

## WENN DAS GLEICHE NICHT IMMER DASSELBE IST PROBLEM WORTBEDEUTUNG IM DU

WHEN THE SAME IS NOT ALWAYS IDENTICAL.  
THE PROBLEM OF MEANING WHEN LEARNING GERMAN

Lora CONSTANTINESCU

---

### *Abstract*

*This article deals with the intercultural component of German vocabulary acquisition when teaching German as LSP to students of Economics. The focus is a) on the development and relevance of business culture information in FLT, b) on theoretical and practical points of view in the 'negotiation of meaning', with a view to help learners develop their intercultural skills and gain cultural insights, c) on presenting some examples of misleading/misinterpreted terms (mainly socioeconomic background and organizational culture) in teaching materials after 1990.*

**Keywords:** vocabulary, intercultural and business competences, word meaning(s)

---



---

### *Landeskundlich- wirtschaftskulturelle Aspekte im DU (FaSU)*

---

Im wirtschaftlichen grenzüberschreitenden Kommunikationsprozess kommt dem Austausch mit anderen Kulturen auf Sachebene (faktenorientiert) und auf Beziehungsebene (als „Zurechtstutzen“ der Kommunikationsprozesse auf Wege und Möglichkeiten der Kontaktvorbereitung) eine entscheidende Bedeutung zu (Kiesel/Ulsamer 2000: 8). Der verbalen Kommunikation erhält gegenüber nicht/paraverbalen Formen eine größere Rolle, denn sie definiert zum beträchtlichen Teil die erwähnten Ebenen. Mit der Voraussetzung/Annahme, dass beim FS-Lernen die Umwelt neu und anders definiert wird, also dem Lerner als neu und oft fremd erscheint, sind im DU (DaF) schwieriges oder erschwertes Verständnis, auch Überlappungen und Verwechslungen, falsche Deutungen, nicht zuletzt Stereotypen und Vorurteile mit zu berücksichtigen – was auf die mentalen Prozesse zurück wirkt und die äußere Verhaltensweise beeinflusst (Lüsebrink, 2008: 29ff).

Mittels Sprache schaffen sich dann die Sprecher neue "Ordnungen" der Umwelt in Form von Beschreibungen/ Theorien/ Interpretationsmodellen. Welche sind die Konsequenzen für die Wortschatzvermittlung im DU-FaSU? Da das Sprachen lernen ein „Bedeutungslernen“ beinhaltet, gebührt Aufmerksamkeit denjenigen Kenntnissen, die auf den oben angeführten Ebenen vermittelt, gefestigt,

reaktivierbar sind. Es sind dies Kenntnisse, die einerseits als "Weltwissen", als Erfahrungen und Erlebnisse aus der Muttersprache des Lerners fungieren. Andererseits geht es um eine Fülle von mit im DU erworbenen Fertigkeiten und Strategien, Einsichten und Haltungen, die faktisches Wissen begleiten/verstärken und auf die Konfrontation mit der Zielsprachenkultur vorbereiten. Der Beitrag der Landeskunde im empfindlichen Lexik-Bereich ist wohlbegründet und adäquat auszuwerten. Deshalb: Fremdsprachen lernen ist eine fertigungsbezogene und landeskundliche Herausforderung.

Was man seit Ende der 80er Jahre im Höhenflug der kommunikativ-interkulturellen Phase des DU als ein **Instrument der gesellschaftlichen Meinungsbildung** nannte, verfeinerte allmählich Zielsetzungen und Umsetzungsmittel.

Die Umdeutungen des Kulturbegriffs, die Neuentwicklung der DU-Ziele führten zu mehr Einsicht darin, dass eine Reflexion über die Bedeutung der Wörter und deren landeskundlichen Gebrauchs-Hintergrundes in der Fremdsprache nötig ist (Storch 1999: 288-289; Constantinescu 2002: 4-5, 125). Trotz aller Schwierigkeiten und unzureichend erörterter Fragestellungen gewann die kulturkontrastive Semantisierung immer mehr an Bedeutung (Neuner/Hunfeld, 1993: 124). Die Vermittlung von Termini und Begriffen wie "Wohnen, schönes Wochenende, Familie, entsorgen, Unternehmer, Waldsterben, Eigen-AG, sanfter Tourismus", von Phraseologismen und vielen Wortneuschöpfungen nach 1990 setzen ein gewisses Ausmaß landeskundlichen Wissens auf denotativer Ebene und u. U. auf Bezugsebene voraus. Bei der interkulturellen Erweiterung der Auseinandersetzungen und im konkreten Unterricht wurde es notwendig die Studierenden für nichtdeckungsgleiche Begriffe sowie für dazu erforderliche Ermittlungsstrategien zu sensibilisieren.

Die Wesensbestimmung der Fachsprache Wirtschaft seit Buhlmanns Auffassungen (1989: 83-98) hängt mit der Eigentümlichkeit der Sozialisierung und den Kommunikationszwecken dieses Bereichs zusammen. Im Unterschied zu den technischen-naturwissenschaftlichen Fachsprachen ist die so genannte „Fachsprache Wirtschaft“ eigentlich ein Bündel verwandter Berufssprachen, "durchspickt" mit landeskundlichen Elementen. Das erklärt das Interesse für diese Spezifika und die ständige Bemühung, die Relationen zwischen dem allgemeinsprachlichen und dem fach- und berufsbezogenen DU aufzuzeigen (Buhlmann 1989: 104-106; Müller 1991; Funk 1992: 7-8). Eine wichtige Einsicht des interkulturellen Jahrzehntes (in den brisanten 90er Jahren) lautet also: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation fußt auf kulturellen (national-spezifischen) Kontexten, die den Zugang zu den/das Verstehen der betreffenden Inhalte(n) (ob informations- oder ausschließlich handlungsbezogen) definieren und den "fachsprachlichen Code" nicht bewusst "überformen". Angesichts einer zunehmenden Vermischung von Werten, Handlungs- und Auslegungsmustern

(Müller 1991: 27ff) ist man auch weniger bereit, Kulturunterschiede in der Bedeutung und Deutung zu vermuten, umso mehr, dass das Englische als internationale Sprache vieles „nivelliert“. Daher eine Aufgabe des DU, den Lernenden zum Durchschauen der Bedeutungskonstituierung zu verhelfen.

