginale Stellung von Wirtschaftsdeutsch-Kursen für Studierende ohne DaF-Vorkenntnisse verweist. Die meisten Lehrwerke sind entsprechend immer noch für eine berufssprachliche Ergänzung (z.B. Telefontraining) bzw. Fortsetzung konzipiert.

<sup>19</sup> Gängig aber äußerst unscharf ist die Unterteilung von Vorkenntnissen nach „x Stunden DaF-Unterricht“. So setzt *Marktchance Wirtschaftsdeutsch. Mittelstufe 1* „ca. 300 Unterrichtsstunden“ voraus, die mit Kenntnissen „auf dem Niveau des Zertifikats Deutsch als Fremdsprache“ verglichen werden (Bolten 1997: 6). Die Autoren von *Wirtschaft - auf Deutsch* erwarten 400 Stunden Deutschunterricht, die aber auch dem Niveau desselben Zertifikats entsprechen sollen (Nicolas 1993: Einband/Rückseite). Nicht zufällig bleiben Tenberg & Starkbaum (1990: 5) mit der Formulierung, dass sich ihr Lehrwerk *Gründung einer Tochterfirma in Großbritannien* „an Lernende mit mittleren bis guten Deutschkenntnissen“ wendet, sehr offen. Allzu deutlich werden hier nationale, institutionelle sowie personelle Unterschiede nivelliert, und im Kontext zunehmender internationaler Zusammensetzungen von DaF-Lerngruppen erscheinen Stundenvorgaben letztlich kaum noch als seriöses Messinstrument (sind etwa 300 Stunden DaF in Portugal mit 300 Stunden DaF in Deutschland vergleichbar?). Die Lernzielvorgaben sind mit dem Hinweis auf internationale Prüfungen wie die PWD oberflächlich etwas schärfer, aber keinesfalls konkret, zumal für die PWD bisher weder im lexikalischen noch im morphosyntaktischen Bereich ein detaillierter Syllabus aufgestellt worden ist und die Offenheit des beruflichen Sprachbereiches einer möglichen zukünftigen Aufstellung eines solchen Syllabus enge Grenzen setzt. Eine Lösung sehen viele Lehrwerkautoren konsequenterweise auch nur in der ehrlichen Offenheit. So wendet sich *Unternehmen Deutsch* etwa an Lernende, die „ihr Deutsch für geschäftliche Zwecke verbessern“ und „über das Fachgespräch hinaus ihre sprachliche Handlungsfähigkeit in allgemeinwirtschaftlichen Bereichen optimieren“ wollen (Conlin 1995: Einband/Rückseite).

Trotz einer mittlerweile recht ansehnlichen Menge an Konkurrenzprodukten hat das neue *Wirtschaftskommunikation Deutsch 1* (Eismann 2000) relativ schnell einen guten Absatz erzielen können, was vielleicht nicht zuletzt darauf zurückzuführen ist, dass es den Lerner, zumindestens nach Meinung des Autors, „intensiv [...] und optimal“ auf die international anerkannte „Prüfung Wirtschaftsdeutsch International“ (PWD) vorbereitet (Eismann, 2000: 5). Hinzu kommt mit dem Goethe-Institut sowie dem Deutschen Industrie- und Handelstag eine erfolgversprechende Kombination von Herausgebern und mit Langenscheidt ein angesehener Verlag für DaF-Lehrwerke. Die unmittelbar auf Handlungsfelder von Unternehmen bezogenen Kapitel entsprechen weitestgehend Boltenschen Vorstellungen zur Eingrenzung des Sprachbereiches Wirtschaft (s. Kapitel 2) und könnten dem Lerner einen Zugriff auf das komplexe Feld des Wirtschaftsdeutschen erleichtern. Auch am übergeordneten Lernziel der Förderung von „sprachlichem Verhalten im Beruf“ ließe sich wenig aussetzen, wenn über Text- und Hörverständnisse sowie Aufforderungen zu schriftlicher und mündlicher Kommunikation hinaus in ausreichender Menge geeignete Übungen angeboten würden, um dieses Lernziel auch zu erreichen. Leider verzichtet *Wirtschaftskommunikation Deutsch 1* nahezu vollständig auf spezifische Übungen zur Erschließung und Festigung des durch überwiegend authentische Materialien in sehr hoher Zahl eingeführten Wirtschaftsvokabulars. Extrem marginalisiert werden im Kontext dieses (missverstandenen?) kommunikativen Ansatzes grammatische Übungen aller Art, insbesondere aber Übungen zur Rezeption und Produktion von Wortbildungen. Dies ist umso bedauerlicher, weil die authentischen Texte auf dem hohen Niveau einer PWD-Prüfungsvorbereitung fachspezifische Komposita und Derivate partiell in einer solchen Dichte einführen, dass selbst muttersprachliche Leser zu mehrmaligem Lesen bzw. auch zu einem Blick ins Wörterbuch gezwungen werden. Exemplarisch ist der folgende Anfragetext der Thyssen Stahl AG:

Wir bitten Sie, uns für den nachstehend aufgeführten Bedarf bzw. für das beigefügte Leistungsverzeichnis ein für uns kostenloses und unverbindliches Angebot unter Zugrundelegung unserer umseitigen Einkaufsbedingungen einzureichen. Bei Bauleistungen gelten unsere Bauleistungsbedingungen. Das Angebot muss die kürzeste, verbindliche Lieferzeit sowie den äußersten Preis enthalten. Falls eine Anfrage mit Angebots-Allonge beiliegt, ist Ihr Angebot unbedingt auf dieser Allonge zu verbriefen (Eismann, 2000: 105).

Über Arbeitsanweisungen wie „Erläutern Sie den Gegenstand der Anfrage [und] Bedingungen bei Preisen und Lieferfristen“ wird im Folgenden um eine semantische Erschließung von Teilen des

Fachvokabulars gebeten. Dem Lerner werden hierzu allerdings in keiner Form Hilfestellungen gegeben, auch wenn davon ausgegangen werden muss, dass im Rahmen der Zielaktivität „eine Anfrage auswerten“ der Fachwortschatz zu einer solchen Anfrage zu einem größeren Teil unbekannt, für die PWD aber von Relevanz sein dürfte. Insgesamt bleiben die Autoren durch den Verzicht auf jegliche Identifizierung von für die PWD notwendige Lexik und Morphosyntax in einem für sie, nicht aber für die Lerner sicheren Bereich des Abstrakten.

