

Nekula, Marek/Nekvapil, Jiří/Šichová, Kateřina: Sprachen in multinationalen Unternehmen auf dem Gebiet der Tschechischen Republik.

Forost, München 2005, 79 S. (forost Arbeitspapier 31).

Das unscheinbare Bändchen „hat es in sich“. Es vermittelt ein plastisches Bild vom aktuellen Gebrauch des Deutschen, Tschechischen und Englischen in dem wohl wichtigsten Bereich des deutsch-tschechischen Sprachkontakts der Gegenwart, in der Wirtschaftskommunikation. Vorgestellt werden hier die Ergebnisse des forost-Forschungsprojektes „Osteuropäische Sprachen als Faktor der wirtschaftlichen Integration“, das in den Jahren 2003 bis 2005 vom bayerischen Wissenschaftsministerium gefördert worden ist. Vorarbeiten der Forschungsgruppe aus Prag, Regensburg und Jena gehen aber schon bis in das Jahr 1994 zurück und verschiedentlich sind auch schon früher Detailergebnisse aus diesem Arbeitszusammenhang veröffentlicht worden. Die intensive wirtschaftliche Kooperation zwischen deutschsprachigen und tschechischen Unternehmen hat seit den 1990er Jahren zur Herausbildung ganz neuer und enger Sprachkontaktsituationen geführt, die hier auf einer breiten und differenzierten Beobachtungsgrundlage untersucht werden: Fragebogenerhebungen in gemischtnationalen Unternehmen werden ergänzt durch die Analyse statistischen Materials zur Sprachenausbildung im tschechischen Schulsystem, durch Querschnittuntersuchungen von Stellenanzeigen in der tschechischen Tagespresse, durch Beobachtungen der Betriebskommunikation und nicht zuletzt durch Interviews mit Angehörigen gemischtnationaler Betriebe. In dem vorliegenden Ergebnisbericht stehen die Befragungen im Vordergrund, die die Autoren bei 283 deutsch-/österreichisch-/schweizerisch-tschechischen Unternehmen durchgeführt haben, die in ihrer Größe und Branchenzugehörigkeit dem Profil der gemischtnationalen Betriebe in der Tschechischen Republik repräsentativ entsprechen. Während der schulischen Sprachenausbildung und den Einstellungsvoraussetzungen in tschechischen Stellenannoncen ein eigener Exkurs gewidmet ist, werden immer wieder Zitate aus den qualitativen Interviews in die quantitative Analyse eingeflochten. Diese Zitate verleihen dem statistischen Material nicht nur lebendige Farbe, sondern sie ergänzen die Ergebnisse auch um die unabdingbare Komponente der subjektiven Einstellungen gegenüber den beteiligten Sprachen.

Ich möchte im Folgenden nur einige zentrale Befunde der Studie nachzeichnen, die das Verhältnis der beteiligten Sprachen in den Kommunikationsabläufen der gemischtnationalen Unternehmen betreffen. Gemischtsprachige Wirtschaftsunternehmen sind grundsätzlich darauf angewiesen, dass Mitarbeiter verschiedener Mut-

tersprachen möglichst effizient miteinander kooperieren. Um die sprachlichen Voraussetzungen für eine derartige Kooperation zu schaffen, stehen den Unternehmen prinzipiell drei verschiedene „Strategien“ (S.8) zur Verfügung: Sie können erstens unter Verzicht auf eine sprachliche Adaption auf die Hilfe von professionellen Sprachvermittlern wie Dolmetschern und Übersetzern zurückgreifen. Zweitens können sie die sprachliche Adaption ihrer Mitarbeiter untereinander fördern. Diese sprachliche Adaption ist asymmetrisch, wenn ein Betriebsangehöriger die Muttersprache seines Gesprächspartners als Fremdsprache erlernt und gebraucht, während dieser in der gemeinsamen Kommunikation bei seiner Muttersprache bleibt. Die Adaption wird symmetrisch, wenn beide Gesprächspartner mit ihrem Gegenüber in dessen jeweiliger Muttersprache kommunizieren können und beide Sprachen in einem ausgewogenen Verhältnis verwendet werden. Bei der dritten Strategie schließlich weichen die Kommunikationspartner auf eine dritte Sprache aus, die für beide Seiten eine Fremdsprache ist. Die Bezeichnung dieser Strategie als „Standardisierung“, die die Autoren aus der Fachliteratur übernehmen, ist meiner Ansicht nach allerdings irreführend.