---

### **(Be)Deutung**

---

Dem Wortschatz wird bei der Vermittlung deutschlandsbezogener Gegebenheiten nachdrücklich die Funktion eines „Resonanzkörpers“ verliehen. Das Vertrautwerden mit den von B.D. Müller Anfang der 80er Jahre vergangenen Jhs. als „soziokulturell“ bezeichneten Wortbedeutungen erfolgt aber nicht reibungslos.

Die erstrebte Sensibilisierung für die fremdsprachliche und fremdkulturelle Welt erfordert eine Relationierung des eigenkulturell Vertrauten und des „scheinbar Vertrauten“/des Differierenden in der Zielsprache und auf ihrem Kulturhintergrund. Außer den Grundthemen wie Wohnen, Familie, Freizeit, Unterhaltung usw. lassen sich unterschiedliche Facetten des Wirtschaftslebens und der (vorwiegend!) deutschen Wirtschaftskultur dank ihrer unwiderlegbaren Musterrolle für Mittel- und Osteuropas einer landeskundlich-spekulativen Analyse unterziehen. In diesem wirtschaftskulturellen Kontext erhalten einige Aspekte – bei aller heutigen Internationalisierung der Arbeitsabläufe und Nivellierung landesspezifischer Eigentümlichkeiten, hier aus der Sicht des Deutschlernenden an rumänischen Wirtschaftshochschulen, eine jeweilige Nuancierung. Gelegentlich wurden auch für rumänische Wirtschaftsstudierende strukturelle Grundaspekte wie die betriebliche **Arbeitsorganisation und -führung**, das Funktionieren der **marktwirtschaftlichen Mechanismen** (z.B. im **Handelsbereich**) oder **VWL-Fragen** (wie der Stellenwert der kleinen und mittelständischen Unternehmen) zum Objekt der Bedeutungsaushandlung. Aus diesen Bereichen stammen auch die hierzu behandelten Termini (vgl. Constantinescu 2002: 9-10)

Sprachwissenschaftlich unterscheidet mehrere Arten von Bedeutungen, von Beziehungen der Wörter untereinander sowie ihrer Beziehung zur Realität (Storch 1999: 55-56): die referenzielle (objektuelle), die syntagmatische (das Miteinander-Vorkommen der Wörter in der Äußerung), die paradigmatische (Beziehungen zu alternativen Wörtern/Wortfelder), die sprachkontrastive und nicht zuletzt die konnotative Dimension (so genannte „assoziative“ und „emotionale“ Bedeutungen, mit individueller, gruppenspezifischer und oft kulturspezifischer Prägung). Die denotative Wortbedeutung oder die „Bedeutung im engeren Sinne“ erfasst konkrete Merkmale und ist auf den ersten Blick kulturneutral. Darüber hinaus sind Begriffe als Bedeutungen im weiten Sinne des Wortes zu untersuchen und überprüfen - daher auch die implizierten landeskundlichen Aspekte (Müller 1994: 26-32). Die Begriffe sind also Komplexe konventionalisierter Vorstellungen, die

sich der FS-Lerner, nicht immer und von vornherein mit dem fremden sozialen Umfeld konfrontiert, im räumlich–zeitlich begrenzten Rahmen des DU, aneignet.

Didaktisch betrachtet ist es notwendig, vor den Bezügen auf die eigenkulturellen Erfahrungen (oder vor der Übersetzung ins Rumänische!), möglichst viele Aspekte des deutschen Begriffs vorzulegen. Das geschieht, wenn man von den äußeren Eigenheiten des Gegenstandes/der Situation ausgeht, die Funktionen abfragt und erst dann nach den Äquivalenten recherchiert. Wie Müller (1994: 54-57) zeigt, sollten sich die Lehrenden und ihre Lernenden darum bemühen:

1. mit Hilfe der Erklärungstechniken die Begriffe identifizieren
2. kulturbezogene Begriffsvorstellungen auszuformen
3. besser über eigene Erfahrungen zum kulturellen Verstehen zu kommen

Bedeutungen sind an Kontexte gebunden. Wenn man hinter die “Fassade“ der Bedeutung(en) blicken möchte, reicht die so häufig gestellte Frage “Wie heißt das auf Rumänisch?“ schon wenig aus. Oft suchen die Lernenden bloß eine Wortgleichung in der Muttersprache, dieses “Hängenbleiben“ an der Übersetzung sollte man aber früh im DU korrigieren. Die Wege zur Begriffsbildung sind vielfältig. Müller (1994:54-62) und Häussermann/Piepho (1996:79-103) weisen auf einige der wichtigsten hin. Die z.B. von B.D.Müller (1994) initiierte “Bedeutungsrecherche“ als Prinzip der sprachbezogenen Landeskunde bedient sich der Verfahren der “konfrontativen Semantik“ (Übersetzungen, Bilder, Paraphrasieren, Analyse der Bedeutungskonstituierung usw.), die in bestimmten Phasen des DU, schließlich auf allen Lernniveaus zweckgemäß brauchbar sind.