*Wirtschaftskommunikation Deutsch 1* erscheint gerade in dieser Hinsicht als extremer Kulminationspunkt einer im Lehrwerksektor des Wirtschaftsdeutschen klar nachvollziehbaren Entwicklung hin zur Einlösung des übergeordneten Lernzieles einer kommunikativen Kompetenz auf Kosten spezifischer Übungen zu Wortschatz und Grammatik. Die vorhergehende Entwicklungsstufe, auf der solchen Aspekten bei allem Schwergewicht auf kommunikative Kompetenz doch noch ein gewisser Raum gewährt wurde, wird von Lehrwerken wie *Marktchance Wirtschaftsdeutsch 1* (Bolten & Gehrke 1997) und *Unternehmen Deutsch* (Conlin 1995) markiert. Beide entsprechen Boltenschen Vorstellungen von einer Eingrenzung des Sprachbereiches Wirtschaftsdeutsch auf reale Handlungsfelder innerhalb von Großunternehmen (s. Kapitel 2) und thematisieren Morphosyntax in einer Vielzahl von Übungen bzw. sogar in einem Grammatikanhang (*Unternehmen Deutsch*). Auf eine künftige weitere Verdrängung grammatischer Übungen verweist hier allerdings schon die scheinbare Notwendigkeit einer Legitimation derselben. So betonen Bolten & Gehrke (1997: 6) exemplarisch für ihre *Marktchance Wirtschaftsdeutsch*, dass die einzelnen Kapitel „unmittelbar anwendungsbezogene Grammatikteile [enthalten], deren Kenntnis für die Realisierung von kommunikativen Handlungen innerhalb des spezifischen Kontexts einer Fallstudie unabdingbar (und damit für die Lernenden plausibel) ist“. Eine solche Rechtfertigung mag für viele Wirtschaftsdeutschdozenten, die eine Vermittlung grammatischer Strukturen auch auf einem höheren Lernniveau weiterhin für einen Teil der Spracharbeit halten, unnötig erscheinen. Sie ist aber vor allem irreführend, denn die bei Bolten behandelte Grammatik ist keineswegs in besonderer Weise auf den Fallstudiencharakter von *Marktchance Wirtschaftsdeutsch* zurückzuführen. Ein einfacher Vergleich mit *Unternehmen Deutsch* zeigt, dass es sich hierbei vielmehr um grundlegende grammatische Strukturen handelt, die partiell (so etwa Passiv, Passiversatzformen, Partizipialkonstruktionen in attributiver Funktion) in wirtschaftlichen Texten tendenziell häufiger als in allgemeinsprachlichen auftreten, partiell aber

auch einfach nur auf die thematisierten Handlungsfelder zurückzuführen sind („Hypothesen bilden“ → Konjunktiv II; Bolten & Gehrke 1997: 4).

Die behandelten Wortbildungsstrukturen sind in beiden Lehrwerken einfache an sprachökonomische Tendenzen der Wirtschaftssprache anknüpfende Beispiele, die in einem Kapitel eingeführt und später nicht mehr explizit aufgegriffen werden. In *Marktchance Deutsch* sind es zweigliedrige Komposita mit „markt“ als Grund- oder Bestimmungswort, die aus einzelnen vorgegebenen Elementen zusammengesetzt und mit dem korrekten Artikel versehen werden sollen, so etwa in den Beispielen

das Konsumgut + der Markt → der Konsumgütermarkt

der Markt + das Segment → das Marktsegment.

Warum mit „Konsumgütermarkt“ zunächst ein Umformungsmuster präsentiert wird, welches in den Übungsbeispielen nicht mehr vorkommt, bleibt das Geheimnis der beiden Autoren. Wenn es darum ging, den Lerner für solche Komposita zu sensibilisieren, die sich nicht einfach aus Grund- und Bestimmungswort zusammensetzen, so ist das Muster ohne weitere Erklärung völlig unzureichend und zudem am denkbar schlechtesten Ort plazierte. Festzuhalten ist, dass in dieser einen Übung zu Komposita die Problematik von Fugenelementen umgangen und auch an keiner späteren Stelle des Fortgeschrittenenlehrwerkes mehr thematisiert wird. Die rudimentäre Abhandlung von Wortbildungsstrukturen überrascht den Rezipienten umso mehr, wenn er sich vergegenwärtigt, dass die im vorhergehenden Kapitel als Streiterin für die Behandlung solcher Strukturen mehrfach zitierte Horst an diesem Lehrwerk mitgearbeitet hat und dass ihr ehemaliger Doktorvater Bolten einer der Autoren ist. Insbesondere mit Blick auf Horst schließt sich eine Frage der Glaubwürdigkeit an: Wenn selbst die Forscher bei der ersten Möglichkeit einer praktischen Umsetzung ihrer Forschungsergebnisse auf eine solche Anwendung verzichten, dann relativieren sich der Wert von Forschung oder/und Lehrwerkproduktion dieser Autoren aber auch die immer wieder an forschungspassivere Dozenten gestellte Forderung nach einer Verbindung von Theorie und Praxis in den Lehrveranstaltungen.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Für weitere Ausführungen zur Divergenz von Theorie und Praxis in Boltens *Marktchance Deutsch. Mittelstufe 1* vgl. Rings (1999: 260ff.).

In *Unternehmen Deutsch* erscheinen mit adjektivierten Verben auf *-bar* (*verstellbar*, *einsetzbar*; ebda.: S. 109) Derivate, die dekonstruiert und erklärt sowie anschließend im Rollenspiel verwendet aber nie selbständig gebildet werden sollen. Die vorbereitende Aufgabenstellung lautet:

Aus welchen Verben sind diese Adjektive gebildet? Was bedeutet die Endung *-bar*?

Einer solchen limitierten Übung entspricht die rudimentäre Behandlung von Wortbildungen im relativ ausführlichen grammatischen Anhang von *Unternehmen Deutsch*. So wird zwar im Rahmen der Einführung dieses Anhangs auf die Möglichkeit einer lernerautonomen Bedeutungserschließung zusammengesetzter Nomen, Adjektive und Verben verwiesen (S. 185), wenn es heißt:

Teilen Sie lange Wörter in ihre Bestandteile auf. Im Deutschen bildet man oft lange Wörter aus mehreren kleinen, z.B.