Die Studie belegt eindrucksvoll, dass der weitaus größte Teil der untersuchten Unternehmen bei seiner Arbeit auf professionelle Übersetzer und Dolmetscher zurückgreift. Sprachvermittlung wird dabei in der innerbetrieblichen Kommunikation herangezogen, spielt aber vor allem in der Außenkommunikation eine große Rolle. Auch die Häufigkeit, mit der die Unternehmen auf diese Hilfe zur Lösung ihrer Sprachprobleme zurückgreifen, ist beachtlich. Die Nebenkosten, die den Unternehmen durch die Vergütung der Sprachvermittler, aber auch durch den Zeitverlust bei der Übersetzung entstehen, sind daher mehr als erheblich. Über einen längeren Zeitraum summieren sich diese Kosten, wie die Autoren sagen, schlechterdings „atemberaubend“.¹

Es ist daher kaum verwunderlich, dass die gemischtnationalen Unternehmen schon bei der Einstellung ihrer Mitarbeiter größten Wert auf Fremdsprachenkenntnisse legen und selbst einen bemerkenswerten Aufwand betreiben, um unter ihrer Belegschaft die Sprachenkompetenz zu erhöhen. Die Unterstützung der sprachlichen Adaption reicht dabei von innerbetrieblichen Fremdsprachenkursen während der Arbeitszeit bis hin zur finanziellen Förderung der Teilnahme an externen Sprachfortbildungen. Der Umfang derartiger Adaptionsbemühungen ist nach den Ergebnissen von Nekula, Nekvapil und Šichová so groß, dass die betriebliche Sprachenförderung nahezu als ein eigener Bildungssektor angesehen werden könnte. So bezeichnete ein befragter Mitarbeiter in den 1990er Jahren das Unternehmen Škoda (Volkswagen) ironisch, aber durchaus treffend als „die größte Sprachschule in der Tschechischen Republik“ (S. 58).

In Charakter und Umfang unterscheiden sich die betrieblichen Förderungen für unterschiedliche Sprachen allerdings signifikant. Ernüchternd ist etwa der Befund,

¹ Diese Einschätzung untermauern die Autoren an anderer Stelle durch eindrucksvolle Hochrechnungen der Kosten für die Sprachvermittlung über längere Zeitspannen. Vgl. Nekula, Marek/Šichová, Kateřina: Sprache als Faktor der wirtschaftlichen Integration. In: *brücken* 12 (2004) 317-335.

dass der Erwerb des Tschechischen unter den deutschsprachigen Betriebsangehörigen eher selten gezielt und auch nur wenig effektiv unterstützt wird. Ausnahmen sind hier die großen Unternehmen, in denen freilich generell der größte Wert auf betriebliche Sprachausbildung gelegt wird. Da die ausländischen Mitarbeiter in der Regel ohne Tschechischkenntnisse in das Land kommen, ist schon hier deutlich zu erkennen, dass die Mühen der sprachlichen Adaption in erster Linie den tschechischen Muttersprachlern zugemutet werden. Immerhin scheint die wachsende Bedeutung des tschechischen Absatzmarktes einen deutlichen Druck zugunsten einer Verwendung des Tschechischen in der betrieblichen Außenkommunikation und des Erwerbs entsprechend guter Tschechischkenntnisse zu erzeugen. Für den innerbetrieblichen Bereich ist ein von deutschen Informanten genanntes Motiv, warum sie sich wenigstens um eine passive Kompetenz im Tschechischen bemühen, dass diese Sprache andernfalls unter den tschechischen Mitarbeitern als eine Art „Geheimsprache“ (S. 35, 37) kursieren würde und deutsche Mitarbeiter von bestimmten Kommunikationsfeldern ausgeschlossen wären. Diese Geheimhaltungsfunktion des Tschechischen ist ja auch im Bereich des Fremdenverkehrs und der Gastronomie beispielsweise in Prag anschaulich zu beobachten. Gegen eine intensivere Aneignung des Tschechischen spricht in den Augen deutscher Muttersprachler aber weiterhin das geringe „Nützlichkeits-Image“ (S. 31) und das mangelnde Sozialprestige dieser Sprache. Während das Tschechische „den Produktionsprozess selbst symbolisiert“, stehen Deutsch und Englisch für „das Know-how der technisch fortgeschrittenen und finanziell stärkeren Länder“ (S. 36). Dieses Prestigegefälle führt dazu, dass das Tschechische innerbetrieblich selbst von denjenigen deutschen Muttersprachlern nur sehr eingeschränkt aktiv genutzt wird, die eigentlich über ausreichende Sprachkenntnisse verfügen: „Das Tschechische dominiert den Bereich der Produktion, auf Englisch und Deutsch werden Beratungen, Meetings und Workshops der Leitungsebene abgehalten“ (ebd.).