In der (oft stereotypisierend vorgehenden) Marketing- und Werbewelt ist bekannt, dass es unterschiedliche Vorstellungen in Europa und im Übersee z.B. für den „Orient“ gibt (s. Lüsebrink, 2008:147ff). Während die Europäer eher Sandwüsten, verschleierte Frauen, Kamele, Moscheen und den Kaffee im Sinne haben, sollen die Amerikaner ihren „Orient“ eher mit der fernöstlichen Lebenswelt assoziieren: Reisstäbchen, Kimonos, Pagoden, Schlitzaugen, tiefe Verbeugungen, also hauptsächlich Japan und China! Und das dank der Tatsache, dass der Nahe Osten den Europäern historisch und kulturell viel näher/vertrauter war als den Amerikanern, die nach der Mitte des 19. Jh. ostasiatische Einwanderer in die Neue Welt anlockten.

Der Terminus „Ladenhüter“ entstammt der Marketing-Sprache und bezieht sich – metaphorisch! – auf schwer absetzbare Waren. Auf den ersten Blick würde man meinen, es gehe um die Wächter/Aufsichtskräfte in einem Handelsbetrieb, die mit der Überwachung beauftragt sind. Die Gleichschaltung der Abbildung einer solchen Aufsichtskraft (auf rumänischer Seite würde man den bodyguard nennen!) und z.B. altmodischer Bekleidungsstücke war irreführend. Die Studierenden wählten spontan den “Bodyguard“. Bei der näheren Untersuchung des Bedeutung von Ladenhüter kamen die Bedeutungskonstituenten des hüten und weitere (auch

metaphorische) Bezeichnungen für schwer verkäufliche Artikel im Deutschen (als **Definitionen/Synonyme/Paraphrasen** – z. B. Ware, die auf dem Regal bleibt, nicht aber Ware, die das Regal „(be)hütet“!) wie im Rumänischen (z.B. Cenușăreasa rafturilor/das „Aschenputtel der Regale“!) in die Diskussion.

Die Identifizierung des Einzelbegriffs kann z.B. beim Terminus „Tante-Emma“-Laden auch über eine **nicht verbale Semantisierung** anhand einer Karikatur stattfinden. Über die Übersetzung hinaus sollte man die affektiven und stilistischen (pseudo-metaphorischen) „Zuschreibungen“ bestimmt werden: Man kann **kulturspezifische Gegenbegriffe/-themen** einbeziehen (Müller 1991: 56). Die Supermarkt-Kultur mit ihren positiven und Schattenseiten, die Organisation großer Einzelhandelsbetriebe, die Kauf- und Konsumgewohnheiten moderner Welt sind für unsere Lerner seit Jahren unvermeidliche Themen.

Es obliegt also dem Lehrenden bei der Wortschatzarbeit die Verankerung im Gedächtnis (kognitiv-mentaler Aspekt) und andererseits die kommunikativ orientierte Begrenzung des Bedeutungsumfanges zu beachten, meinen Scherfer (1988: 31-36) und Storch (1999: 65) meinen. Weitblick Einsicht werden durch Übung und Erfahrung erweitert und geschärft, also durch „Hypothesenbildung“ und „Nachprüfung der Hypothesen“ geformt (Häussermann/Piepho 1996: 85). Und sehr wichtig: Wie Scherfer (1988: 39-40) und Müller (1994: 30) zeigen, kommt die Vermittlung neuer Wortbedeutungen erst beim Fehlen einer Wortbedeutung in der Muttersprache zur Geltung, wenn dann die Bedeutungsunterschiede in der Muttersprache und Zielsprache bewusst zu machen sind.

---

### ***Andere Länder, andere Sitten ... oft auch andere (Be)Deutungen***

---

A). „Leben Sie in einer Wohngemeinschaft?“ - In den Lektionen zum wichtigen Grundthema „Wohnen“ in allen vorhandenen DaF-Lehrwerken ist der Terminus „Wohngemeinschaft/WG“ einfach nicht mehr wegzudenken. Während in Wahrig (1970) überhaupt keine Angaben dazu gemacht werden, liefert die Ausgabe von 2000 folgende Erläuterung: Gemeinschaft mehrerer Personen/Paare in einer Wohnung mit gemeinsamer Benutzung von Küche, Bad, Haushaltsgeräten, manchmal auch gemeinsamer Haushaltsführung.

In D.A. (1989) steht auf Rumänisch: „grup de persoane cu menaj comun“. Hierzu gäbe es für das Stichwort "Wortgemeinde" eine mögliche Überlappung/Verwechslung mit „WG“: Die Erläuterung bezieht sich im Rumänischen auf: „1. asociație de locatari; 2. locuire în comun“. (Das gemeinsame Wohnen/Leben ist hier für uns von Bedeutung.)

Was ist so besonders relevant an diesem Wort (sowieso durch die Zusammenfügung der Bedeutungen beider Bestandteile verständlich)? Der Terminus wird z.B. nachdrücklicher in der älteren Version der Lehrwerksreihe

Themen (Kursbuch 3/1986), Anfang des interkulturellen Zeitalters in der DaF-Didaktik, semantisiert und problematisiert. Die Problematik des Zusammenwohnens/-lebens bei der jungen Generation war aus einer gewissen Sicht für die rumänischen Lernenden vor 1989 auch nicht besonders fremd. Das gemeinsame Leben Jugendlicher (Schüler, hauptsächlich Studenten, oft auch junge unverheiratete Erwerbstätige) im so genannten System der „Mietzimmer“(Mietappartements) wohnen, war und ist heute eine Selbstverständlichkeit. Deshalb ist die Auseinandersetzung um die Vorteile (wohl auch verständlicher „Schattenseiten“!) dieser Wohnweise (manche würden es „Wohn-Kunst“ nennen!) ein attraktives Thema, sogar bei den Anfängern.