Geschäftsführer = Geschäft + Führer

Konferenzzimmer = Konferenz + Zimmer

Die Mechanismen der Wortbildung (s. das Fugen-s im ersten Beispiel) werden jedoch hier nicht näher thematisiert, und im grammatischen Anhang sucht der Rezipient vergebens einen Abschnitt zur Wortbildung. Lediglich innerhalb der Ausführungen zu Nomen wird in aller Kürze auf das „Genus zusammengesetzter Nomen“ eingegangen. Hier erfährt man, dass Komposita das Genus des letzten Elements übernehmen („die Konferenz + das Zimmer = das Konferenzzimmer“; ebda., S. 186), und auch Fugenelemente werden nun einmal kurz grafisch dargestellt („der Einkauf + s + Abteilung = die Einkaufsabteilung“, „der Kunde + n + die Betreuung = die Kundenbetreuung“; ebda.), allerdings ohne jegliche Erklärung. Hinzu kommt, dass der Rezipient nach diesen wenigen Hinweisen und Beispielen zur Wortbildung lange suchen muss, denn in dem zu Beginn des Lehrwerkes positionierten mehrfarbigen Syllabus, der Themenbereiche und grammatische Strukturen der einzelnen Kapitel ausweist, kommen Wortbildungen nicht vor. Und wer sich dann im Grammatikanhang auf die Suche begibt, wird sicher auch nicht unmittelbar Wortbildungen unter dem Abschnitt Nomen suchen, so als ob diese ein ausschließlich substantivisches Phänomen darstellten. Wenig überzeugend ist auch, dass im grammatischen Anhang Komposita erklärt, im

Lehrwerk selber aber ausschließlich die genannten Derivate geübt werden, die wiederum im Grammatikanhang nicht erscheinen.

Zentral bleibt die Feststellung, dass sowohl in *Marktchance Deutsch* als auch in *Unternehmen Deutsch* Wortbildungsstrukturen extrem marginalisiert werden. Dies gilt sowohl quantitativ, in Hinblick auf die ungleich ausführlichere Behandlung anderer Strukturen (Passiv, Konjunktiv II, etc.), als auch qualitativ. Letzteres zeigt sich in der Limitierung auf Beispiele aus dem für Studierende im allgemeinen leicht zugänglichen und motivierenden Bereich Marketing, während „Finanzen“ sowie „Produktion, Logistik und Materialwirtschaft“ insgesamt ungleich weniger behandelt und in keiner Weise als Themenbereiche für Wortbildungsstrukturen aufgegriffen werden (vgl. Kapitel 2 für die verschiedenen Teilbereiche des Sprachbereiches Wirtschaftsdeutsch). Bei den Rezipienten hinterbleibt so zwangsläufig der Eindruck, als ob Komposita und Derivate im wesentlichen ein Marketing-Phänomen darstellen, zumal wenn sie Boltens Einführung aufmerksam gelesen haben, in der eine Bindung der Grammatikteile an den spezifischen Kontext der Fallstudien hervorgehoben wird.

Ganz anders als die neueren Produktionen erweist sich der immer noch sehr frequente Klassiker *Wirtschaft – auf Deutsch* (Nicolas et al.) bzw. sein für Großbritannien spezifisch entwickeltes Pendant *Business – auf Deutsch* (Cox et al.). Beide bei Klett herausgegebene Werke basieren auf dem für frankophone Lerner konzipierten *Wirtschaft Leicht*, wobei die Kontinuitäten so weit gehen, dass zwei der drei Autoren von *Wirtschaft – auf Deutsch* und *Wirtschaft Leicht* deckungsgleich sind: Gerd Nicolas und Margarete Sprenger. Die Autorengruppen von *Wirtschaft – auf Deutsch* und *Business – auf Deutsch* haben darüber hinaus bei ihren Adaptationen des erfolgreichen Vorgängers eng zusammengearbeitet. Hieraus erklären sich weitgehende Übereinstimmungen in Bezug auf Grundkonzeption, Struktur und zentrale Texte bis hin zu der insgesamt sehr detaillierten Behandlung von Wortbildungsübungen. Mit Blick auf den ungleich größeren Verbreitungsgrad der deutschen Ausgabe, die partiell auch von englischen Institutionen vorgezogen wurde, wurden die Übungsbeispiele der deutschen Version entnommen.

Schon ein erster Blick enthüllt, dass Wortbildungen in beiden Werken ein zentraler Stellenwert zukommt, denn „Verstehen in der Fremdsprache ist [...] in besonderem Maße von der Fähigkeit des Lernalters abhängig, Hypothesen zu bilden und Bedeutungen aus dem Kontext zu erschließen“ (Nicolas et al. 1993: 6f.) bzw. „students should be able to find the meanings themselves“ (Cox et al. 1993: 6). Ein Schwerpunkt ist die Entwicklung von “vocabulary skills” und so zielt gleich eine

ganze Gruppe von Übungen darauf ab, „skills in word formation“ zu fördern (Cox et al. ebda.) und gerade diese „werden mehrmals mit unterschiedlichen Akzentuierungen wiederholt“ (Nicolas et al. 1993: 7). Nicht zufällig findet der Rezipient in neun der elf Kapitel von *Wirtschaft - auf Deutsch* Übungen zu Wortbildungsstrukturen, die in Hinblick auf rezeptive und produktive Anteile in einem ausgewogenen Verhältnis stehen. Überzeugend ist auch die Grobstrukturierung des Lernprozesses von rezeptiv angelegten analytischen Aufgaben hin zu reproduktiven und produktiven Übungen.<sup>21</sup> So beginnt die Einführung von Wortbildungen mit einer gesteuerten Identifizierung derselben („Schreiben Sie aus dem Text alle zusammengesetzten Wörter mit *Werbe-* und *-werbung* heraus“, S. 10, Nr. 4); es folgt eine Aufforderung zur Erklärung („Unterstreichen Sie im Text alle zusammengesetzten Adjektive und erklären Sie diese in Ihrer Muttersprache“, S. 20, Nr. 15), und erst im Anschluss hieran wird um eine Bildung von Komposita aus in Schüttelkästen vorgegebenen Elementen gebeten (S. 20, Nr. 16). Leider liegt der Schwerpunkt der Übungen insgesamt relativ einseitig auf der Auflösung und Konstruktion von Nominalkomposita, während andere Zusammensetzungen und Derivate nur in wenigen Kapiteln thematisiert werden.<sup>22</sup> Nicht zufällig „wirkt die Auswahl und Gewichtung der Themen etwas beliebig“ (Klott 1995: 49), denn im Gegensatz zu *Wirtschaftskommunikation, Unternehmen und Marktchance Deutsch* fokussieren die Autoren von *Wirtschaft* und *Business – auf Deutsch* keinesfalls unmittelbar die Handlungsfelder einzelner Unternehmen sondern gehen mit Themen wie „Handel“, „Energie, Industrie, Arbeitswelt“ sowie „Konjunktur, Währung, Börse, Haushalt, Steuern“ eher von einem volkswirtschaftlichen Ansatz aus. Leider wird dieser in keiner Form näher ausgeführt und so bleiben die Vorstellungen der Autorengruppen um Nicolas und Cox in Hinblick auf mögliche Eingrenzungen des Wirtschaftsdeutschen mehr als fraglich. Sicher ist nur, dass sie explizit nicht auf den in Kapitel 2 behandelten Boltenschen Definitionsansatz zurückgreifen.

---

<sup>21</sup> Vgl. hierzu Horst (1998: 165). Demnach ist eine gewisse Anzahl von Übungen zur Dekodierung von Wortbildungen sinnvoll, bevor der Lerner mit produktiven Aufgaben konfrontiert wird, und „Grundlage für die Erschließung der Bedeutungsinhalte eines komplexen Wortes ist das Erkennen der einzelnen Morpheme bzw. Lexeme, aus denen sich die entsprechende Bildung zusammensetzt“ (Horst 1998: 160).

<sup>22</sup> Übungen zu Nominalkomposita finden sich in Kapitel 1 (S. 10, Nr. 4; S. 38, Nr. 33), 2 (S. 57, Nr. 21; S. 46, Nr. 9 als gemischte Übung), 4 (S. 124, Nr. 18, vgl. die Anweisungen im Lehrerhandbuch, S. 67 G), 5 (S. 141, Nr. 2), 7 (S. 214, Nr. 41 als gemischte Übung), 8 (S. 232, Nr. 23) und 11 (S. 308, Nr. 16). Spezifische Übungen zu adjektivischen Komposita (S. 20, Nr. 15f.) sowie zu adjektivischen (S. 265, Nr. 4) und verbalen Derivaten (S. 117, Nr. 13) sind demgegenüber extrem selten.

Für das Spektrum von Wortbildungsstrukturen und deren außerordentliche Relevanz für die Wirtschaftskommunikation sensibilisieren in *Wirtschaft* und *Business – auf Deutsch* besonders gemischte Übungen, die mit der Aufforderung zur Bildung neuer Wörter aus vorgegebenen Silben zur Produktion verschiedenster Komposita und Derivate einladen, so etwa im Themenbereich Tourismus (S. 214, Nr. 41):

Aus den folgenden Silben lassen sich 10 Wörter bilden, wobei jedes dieser Wörter die Silbe ‚flug‘ enthält: ab – ab – an – bin – dung – fen – fer – flug – gast – ge – groß – gung – ha – kehr – preis – raum – schaft – schein – schluss – sell – ti – ver – ver – zeit – zeug – ziel.

Fragwürdig bleibt hier, in wie weit Studierende ihre Konstruktionen als Komposita bzw. Derivate reflektieren. Der geringe Umfang dieser und anderer gemischter Übungen und deren Marginalisierung im Lehrerhandbuch lassen darauf schließen, dass sie in der Praxis eher zur Festigung bekannten Vokabulars als zur konstruktiven Auseinandersetzung mit Wortbildungsstrukturen und damit zur Vorbereitung auf die Erschließung neuer Texte eingesetzt werden.

Darüber hinaus erinnert die wenig überzeugende Einbettung einiger Übungen in einen „gesamtkommunikativen Zusammenhang“<sup>23</sup> sowie die relativ häufige Aufforderung zur Übersetzung einzelner Wortbildungen in die jeweilige Muttersprache des Fremdsprachenlerner mitunter recht unangenehm an die bis in die 60er Jahre weit verbreitete Grammatik-Übersetzungsmethode. So ergibt sich die Übung zur Bildung des längsten zusammengesetzten Wortes im Bereich Handel (S. 46, Nr. 9) weder zwangsläufig aus der vorangestellten Karikatur noch erscheint sie für ein Verständnis des darauf folgenden Textes besonders hilfreich, und der Kontextualisierungsversuch wirkt mit dem im authentischen Text nicht erscheinenden Modellwort „Lebensmitteleinzelhandelszweig“ eher gezwungen künstlich. Ähnlich wirken die zahlreichen Übersetzungsaufforderungen in kommunikativer Hinsicht sinnentleert, wenn sie als Ziel eines Lernprozesses erscheinen und nicht weiter behandelt werden, so etwa

---

<sup>23</sup> Die Notwendigkeit einer solchen Einbettung betont Horst (1998: 164) exemplarisch.

Schreiben Sie die Entsprechungen in Ihrer Muttersprache neben die folgenden Adjektive.

Arbeiten Sie evtl. mit Ihrem Wörterbuch: derartig ....., eigenartig .....,  
 einzigartig ....., dauerhaft .....

„Übersetzen Sie dann in Ihre Muttersprache: der Postbote ....., der Telefonhörer  
 ....., das Sendegerät .....“ (S. 265, Nr. 4) oder  
 „Übersetzen Sie dann in Ihre Muttersprache: der Postbote ....., der Telefonhörer  
 ....., das Sendegerät .....“ (S. 142, Nr. 2).

Mit dieser Kritik soll in keiner Weise ein möglicher didaktischer Nutzen von Übersetzungen in die Muttersprache bezweifelt werden. Eine kognitive Aufarbeitung von Wortbildungsstrukturen erfordert vielmehr „auch eine Reflexion der Strukturen der Muttersprache des Fremdsprachenlerner“ (Horst 1998: 165). Mit Blick auf die Kondensierung von Informationen und auf die von Wortbildungen maßgeblich mit beeinflusste Tiefenstruktur von Texten könnte sogar formuliert werden, dass eine kontrastive Darstellung von deutschen und muttersprachlichen Strukturen eine „Voraussetzung dafür [ist], Prozesse der interkulturellen Kommunikation nachvollziehen und sich bewusst machen zu können“ (ebda.). Äußerst fragwürdig bleibt aber, wie in den zitierten Beispielen für kulturell abhängige Unterschiede sensibilisiert werden soll, zumal der Dozent kaum über eine souveräne Kenntnis der Muttersprache aller seiner Studenten verfügt. Die Vermittlung von Wortbildungen mittels *Business – auf Deutsch* an englischsprachige Lerner erscheint in diesem Kontext sehr viel einfacher, zumal von einem in Großbritannien tätigen DaF-Dozenten souveräne Kenntnisse der „lingua franca“ Englisch erwartet werden dürften. Leider bleiben aber auch Cox, O’Sullivan und Rösler mit Arbeitsanweisungen wie „Schreiben sie bitte neben die deutschen Begriffe jeweils das passende englische Wort“ auf der Stufe einer nicht unbedingt reflektierten Übersetzung als Lernziel stehen. Eine mögliche weitere Stufe wäre der Vergleich englischer und deutscher Texte, in denen die behandelten sprachlichen Strukturen exemplarisch verwendet werden, mit dem Ziel einer Erkenntnis spezifischer Kommunikationsstrukturen.