Was auf Seiten der rumänischen Lernenden weniger bekannt und/oder bis vor etwa 15 Jahren kaum vorstellbar war, wurde didaktisch gesehen erst bei der Behandlung verschiedener Lehrwerkstexte (Interviews, Medientexte) und anderer Materialien (Bilder) ersichtlich. Die damit verbundene referentielle und daher auch konnotative Akzentverlagerung verweist bis zuletzt auch ein sprachpragmatisch-semiotisch auslegbares Phänomen, wie u.a. Kohn (2006: 15ff) zeigt.

Stötzel (1994: 55) identifiziert das Wort „WG“ im Sprachgebrauch in der BRD seit den späten '60-ern und verstärkt in den 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts. Den bezeichneten Wohn- und Lebensstil assoziierte man mit der stark negativ besetzten Kommune: Als Reflex eines sozialpolitischen Phänomens, das um 1968 und nachher in Westeuropa und Amerika Schule machte, verwies man damit auf die nonkonformistischen, protestorientierten definierten Träger: hauptsächlich Studenten aber auch Obdachlose in Großstädten, u.U. Gastarbeiter und Asylanten, allgemein untere soziale Schichten. Immer wieder wurde in jenen Jahren die „Hippy-artige“ Lebensweise blamiert, die zur Herausbildung des (allerdings stereotypisch negativ funktionierenden) Assoziationskomplexes aus Überforderung/Gedränge/Mangel an Wohnraum/Intimität/Hygiene führen konnte - umso mehr, als hier der grundlegende Wunsch des deutschen Bürgers nach gut definiertem Lebensraum und die vermeintliche Verletzung des Anstandes auf dem Spiel standen.

Übersehen und/oder unterdrückt wurden gerade jene Aspekte, die das Gemeinsamleben/-wohnen möglich machen: neben den praktischen finanziellen-organisatorischen Aspekten die Hilfsbereitschaft und die gegenseitige Unterstützung, der hohe Sozialisierungswert überhaupt. Hier wurde das Wohnen im Studentenheim von den rumänischen Lernenden berechtigterweise als eine Unterform der WG angesehen.) Die aktuellen DaF-Lehrwerke heben genau diese Aspekte hervor. Schon Anfang der '80er geriet der thematische Komplex „Familie/Wohnen/WG“ in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit und mit den neu entstandenen Unterrichtsmaterialien wurde ein neuer Sprech- und Schreibenanlass für die FS-Lerner, neu zu vermittelnde Deutungstechniken auf Seiten der Lehrer gewonnen (s. „Unterrichtsmaterialien...“/1984: 75-108; Stufen International 1/1995).

Offensichtlich hat hier das stereotypische/ oft vorurteilsgeprägte Denken im Sinne Krumms (1992: 16-17) das Fortbestehen des Terminus in der Zielsprachenkultur mitbestimmt. Solche Vorstellungen können für die Lerner auch intrakulturell reaktiviert werden, weshalb das Bewusstmachen und Relativieren von solchen Vorverständnissen notwendig ist! Hierzu können das Sammeln von Erfahrungen und das Präsentieren eigenkultureller/fremdkultureller Erlebnisse, der argumentierte Vergleich dieser Aspekte und anderer Informationen über die Erläuterung der Wortbedeutung auch Haltungen entstehen lassen und beeinflussen.

B). „Gibt es noch „Tante-Emma-Läden?“ - Metaphorische Ausdrucksweise ist der Wirtschaftssprache (verstärkt auf Berufssprachebene) nicht fremd. Das besondere konnotative Kolorit der Wortbedeutung ist weniger ein Hindernis als vielmehr ein Weg/Mittel zum Einprägen und eine Hilfe beim Aktivieren der behandelten Lexik. Im DaF-Lehrwerk „Wirtschaft- auf deutsch“/1991(Kap. Handel) wird eine Karikatur zur Stimulierung der Diskussion, zum quasi-fachlichen Vergleich der eigen- und fremdkulturellen Gegebenheiten im Handelsbereich verwertet. Suggestiv wird hier mit einer Lawine/Wolke das Phänomen der allmählichen Beseitigung/des “Niederschluckens” kleiner Handelsbetriebe dargestellt.

Was soll der rumänische Lerner unter dem “Tante-Emma“-Laden verstehen? Der Terminus kommt wegen der auffälligen Konnotation in keinem der herangezogenen Wörterbücher vor! Bis vor etwa 2 Jahrzehnten ging es um kleine traditionelle Läden, die ein ruhiges Dasein in (Rand)Stadtvierteln fristeten, wo man hauptsächlich Lebensmittel, manchmal Non-Food-Waren kaufen konnte, wo sogar ein Telefon und ein Postkasten zu finden war. Wie schon erwähnt, kommt dem Bild die Aufgabe zu, die Globalisierung des Supermarktes dem (schwierigen) Überleben der alten, individuell geführten Einzelhandelsbetriebe entgegenzusetzen. Zur Vertiefung der Erläuterung können auch weitere Materialien (zB. Internet-Texte) eingesetzt werden, wie der Artikel «Unser Lädchen. Der “Tante-Emma-Laden” von Westhausen» (Quelle: [http://:www.naheimst.de](http://www.naheimst.de)). Dem Text sind in der expandierten Semantisierung/rahmenartigen Transferetappe der Text-Bildbehandlung in diesem Unterkapitel einige Einzelheiten zu entnehmen, deren Systematisierung der Wortschatzarbeit einen weiteren Spielraum gewährt. Es sind Informationen