All diese Einwände sollten nicht darüber hinwegtäuschen, dass *Wirtschaft – auf Deutsch* und sein englisches Pendant *Business – auf Deutsch* dem Lerner eine intensive, den gesamten Lernprozess begleitende kommunikativ orientierte Auseinandersetzung mit Wortbildungsstrukturen bieten. Anderen in der ersten Hälfte der 90er Jahre verfügbaren Konkurrenzprodukten wie *German for Business Studies*, *Gründung einer Tochterfirma in Großbritannien* und *Einführung in die Fachsprache der Betriebswirtschaft* gelingt dies keinesfalls in gleichem Umfang.

Im Rahmen des übergeordneten Lehr- und Lernziels „help the student understand a wide range of specialised reading material in German“ setzt *German for Business Studies* (Parker & Burke 1994: vii) gleich im zweiten Kapitel einen Schwerpunkt auf die Vermittlung von Wortbildungsstrukturen. Dies geschieht aber keinesfalls unmittelbar in einem gesamtkommunikativen Zusammenhang, der wegen seiner Sprünge von undefinierten betriebs- zu volkswirtschaftlichen Ansätzen ohnehin kontextuell unklar bleibt,<sup>24</sup> sondern in Form eines Regel- und Übungsapparates, der sich an den Text „Auswahlkriterien für Berufseinsteiger“ anschließt. Die Komposita (z.B. „Führungseigenschaften“) sind dem Text entnommen, werden aber nicht vom Lerner sondern vom Autor als solche identifiziert. Dem Lerner ist es dann vorbehalten, das deutsche Wort zu übersetzen („leadership qualities“), in seine Bestandteile aufzulösen (Nomen 1: „die Führung“, Nomen 2: „die Eigenschaft“) und die dabei zugrunde gelegte Regel („Nr. 3“; ebda., S. 32f.) zu nennen. Bei Durchführung dieses Prozesses mit 20 Komposita kann von einer gewissen Festigung der in den „Grammar notes“ ausformulierten vier Bildungsregeln zur Einsetzung von Fugenelementen (ebda., S. 31) ausgegangen werden, nicht aber unbedingt von einer Fähigkeit, die Bedeutung der Komposita angemessen in der Zielsprache erklären oder gar vergleichbare Zusammensetzungen bilden zu können. Besonders bedauerlich ist, dass durch eine solche Übung die Festigung grammatischer Regeln und nicht etwa die kommunikative Relevanz im Vordergrund stehen bleibt. Dies ändert sich auch nicht durch die anschließende Aufgabe, 10 englische Sätze ins Deutsch „zurückzuübersetzen“, um dann, quasi als Höhepunkt mündlicher Wirtschaftskommunikation, ein durch englische Vorgaben extrem gesteuertes Rollenspiel im Stile „Say how pleased you are to see him“ und „Ask the candidate why he/she wanted to work with this bank“ (ebda. S. 34) durchführen zu dürfen. In diesem Kontext wird nur eine geringe Anzahl der zuvor nach vorgegebenen Regeln dekodierten Komposita reaktiviert, und dies keinesfalls in freier Kombination sondern in Übersetzungsmanier. Weitere Übungen zu Komposita erfolgen nicht, und das Thema Wortbildungen wird lediglich noch einmal am Ende des Lehrwerkes mittels einer Übung zu trennbaren und untrennbaren Verben thematisiert. Auch hier geht es um eine

---

<sup>24</sup> Der Bezug zwischen einzelnen Kapiteln, die Gesamtstruktur und damit auch die übergeordneten Lernziele bleiben fragwürdig, wenn nach einem Kapitel zu Umweltschutz Personalauswahl- und Entwicklungsfragen sowie die Euro-Währung und die deutsche Wiedervereinigung thematisiert werden, bevor mit dem Thema „management strategies“ wieder zu einem eher betriebswirtschaftlichen Aspekt zurückgefunden wird. Auch hier bleiben den Lehrwerkautoren die Möglichkeiten einer Eingrenzung und Strukturierung des Sprachbereiches Wirtschaftsdeutsch (vgl. Kapitel 2) offensichtlich unklar.

Anwendung und Festigung der zuvor von den Autorinnen resümierten Bildungsregeln (ebda., S. 252). Zu kritisieren bleibt aber nicht nur, dass in einem solchen Rahmen das kommunikative Lehr- und Lernziel des Werkes<sup>25</sup> kaum eingelöst werden kann. Die Konzentration der Wortbildungsübungen in zwei auf Nominalkomposita und verbale Derivate beschränkten Dekodierungsblöcken erschwert ein Verständnis für die außerordentliche Vielfalt der Wortbildungen in allen Teilbereichen der Wirtschaftssprache und bereitet kaum auf einen produktiven Umgang mit solchen Formen vor.

Nur geringfügig überzeugender ist in dieser Hinsicht das Arbeitsbuch zu dem insgesamt gelungenen Video *Gründung einer Tochterfirma in Großbritannien* (Tenberg & Starkbaum 1990),<sup>26</sup> das auf klar definierbare Handlungsfelder innerhalb von Unternehmen zurückgreift (vgl. Kapitel 2). Nicht zufällig wurde in dem kommunikativ ausgerichteten *Wirtschaftskommunikation Deutsch 1* zwar eine Kernszene aus dem Video (vgl. Eismann 2000: 146f.), aber keine Übung aus dem Arbeitsbuch aufgegriffen. Die kommunikative Relevanz kommt bei Tenberg & Starkbaum einfach zu kurz, wenn in einer Übung (S. 48, Nr. 1) aus 10 Verben Substantive gebildet werden sollen, von denen dann möglicherweise einige in den später positionierten Rollenspielen noch einmal aufgegriffen werden. Ähnlich verhält es sich bei zwei strukturgleichen Übungen zur Bildung von Nominalkomposita, die in den folgenden Rollenspielen und Briefen zwar partiell durchaus wiederverwendet werden können, keinesfalls aber in ihrer Mehrheit wieder aufgegriffen werden müssen. Der explizite Bezug zwischen grammatischer Vorübung und freier Sprachproduktion könnte an solchen Stellen sehr viel deutlicher bzw. durch einen Zwischenschritt (z.B. der Vervollständigung eines lückenhaften Briefes durch Komposita aus einem Schüttelkasten) fließender und hierdurch einsichtiger sein. Definitionsaufgaben sind durchaus sinnvoll, und grundsätzlich ist eine solche Dekodierung von Fachtermini durch den Lerner einem unkommentierten Abdruck von Wörterbuchdefinitionen (vgl. Eismann 2000: 147) vorzuziehen. Allerdings sollte der gesamt kommunikative Zusammenhang ersichtlich, also die Dekodierung motiviert sein (z.B. als Erklärung gegenüber einem ausländischen Praktikanten?). Weiterhin wäre es bei allen Bemühungen um Erklärung durch Synonyme wünschenswert, die einzelnen Teile der

---

<sup>25</sup> Vgl. Parker & Burke (1994: vii): "The book aims to help the student communicate effectively by using spoken and written German in the appropriate specialist register."