1. über die Organisation des Kleinbetriebes (Familienbetrieb oder nicht; Besitzer ist auch Verkäufer; Öffnungszeiten, Qualität der Waren),
2. über die Atmosphäre an Ort und Stelle (Freundlichkeit, Menschennähe, Ratschläge, Stellungnahmen/Einschätzung der Kunden), im Kontrast mit dem entpersonalisierten Supermarkt,
3. nicht zuletzt über das menschliche Profil des Ladenbesitzers (Kleinunternehmers)

Es zeigt sich auch am Beispiel eines pseudo-fachlich gebrauchten Terminus, dass die Wortbedeutung Tiefe und Breite beinhaltet, dass sich der kontextuelle Wortgebrauch - wie manchmal bei den eigentlichen Fachtermini – wie eine Spitze

des Eisbergs darstellt (Funk 1992: 10): Das Übersetzen hilft wenig, wenn hinter dem wahrnehmbaren Gebilde eine erst zu rekonstruierende Realität steckt.

C). „Gehalt vs. Lohn“ - Im Zuge der Umgestaltungen in unserem Lande war auch die „Erneuerung/Auffrischung“ des sozioökonomischen Wortschatzes eine Priorität, da Fachtermini oft entlehnt/geprägt und umgeprägt wurden, bevor sie mit der wahrnehmbaren Realität kongruierten. Die Dubletten „Gehalt/Lohn“ bergen schließlich keine wesentlichen Hindernisse beim Verstehen und Gebrauch. Es sind allgegenwärtige, intensiv gebrauchte Termini im Wirtschaftsumfeld, schon auf den untersten Könnensniveaus. Zu finden sind sie in allen arbeitsbezogenen Text- und Diskussionskontexten (vgl. u.a. Fachsprache Wirtschaft. CD-Deutschkurse/1989, Kap. 2).

Das D.A. (1989) erklärt sie als:

Gehalt: rum. „leafă, salariu, soldă, retribuție“ (allerdings mehr in Österreich vorfindbar)

Lohn: rum. „1. salariu, simbrie, leafă, plată, soldă. 2. răsplată, recompensă“ (samt einigen Redewendungen)

Bei „Lohn“ überlappen sich die Bezeichnungen für den Begriff „Engelt für geleistete Arbeit“, wie auch im DUDEN (1985), in D.T.E. (2000) und in Wahrig (1970) zu lesen ist. Hinzu kommen die helfenden Termini „Stundenlohn, Lohnarbeit, Tagelöhner“ oder Redewendungen wie „in Lohn und Arbeit stehen“. Dieses Wort ist hierzulande auch angesichts der Organisation produktiver Abläufe bekannt. Nur in den deutschen Wörterbüchern Wahrig (1970/2000) und DUDEN (1985) ist die wichtige, grundlegende Nuance des Terminus Gehalt angeführt: „Arbeitsvergütung für Beamten und Angestellten“ / festes, geregeltes Einkommen. Das unterscheidet von nun an die beiden, anscheinend sich überlappenden Termini: Gehalt für die nicht-produktive Berufswelt (der so genannten „weißen Kragen“), Lohn unmittelbar für die Produktionssphäre. Demgegenüber bezieht sich der Terminus „Honorar“ auf den Bereich der Freiberufler.

D). Zwischen „Mittelstand“ und Mittelklasse“ - Auch für das heutige unerlässliche Mode-Wort „Mittelstand“ lässt sich aus sprachkontrastiver Sicht (sogar mehrsprachiger kontrastiver Sicht) abermals feststellen: Das Gleiche ist nicht dasselbe. Ein Medientext wie derjenige in der Zeitschrift Deutschland (Nr. 1/2002, S. 25-27) geht der Sache auf den Grund; aber auf den ersten Blick möchten die Lerner darunter die Mittelklasse verstehen (rum. „starea/clasa de mijloc“). Als eine Art „falscher Freund“ gebrauchen die unvorsichtigen DaF-Lerner auch die Rückübersetzung „Mittelunternehmen/-firmen“. Zur Bestimmung der begrifflichen Sphäre gehören hierzu zahlenmäßige sowie qualitative (Management-bezogene) Aspekte. Die Grenzen zum Kleinunternehmen sind etwa gleitend, da laut Definition das mittelständische Unternehmen 1 bis maximal 500 Angestellten hat – was auf rumänischer Seite eher den Eindruck eines größeren Betriebs macht („Mittelständisch“ heißt hier zwischen 50-250 Angestellten!).

E). Zeit kostet Geld: „Zeitarbeit, Zeitkonto, Kurzarbeit“ - Die Arbeitsorganisation im deutschen Wirtschaftsumfeld könnte den rumänischen A2-Lerner auch weiter überraschen. Hierzu begegnet man den Fach- oder Pseudofachtermini als Spitzen des begrifflichen Eisbergs. Die 3 Termini beziehen sich auf Aspekte tradierter Modelle und Experimente in der Arbeitsorganisation. Das im Lehrwerk „Deutsch lernen für den Beruf“/1996 vorkommende Wort übersetzt das D.A. (1989) als „muncă desfășurată pe termen redus/stabilit“, was den verdeutschten Termini „Teilzeitarbeit“ und „Part-Time-Job“ wohl entspricht. Interessanterweise wird der Lerner einer erweiterten Erläuterung erst in einer Hörübung/ bei der Lektüre des Interview-Textes zuteil: Es geht auf der Seite des Vermittlers um eine kurzfristig an Unternehmen gemietete Arbeit (z.B. sehr oft im Bereich der Büroarbeit).

Unter „Zeitkonto“ ist auf Rumänisch natürlich ein „cont de timp“, nur dass der Zweck der Einführung solch einer Arbeitszeitfestlegung und -messung hierzulande erst gegen Ende der 90er Jahre anzutreffen war, als die Privatwirtschaft (mit den „mittelständischen Firmen“) ihre ersten Erfolge erzielte und der neue Dienstleistungssektor auf dem Vormarsch war. Im Lehrwerk „Marktplatz“/1998 (S. 72) erhält der rumänische Wirtschaftsstudent eine fachliche Erläuterung mit psychologischer Fundierung: Es geht um eine Freischichtenregelung um Überstunden abzubauen! Die geleisteten Überstunden werden in einem so genannten Zeitkonto gesammelt und in ruhigen Zeiten mit Freizeit (und nicht mit Geld!) ausgeglichen.

Schließlich sind bei „Kurzarbeit“ (in „Deutsch lernen für den Beruf“ oder in „Marktplatz“) die von D.A. (1989) und D.T.E. (2000) gebotenen Äquivalente im Rumänischen zu berücksichtigen: „1. muncă redusă, 2. șomaj parțial, 3. program redus de muncă sowie șomaj tehnic.

*Der DUDEN (1985) indiziert auch die verkürzte Arbeitszeit, die bei entsprechender Kürzung der Löhne wegen Auftragsmangels angeordnet ist. Auf rumänischer Seite ist vielleicht die Tatsache weniger bekannt, dass diese Art von gezwungener Rettung der Arbeitsplätze eine schon etwa 2 Jahrzehnte lange Tradition in Westeuropa hat und dass die Arbeitnehmer sie nicht zuletzt aus Solidaritätsgründen akzeptierten.*

F). Der „Geschäftsführer“ oder der „Geschäftsleiter“ - Diese Dubletten bieten tatsächlich einige Verstehensschwierigkeiten. Grundsätzlich geht es um dieselben leitenden Positionen in der Firmenstruktur. Die rumänischen Lexika haben bis jetzt alle Nebennuancen übersehen. In D.A. (1989) steht für beide Termini: „1. director de firmă/instituție/întreprindere; 2. Șef al unui magazin, secții, procurist“.

Die Geschäftsführung/-leitung ist rum. „conducerea, membrii conducerii“. Wahrig (1970, 2000) indiziert aber jemanden, der ein fremdes Geschäft führt/leitet, hebt also den Angestellten-Status dieser Person hervor. Das heutige geläufige Äquivalent im Rumänischen ist das allmächtige, allgegenwärtige und fetischisierte „manager“/„manager general“, (unter dem Einfluss des Englischen!), der eine Reihe von Unstimmigkeiten herbeiführt: Mit „manager“ wird sowohl die leitende

Position auf den sämtlichen Führungsebenen wie auch die oberste Position gemeint. Größtenteils wird auf rumänischer Seite die vom Deutschen her funktionierende Sach- und Sprachlogik übersehen: Auf deutsch wird das Verb „führen“ mit Bezug auf Menschen/das Personal verwendet, „leiten“ hingegen für Organisationsstrukturen verwendet! Eine vorstellbare Kraftprobe: Man sagt nicht „Abteilungsleiter“ sondern „Abteilungsleiter“! Man ist aber „Projektleiter“! und der „Reiseführer“ ist dann etwas anderes...

G). Sind Sie „Ökonom“, „Wirtschaftler“ oder „Kaufmann“? - Angesichts spezifischer Bezeichnungen und Termini in der deutschen Arbeitswelt sei stets Vorsicht geboten. Die gegenwärtigen Globalisierungsvorgänge vereinheitlichen/nivellieren schon viel von dem, was die traditionelle Terminologie bis jetzt in diesem Bereich festgehalten hat. Buhlmann (1989) hat schon vor 20 Jahren darauf hingewiesen, es gebe keine eigentliche Fachsprache Wirtschaft...

Eine interessante Querbeziehung der Wortbedeutungen entsteht in der Gruppe „Ökonom-Ökonomist-Wirtschaftler-Kaufmann“. Der Versuch einer Erläuterung ist umso notwendiger, als die Studenten an unserer Handelsfakultät immer genau wissen möchten: Sind sie nach Abschluss der Studien „Diplom-Kaufman/Kauffrau“, „Diplom-Ökonom/Ökonomin“? oder sogar „Diplom-Ökonomist im Handel“!? In Wahrig (2000) wird der Gebrauch des etwa veralteten Wortes „Ökonom als Landwirt/ Hausverwalter/Gutsverwalter „angegeben, das das D.A. (1989) mit dreifachem Bezug auf die Wirtschaft allgemein, auf die Verwaltungsarbeit in bestimmten Organisationen (in einem Kloster) und in der Landwirtschaft übersetzt: „1. economist, 2. econom/administrator, 3. agricultor, agronom“.