<sup>26</sup> Beim Video kann angemerkt werden, dass „die Szenen oft recht gestellt wirken“ (Klott 1995: 38). Dabei ist allerdings darauf zu verweisen, dass im Gegensatz zu vielen Konkurrenzprodukten hier keine Schauspieler sondern überwiegend die an den authentischen Verhandlungen beteiligten Personen eingesetzt wurden, was durchaus seine positiven Seiten hat.

Komposita in ihrem Bezug mit zu verdeutlichen.<sup>27</sup> Insgesamt kommen solche Übungen auch etwas spät, wenn sie erst am Ende der vierten von sechs Szenen eingesetzt werden. Die noch vor die erste Videosequenz gestellte Liste zu lernender Fachausdrücke (ebda., S. 7) verweist frühzeitig auf die außerordentliche kommunikative Relevanz von Komposita verschiedenster Struktur (vgl. „Tochterfirma“, „Handelsvertreter“, „Produktionsleiter“, etc.; insgesamt 14 der 21 Fachausdrücke). Statt bereits an dieser Stelle Hilfestellungen zur Dekodierung, Verwendung, Memorisierung und Produktion ähnlicher Bildungen zu geben, lautet der Arbeitsauftrag allerdings: „Bitte studieren Sie vor Ansicht der ersten Szene die folgenden Fachausdrücke“. Mit „studieren“ ist leider das Auswendiglernen des Terminus und seiner für ihn angegebenen englischen Übersetzung gemeint.

Immerhin bemüht sich auch das kleine Arbeitsbuch um eine Verbindung grammatischer und lexikalischer Übungen in Hinblick auf eine in der PWD und im Geschäftsalltag verlangte kommunikative Kompetenz, was von der zeitgleich sehr populären und heute partiell immer noch eingesetzten dreibändigen *Einführung in die Fachsprache der Betriebswirtschaft* (Buhlmann & Fearn 1989/95) nicht behauptet werden kann. Mit Buhlmann und Fearn versuchen sich hier zwei namhafte Forscher des Wirtschaftsdeutschen als Lehrwerkautoren. Dank der Unterstützung des als Herausgeber auftretenden Goethe-Institutes erreichen sie sogar eine breite Popularität, obwohl „Themen und Fertigkeiten, die im praktischen Geschäftsalltag gefragt sind, wie Telefonieren, Verhandeln, Korrespondieren, etc.“ nicht vorkommen. „Auch landeskundliche oder [angewandte] kulturelle Inhalte fehlen“ (Klott 1995: 27). Als fachwissenschaftlich-theoretisch ausgerichtetes Werk, das „hauptsächlich passiv-rezeptive Fertigkeiten“ trainiert, ist es für „ausländische Studierende der Betriebswirtschaftslehre“ (Klott ebda.) oder auch für deutsche Studenten technischer Disziplinen, die sich auf Betriebswirtschaftssemester vorbereiten müssen (Buhlmann 1989: i), sicherlich im Bereich des Zusatzmaterials von gewissem Nutzen. Als PWD-Vorbereitung eignet es sich allerdings kaum,<sup>28</sup> und das außerordentliche Defizit an kommunikativen, freien

---

<sup>27</sup> Etwa nach dem Schema: „Die Faxmaschine ist ein Gerät (eine Maschine) zur elektronischen Datenübermittlung über die Telefonleitung (zum Faxen)“ bzw. „der Kopierautomat ist eine Maschine (ein Automat), mit der (dem) Texte und Grafiken vervielfältigt (kopiert) werden können. In Tenberg & Starkbaums Definitionsbeispiel (1990: 37) sind Grund- und Bestimmungswort („Maschine“ und „faxen“) ausgeblendet.

<sup>28</sup> Die Autoren geben an, dass es „auf fachorientierte Teile“ der PWD vorbereitet. Die Frage ist, wer ein dreibändiges theoretisch-rezeptives Werk als tragendes Kurs- oder Selbstlernmaterial empfehlen kann, um Lerner auf eine kommunikativ ausgerichtete Prüfung vorzubereiten. Haltbar ist eine solche Aussage allenfalls mit Blick auf Ergänzungsmaterial für den Unterricht (vgl. Klott 1995: 27).

produktiven und grammatischen Übungen lässt es selbst für die engere Gruppe ausländischer Betriebswirtschaftsstudierender als Lehrwerk ausscheiden. Die marginale Behandlung von Wortbildungsstrukturen ist lediglich eines von vielen möglichen deutlichen Beispielen für die Erarbeitung eines umfangreichen Lehrwerkes vorbei an grundlegenden kommunikativen, interkulturellen und fachdidaktischen Lernzielen. Auffällig ist hier der Schwerpunkt auf analytisch-rezeptive Übungen, wie etwa bei der folgenden im Lehrwerk mehrmals wiederholten Aufgabenstellung:

Entscheiden Sie aufgrund Ihrer Kenntnisse der Begriffsinhalte der folgenden Termini, ob sich der Terminus durch Zerlegung eindeutig erklären lässt! Unterstreichen Sie diese Termini! (Buhlmann & Fearn, Band I 1989: 95).

Daneben findet der Lerner gesteuerte Auflösungs- und Lückentextaufgaben, die allerdings außerhalb kommunikativer Zusammenhänge stehen bleiben, so etwa die unkommentierten Übungen 6 und 7 auf S. 192:

BGB: \_\_\_\_\_

HGB: \_\_\_\_\_

etc.

Einzelunternehmer und Personengesellschaften sind \_\_\_\_\_ .

Kapitalgesellschaften sind \_\_\_\_\_ und \_\_\_\_\_ .

etc.