Das D.T.E. (2000) vereinfacht die Frage auf die alleinige Übersetzung „economist“. Den „Ökonomist“ (usuell in der ehemaligen DDR) erläutert das D.A. als „economist“. Der sich hierzulande einer langen Karriere erfreuenden „Wirtschaftler“ kommt nur in D.A. (1989) vor und in Ermangelung jeglicher beruflicher oder ideologischer Bedenken wurde es als „economist/specialist în economie“ übersetzt (Man stelle sich die Schwierigkeiten und redundanten Formulierungen in Bezeichnungen wie „Landwirtschafts-Wirtschaftler“ vor!)

Den „Kaufmann“ bestimmt das D.A. (1989) als „comerciant/negustor/negutător“ während das Wahrig-Wörterbuch von 1970 dazu schreibt: jemand, der Handel betreibt/kauft-verkauft, im Handelsbetrieb arbeitet. Für die Vielfalt der Kaufmannsberufe im Deutschen kann der fleißigste Deutschlerner nicht alle genauen rumänischen Äquivalente finden. Die Spezialisierung deckt viele Steuerungs- und Kontrolloperationen, bei den meisten Berufen ist sie somit anhand der Berufsbezeichnung verständlich - mit Ausnahme des Industriekaufmanns, der laut Buhlmann (1989: 103-104) Kenntnisse aus allen Wirtschaftsbereichen besitzen muss! Die Auswahl ist riesig. Es gibt also: Automobil-, Bank-, Gesundheitswesen-, Groß/Außenhandels-, Grundstücks- und Wohnwirtschafts-, Informatik-, Reiseverkehrs-, Schifffahrts-, Speditions-, Veranstaltungs- (2001 gegründet), Verlags-, Versicherungs- oder Werbungskaufmann.

Ferner ist eine Unterscheidung gegenüber den Bezeichnungen „Fachmann/Fachfrau „vorzunehmen. „Fachmann“ bedeutet für den rumänischen Lerner zuerst Spezialist (in einem Bereich). Bei den fast identischen Arbeitsaufgaben hat der „Fachmann/die Fachfrau“ (im davor angegebenen Bereich) gegenüber dem „Kaufmann/der Kauffrau“ eher mit organisatorischen Arbeitsabläufen zu tun (vgl. „Studien- und Berufswahl...“ 2002)

H). Ein „wilder Streik“ hat nichts mit der Wildnis zu tun. Streiks sind unbeliebt und in der ehemaligen Kommando-Wirtschaft waren sie unvorstellbar, in der wettbewerbsorientierten/„privatisierten“ sind sie aber ein doppelbödiges Kampfmittel (auch Zwangsmittel) in den Händen der Gewerkschaften (s. „Leselandschaften“, Bd. 2/1996, S. 65.) Ein Streik hat seine klaren negativ konnotierten Dimensionen: Einstellung der Arbeit und Verluste, mögliche Aggressivität/Gewaltanwendung, Aussperrungen, Blockierung der Verkehrswege usw. Ein „wilder Streik“ ist der Höhepunkt! Von der erfahrungsmäßigen Bestimmung des Wortes wild ausgehend setzten es die Lernenden zuerst mit einem chaotisch stattfindenden Streik gleich, wo viel Aggressivität auf Seiten der Streikenden und der Behörden/Polizei/Sicherheitskräfte manifest wird. Zu einem gewissen Teil berechtigt, da es um eine Aktion der Arbeitnehmer ohne die Beteiligung der Gewerkschaft/einen nicht gebilligten, teilweise legalen Streik geht. Der Terminus besitzt eine gewisse stilistische Ladung, die ihn durch stufenweise Dechiffrierung in dieselbe Klasse mit einer ähnlichen Bedeutungs-Kombination bringt - der „wilden Ehe“.

I). „Sich krankfeiern“ hat nichts mit der Feier der Krankheit zu Hause - Sonderbarerweise sollen die Deutschen auch krank sein! Und dabei auch etwas feiern!? Oder sollen sie feiern, bis sie arbeitsuntauglich oder krankenhausreif werden? („Deutsch lernen für den Beruf“/1996, S. 28). Falsch. Die unmittelbare Übersetzung ins Rumänische tut Not. In D.A. und in Wahrig (2000) wird die unangenehme Erläuterung gezeigt: nicht arbeiten und Krankengeld bekommen. Dem annehmbaren Äquivalent sich drücken entspricht dann im Rumänischen die Nuancen „a se eschiva de la muncă“/”a chiuli pe motiv medical“.

J). Sich gegenüber der eigenen Familie „sich selbständig machen“? Nein. - Es geht dabei um Selbstständigkeit, nur dass sie nichts Soziales/Politisches oder in familiärer Hinsicht (etwa das Loslösen vom Elternhaus) impliziert. Hier sind auch mögliche Überlappungen mit dem zweitmöglichen deutschen Terminus „(unabhängig werden“) möglich. Es ist vielmehr eine für unsere Zeiten spezifische Manifestierung des so genannten „entrepreneurship“ /Unternehmergeistes (Marktplatz, S. 23-25). In D.T.E. (2000) wird das rumänische Äquivalent „a fi deveni independent“, „autonom“ („a fonda o întreprindere“) geboten. Erst die 3. Variante entspricht der im Deutschen anvisierten Realität. Auf rumänischer Seite sind die eine Zeit lang nach der Wende von 1989 manifestierten negativen Konnotation des Terminus „a se privatiza“ anzuführen (während das engl. „Business“ oft in die pejorative Bezeichnung „bișniță“ mündete), eigentlich eine inkorrekte Übersetzung/eine Malformierung). Der Ausdruck „a deveni

„intreprinzător“ hat dagegen ein glücklicheres Schicksal und wird stilistisch im Allgemeinen als neutral, manchmal als gehoben betrachtet.