Zur Bewältigung letzterer Aufgabe wird eine Kombination von Schüttelkästen vorgegeben, die den Lerner für dreigliedrige Komposita sensibilisieren könnte:

Abgabe-

Arbeits-

Beschaffungs-

Einkommens-

-steuer-

-orientiert

Körperschafts-

-pflichtig

Verkehrs-

Vermögens-

Allerdings bleibt auch diese Vorgabe unkommentiert. Hinweise zu gängigen Wortbildungsstrukturen und deren Spezifika gibt es weder im Rahmen solcher Übungen in einer der drei Lehrwerke noch in Form eines grammatischen Anhangs. Die partiell intensiv wenn auch nicht sehr variantenreich geübte Lexik wird erst in dem sehr viel später erschienenen dritten Band (1995) mittels eines Registers erschließbar.

Multimediale Software zur Unterstützung des Lernprozesses vermisst der Wirtschaftsdeutsch Studierende nicht nur bei Buhlmann & Fearn sondern auch noch in Eismanns neuem *Wirtschaftskommunikation Deutsch*. Dies ist umso bedauerlicher als gerade zur Festigung der verschiedensten Wortbildungsstrukturen einfache aber wiederholbare Zusammensetzungsübungen, sei es per „drag and drop“, per Multiple Choice oder über Lückentexte zu Videosequenzen, eine erhebliche didaktische Bereicherung bedeuten könnten. Grammatische und lexikalische Übungen als digitales Ergänzungsmaterial anzubieten, wäre zudem eine wenig kostenintensive Lösung, die es erlauben würde die kommunikative Grundkonzeption der neueren Kursbücher *Wirtschaftskommunikation*, *Unternehmen* und *Marktchance Deutsch* aufrechtzuerhalten, ohne grammatische und lexikalische Lernprozesse in die Eigenverantwortung von Lerner und Dozenten zurückzuverlagern. Letzteres ist zwar die einfachste Lösung für Lehrwerkautoren und -verlage, denn erstere werden hierdurch von einem sehr arbeitsintensiven und leicht angreifbaren Teil der Didaktisierung befreit während parallel die Produktions- und Distributionskosten der Verlage sinken. Eine Problemlösung für Lerner oder Dozenten bedeutet all dies aber nicht. Eher handelt es sich um eine Problemsteigerung, in deren Kontext die Produzenten aus Konsumentenperspektive als „Reiter über den Bodensee“, und dies heißt hier über alle grammatischen und lexikalischen Untiefen hinweg, in eine didaktisch äußerst fragwürdige und finanziell ungesicherte Zukunft steuern könnten. Pointiert ausgedrückt: Sammlungen authentischen schriftlichen Textmaterials zum Zwecke einer Simulation unternehmensspezifischer Kommunikation zusammenzustellen und mit Fragen sowie Rollenspielaufgaben zu versehen ist eine Didaktisierungsarbeit, die noch am ehesten von Dozenten übernommen werden kann und für die nicht unbedingt Lehrbücher verwendet werden müssen. Auch langfristig unersetzbar bleiben hingegen wettbewerbsfähige multimediale Lehr- und Lernpakete mit einem didaktisch abgestuften Mehrangebot an Übungsaufgaben verschiedenster Schwierigkeitsstufen, vom „drag and drop“ verschiedenster

Grund- und Bestimmungsworte bis hin zur freien Verwendung komplexer Fachterminologie im audiovisuell aufgezeichneten Rollenspiel.<sup>29</sup>

Die Behandlung von Wortbildungsstrukturen in Theorie und Praxis des Wirtschaftsdeutschen erscheint als ausgezeichnetes Modell zur Aufdeckung solch essentieller Probleme bei der Umsetzung grundlegender theoretischer Forderungen. Von der Definition des Themenbereiches („Wirtschaftsdeutsch“), die in vielen derzeit noch verwendeten Lehrwerken nicht oder allzu unscharf versucht wird, reicht das Spektrum der Differenzen über eine Vielzahl aus grundlegender theoretischer Vorarbeit (s. Kapitel 3) zu fordernder in der Praxis aber kaum umgesetzter grammatischer Einführungs- und Festigungsübungen (Ausnahme *Wirtschaft – auf Deutsch*), deren Beschränkung auf kleine Teile des Sprachbereiches (Marketing in *Marktchance* und *Unternehmen Deutsch*, Personalauswahl in *German for Business Studies*) bis hin zur hartnäckigen Verweigerung multimedialen Zusatzmaterials. Demgegenüber zeigt sich tendenziell ein ausgeprägtes Bemühen um die Einlösung kommunikativer Lehr- und Lernziele, was allerdings ohne eine adäquate Berücksichtigung der genannten Problembereiche wenig ertragreich bleiben muss.

---

<sup>29</sup> Zu Spektrum und Einsatzmöglichkeiten von CALL-Software vgl. Rings (2000: 94ff.).

## Literatur

### 1. Lehrwerke

- Bolten, Jürgen; Gehrke, Elvira (1997) *Marktchance Wirtschaftsdeutsch. Mittelstufe 1*. München: Klett.
- Buhlmann, Rosemarie; Fearn, Anneliese (1989) *Einführung in die Fachsprache der Betriebswirtschaft*. Bd. I-II. München: Goethe-Institut.
- Buhlmann, Rosemarie; Fearn, Anneliese (1995) *Einführung in die Fachsprache der Betriebswirtschaft*. Bd. III. München: Goethe-Institut.
- Conlin, Colin (1995) *Unternehmen Deutsch. Lehrwerk für Wirtschaftsdeutsch*. London: Chancereel.
- Cox, Susan; O'Sullivan, Emer; Rösler, Dietmar (1994) *Business – Auf Deutsch*. München: Klett.
- Eismann, Volker (2000) *Wirtschaftskommunikation Deutsch 1*. München: Langenscheidt.
- Nicolas, Gerd; Sprenger, Margarete; Weermann, Wolfgang (1995) *Wirtschaft - Auf Deutsch. Lehrwerk für Wirtschaftsdeutsch*. München: Klett.
- Parker, Susanne; Burke, Claire (1993) *German for Business Studies*. London: Pitman.
- Tenberg, Reinhard; Starkbaum, Thomas (1990) *Video Wirtschaftsdeutsch. Gründung einer Tochterfirma in Großbritannien*. Video und Arbeitsbuch. London: European Business Associates.

### 2. Sekundärliteratur

- Bausch, Karl-Heinz (Hrsg.) (1976) *Fachsprachen. Terminologie, Struktur, Normung*. Berlin: Beuth.
- Bolten, Jürgen (1991) Fremdsprache Wirtschaftsdeutsch: Bestandsaufnahme und Perspektiven. In: Müller-Jacquier, 71-92.
- Bolten, Jürgen (1992) Fachsprache oder Sprachbereich? Empirisch-pragmatische Grundlagen zur Beschreibung der deutschen Wirtschafts-, Medizin- und Rechtssprache. In: Bungarten, 57-72.
- Bolten, Jürgen (1996) Fachsprachliche Phänomene in der Interkulturellen Wirtschaftskommunikation. In: Hoffmann, 215-229.
- Braunert, Jörg (2000) Grammatik in berufssprachlichen Lehrwerken oder: Kann der DaF-Anfänger berufssprachlich einsteigen? In: *Info DaF* 27/4, 414-427.
- Buhlmann, Rosemarie (1990) Wirtschaftsdeutsch - didaktisch relevante Merkmale. In: *FLuL* 19, 46-63.
- Buhlmann, Rosemarie; Fearn, Anneliese (1991) *Handbuch des Fachsprachenunterrichts: unter besonderer Berücksichtigung naturwissenschaftlich-technischer Fachsprachen*. Fünfte Auflage. Berlin: Langenscheidt.
- Bungarten, Th. (Hrsg.) (1992) *Beiträge zur Fachsprachenforschung. Sprache in Wissenschaft und Technik, Wirtschaft und Rechtswesen*. Tostedt.
- Bungarten, Th. (Hrsg.) (1993) *Fachsprachentheorie*. Band 1: *Fachsprachliche Terminologie, Begriffs- und Sachsysteme, Methodologie*. Tostedt.
- Desinger, Bernd; Frischkopf, Hans Walter; Scheck, Ulrich; Seliger, Helfried (Hrsg.) (1999) *Basiswissen Wirtschaftsdeutsch*. Stoffgebiete und Fachwortschatz. München: Iudicium.

- Drosdowski, Günther (Hrsg.) (1984) *Duden Grammatik der deutschen Gegenwartssprache*. 4. Auflage. Mannheim: Bibliographisches Institut.
- Drozd, Lubomir; Seibicke, Wilfried (1973) *Deutsche Fach- und Wissenschaftssprache. Bestandsaufnahme, Theorie, Geschichte*. Wiesbaden: Brandstätter.
- Fearn, Anneliese (1998) Methoden des fachbezogenen Unterrichts Deutsch als Fremdsprache (DaF). In: Hoffmann, S. 961-965.
- Fleischer, Wolfgang; Barz, Irmhild (1995) *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Zweite Auflage. Tübingen: Niemeyer.
- Fluck, Hans-Rüdiger (1991) *Fachsprachen: Einführung und Bibliographie*. Vierte Auflage. Tübingen: Francke.
- Fluck, Hans-Rüdiger (1992) *Didaktik der Fachsprachen: Aufgaben und Arbeitsfelder, Konzepte und Perspektiven im Sprachbereich Deutsch*. Tübingen: Narr.
- Fluck, Hans (1998) Fachsprachliche Ausbildung und Fachsprachendidaktik. In: Hoffmann, S. 944-954.
- Hoffmann, Lothar (1985) *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*. Zweite Auflage. Tübingen.
- Hoffmann, Lothar; Kalverkämper, Hartwig; Wiegand, Herbert Ernst (Hrsg.) (1996) *Fachsprachen. Languages for Special Purposes*, Band I. Berlin: Walter de Gruyter.
- Hoffmann, Lothar; Kalverkämper, Hartwig; Wiegand, Herbert Ernst (Hrsg.) (1998) *Fachsprachen. Languages for Special Purposes*, Band I. Berlin: Walter de Gruyter.
- Horst, Sabine (1998) *Wortbildung in der deutschen Wirtschaftskommunikation. Linguistische Modelle und fremdsprachendidaktische Perspektiven*. Waldsteinberg: Heidrun Popp.
- Klott, Klaus (1995) Lehrwerke und Lehrmaterialien für Wirtschaftsdeutsch. In: Jürgen Bolten (Hrsg.) *Lehrwerke und Lehrmaterialien für die Wirtschaftsfremdsprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Russisch. Eine kommentierte Bibliographie*. Berlin: Wissenschaft & Praxis.
- Meibauer, Jörg (1995) *Wortbildung und Kognition: Überlegungen zum deutschen -er-Suffix*. Lund: Germanistisches Institut der Universität (= Sprache und Pragmatik 37).
- Mogge, Bernhard (1982) Von den Schwierigkeiten des Ausländers mit der deutschen Wortbildung. In: *Zielsprache Deutsch* 2, 19-23.
- Müller-Jacquier, Bernd-Dietrich (Hrsg.) (1991) *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. München.
- Rings, Guido (1999) Fallstudien zur Vermittlung von Wirtschaftsdeutsch. Normen, Realisierungsansätze, Zukunftsvisionen? In: Börner, Wolfgang; Vogel, Klaus (Hrsg.) *Lehrwerke im Fremdsprachenunterricht. Lernbezogene, interkulturelle und mediale Aspekte*. Bochum: AKS-Verlag, 259-285.
- Rings, Guido (2000) Multimedia im Spiegel aktueller Lehr- und Lernziele. In: Tschirner, Erwin; Funk, Hermann; Koenig, Michael (Hrsg.) *Schnittstellen: Lehrwerke zwischen alten und neuen Medien*. Berlin: Cornelsen, 94-109.
- Sánchez Macarro, Antonia (1991) La invasión del anglicismo en el español contemporáneo. In: Jiménez Martínez, Jesús; Morant Marco, Ricard (Hrsg.) *Actas del simposio sobre el español de España y el español de América*. Valencia: Soler, 21-36.
- Saxer, Robert (1991) Wortbildung im Sprachunterricht. Didaktische und methodische Überlegungen. In: *Info DaF* 18/1, 55-62.
- Schütze, Ruth (1976) Bemerkungen zu einem Wortbildungstyp in der Fachsprache der Technik. In: Bausch, 68-72.
- Vieregge, Werner (1978) Aspekte des Gebrauchs und der Einordnung von Kurz- und Kunstwörtern in der deutschen Sprache. Münster (unveröffentlichte Dissertation).

Wersig, Gernot (1976): Probleme und Verfahren der Terminologearbeit. In: Bausch (Hrsg.), S. 43-50.

### **Biographische Angabe**

Dr. Guido Rings ist Leiter des Fachbereiches Auslandsgermanistik und Reader für Interkulturelle Studien and der Anglia Polytechnic University Cambridge. Ein Schwerpunkt seiner neueren Publikationen liegt in den Bereichen Wirtschaftsdeutsch und CALL. Hinzu kommen grammatische Untersuchungen („BBC German Grammar“ mit R. Tenberg, 1996) sowie zahlreiche diskurskritische Veröffentlichungen in neuerer deutscher Geschichte und in spanischer Philologie („Erzählen gegen den Strich“, 1996).