---

### ***Schlusswort aber kein Ende***

---

Anfang eines wichtigen Jahrzehntes für die DaF-Didaktik und über deren neuen Herausforderungen nachdenkend, nuanciert Müller (1991:32): Während Fachsprachen durch einen erweiterten und spezialisierten Wortschatz definiert sind, benötigt die interkulturelle Wirtschaftskommunikation Kenntnisse in den unterschiedlichsten Berufssprachen, wo man zu einem Zeitpunkt Sprache als ein Arbeits- und Lenkungsinstrument handhaben muss.

In diesem Sinne sind die hier erörterten Aspekte einer eher sprachbezogenen Landeskunde schließlich auch problemorientiert: Denn die Erläuterung der Wortschatzspezifika unterstützt die Herausbildung der Verstehens- und Vergleichskompetenz und dient einer zweckadäquaten kommunikativen Haltung. Hauptsache aber, wie Lüsebrink zeigt (2008: 176f)

---

### ***Literaturnachweis***

---

- Becker, N.** 1994. ‚Unterrichtsansatz für Deutsch as Funktionalsprache und Fachsprache‘, in S. Fiß (Hrsg.), *Deutschsprachige Kommunikation im universitären und außeruniversitären Bereich*, in *Materialien DaF*, 39, S. 63-76.
- Buhlmann, R.** 1989. ‚Fachsprache Wirtschaft - gibt es die?‘, in *Jb. DaF*, 15, S. 82-108.
- Constantinescu, L.** 2002. „Landeskunde - eine ständige Herausforderung“, in *Dialogos*, 6, S. 120-134.
- Funk, H.** 1992. ‚Berufsbezogener DU‘, in *Fremdsprache Deutsch*, Sonderheft, S. 4-15.
- Häusseman, U./ Piepho, H. E.** 1996. *Aufgaben-Handbuch DaF*, München: iudicium.
- Kiesel, M./Ulsamer, R.** 2000. *Interkulturelle Kompetenz für Wirtschaftsstudierende. Fakten, Charakteristika, Wege zum Erwerb*, Berlin: Cornelsen.
- Kohn, P.** 2006. *Interkulturelle Semantik*, Nordhausen: Traugott Bautz.
- Krumm, H.- J.** 1992. ‚Bilder in unseren Köpfen. Interkultureles Lernen und Landeskunde‘, in *Fremdsprache Deutsch*, 6, S. 16-19.
- Lüsebrink, H.J.** 2008. *Interkulturelle Kommunikation*, Stuttgart, Weimar: Metzler.
- Müller, B.D.** 1991. „Die Bedeutung der interkulturellen Kommunikation für die Wirtschaft“, in B.D. Müller (Hrsg.), *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*, München: iudicium, S. 27-51.

- Müller, B.D.** 1994. *Wortschatzarbeit und Arbeitsvermittlung*. Fernstudieneinheit 8 des Fernstudienprojekts DaF und Germanistik, DIFF, GhK, GI München, Berlin: Langenscheidt.
- Neuner, G. /Hunfeld, H.** 1993. *Methoden des fremdsprachlichen Deutschunterrichts. Eine Einführung. Fernstudieneinheit 4 des Fernstudienprojekts zur Fort- und Weiterbildung im Bereich Germanistik und DaF*, DIFF, GhK, GI München, Berlin: Langenscheidt.
- Scherfer, P.** 1988. ‚Überlegungen zum Wortschatzlernen im FSU‘, in A. Raasch/M. Bludau/F. J. Zapp (Hrsg.), *Aspekte des Lernens und Lehrens von Fremdsprachen*, Frankfurt a. Main: Diesterweg, S. 28-51.
- Storch, G.** 1999. *Deutsch als Fremdsprache. Eine Didaktik*, München: Fink.
- Stötzel, G.** 1994. ‚Der öffentliche Sprachgebrauch in der BRD nach 1945 - Entwicklungen und Auseinandersetzungen, in Publication de l'Institut d'Allemand d'Asnières, hrsg. von G. Krebs und GI Paris, S. 41-80.

*Studien- und Berufswahl. Information und Entscheidungshilfe 2002/2003*, hrsg. vom BAA.

*Unterrichtsmaterial zur Landeskunde. Projekt Wohnen*. 1984, hrsg. im Auftrag des GI Amsterdamm und GI München.

\*\*\* DUDEN. Bedeutungswörterbuch. 1985, Bd. 10, Mannheim: Duden-Verlag.

\*\*\* Wahrig. Deutsches Wörterbuch. 2000, Stuttgart: Bertelsmann Lexikon-Verlag.

*Dicționar German-Român*, hrsg. von R. Kisch/H. Mantsch/G. Klaster-Ungureanu u.a. (koord. M. Isbășescu und R. Kisch), București: Ed. Academiei. [D.A.]

Leca, D.M. 2000. *Dicționar german-român de termeni economici*, Iași: Polirom. [D.T.E.]

Wahrig, G. 1970. *Wahrig. Deutsches Wörterbuch*, Stuttgart: Bertelsmann-Lexikon Verlag.

#### *The author*

**Dr. Lora Constantinescu** is a Lecturer in German/English for Business Communication at The Bucharest Academy of Economic Studies. She holds a Ph.D. in German Linguistics from the University of Bucharest (‘The Rhetorical Analysis of German and Romanian Advertising Communication’, 1999). She co-authored German language textbooks for students of Economics, with various contributions to scientific journals and international projects, as well as presentations in national and international conferences. She takes a special interest in research domains such as the rhetoric of advertising, sociolinguistics, methodology of FLT, GSP, business communication, teaching material design.