Die gemischtnationalen Unternehmen können hier vielfach auf die Fremdsprachenkenntnisse zurückgreifen, die ihre tschechischen Mitarbeiter aus der Schulzeit mitbringen. Obwohl das Deutsche gegen Ende der 1990er Jahre an den meisten Schultypen der Tschechischen Republik hinter das Englische auf die Position der zweiten Fremdsprache zurückgefallen ist, zeichnen die Autoren für die Rolle des Deutschen im tschechischen Bildungssystem ein „relativ positives Bild“ (S. 50). Das Deutsche erweise sich durch seine insgesamt weite und stabile Verbreitung „nach wie vor als eine wichtige mitteleuropäische Regionalsprache“ (S. 52). Gerade in praktisch orientierten Ausbildungsbereichen spiele es in Tschechien bis heute „eine wichtigere Rolle [...] als das Englische“ (ebd.). In immerhin 64 Prozent der befragten deutsch-tschechischen Unternehmen wird die Verbreitung bzw. die Verbesserung der Deutschkenntnisse zusätzlich durch Sprachkurse für die tschechischen Mitarbeiter gefördert. Häufig ist die Bewilligung von Fördermaßnahmen hier an sprachliche Leistungskontrolle gebunden und daher viel stärker effizienzorientiert als der Tschechischunterricht für deutsche Betriebsangehörige. So sehr man das Engagement der Unternehmen für die Vertiefung der Deutschkenntnisse begrüßen mag, so sehr verstärkt eben dieses Engagement unter den gegebenen Verhältnissen die einseitige, asymmetrische Adaption der Tschechen an das Deutsche und damit

eine Stabilisierung der kommunikativen Ungleichheiten in den Betrieben. Diese Asymmetrien können nicht nur kommunikative, sondern auch soziale Spannungen nach sich ziehen. An anderer Stelle hat einer der Autoren darauf hingewiesen, dass die störenden Auswirkungen asymmetrischer sprachlicher Adaption von den Beteiligten selbst häufig als Folgen ethnischer Differenzen oder kultureller Unvereinbarkeiten wahrgenommen würden.² Das unter Deutschen verbreitete Stereotyp vom „passiven“ und „submissiven“ Tschechen habe seinen Ursprung nicht zuletzt in der Tatsache, dass in deutsch-tschechischen Kontaktsituationen in der Regel der tschechische Partner mit den Mühen fremdsprachigen Ausdrucks zu kämpfen habe. Umgekehrt findet die stereotype deutsche „Effizienz“ und „Überheblichkeit“ häufig in der sprachlichen Dominanz des Deutschen im Sprachkontakt eine einfache Erklärung. Interlinguale Probleme werden so – übrigens leider auch von Wissenschaftlern – leicht als interkulturelle Konflikte missverstanden.

Den Unternehmen scheint die Problematik dieser unausgewogenen Sprachkonstellation für den Betriebsablauf durchaus bewusst zu sein. Es ist daher nur auf den ersten Blick überraschend, dass fast die Hälfte der befragten Unternehmen auch in Englischkurse investiert, obwohl die Mutterbetriebe doch in Deutschland, Österreich oder der Schweiz angesiedelt sind. Die Tatsache, dass sich Firmen mit deutschsprachigen Mutterkonzernen finanziell für den Ausbau von Englischkenntnissen bei ihren Mitarbeitern engagieren, wird von den Autoren der Studie mit Recht als „ein deutliches Signal für das massive Eindringen des Englischen in solche Kommunikationsdomänen [gewertet], in welchen theoretisch auch das Deutsche zur Anwendung kommen könnte“ (S. 62). In der Tat gaben bereits 43 Prozent der befragten Unternehmen an, dass das Englische in der betriebsinternen Kommunikation „oft“ verwendet werde. In einer Reihe deutsch-tschechischer Unternehmen wird sogar „ausschließlich“ auf Englisch kommuniziert. Von den befragten Mitarbeitern werden diese Befunde mit dem Hinweis auf die wachsende internationale Bedeutung des Englischen und mit der Tatsache erklärt, dass Englisch sich bis zu einem gewissen Grade zu einer Fachsprache der Wirtschaftskommunikation entwickelt habe. Es ist aber offensichtlich, dass viele Unternehmen auf die Verwendung des neutralen Englisch ausweichen, um die sprachlichen Asymmetrien im deutsch-tschechischen Verhältnis auszugleichen. Unter den gegebenen Verhältnissen sehen Nekula, Nekvapil und Šichová in der Verwendung des Englischen die kostengünstigste und für das Betriebsklima unproblematischste Lösung der Sprachprobleme deutsch-tschechischer Unternehmen und prognostizieren dieser Kompensationsstrategie daher auch für die Zukunft eine zunehmende Bedeutung:

[...] da es nicht wahrscheinlich ist, dass sich die asymmetrische Sprachadaption in deutsch-tschechischen Betrieben in symmetrische verwandelt (mithin die ausländischen Mitarbeiter in größerem Umfang Tschechisch lernen werden), wird die Orientierung am Englischen wachsen. (S. 75)

Das Französische spielt übrigens in den deutsch-tschechischen Kontaktsituationen keine Rolle mehr. War das Französische in der Ersten Republik noch eine

² Vgl. Nekula, Marek: Kommunikationsführung in deutsch-tschechischen Firmen. In: *Ders. / Möller, Joachim: Wirtschaft und Kommunikation. Beiträge zu deutsch-tschechischen Wirtschaftsbeziehungen*. München 2002, 29-50.

wichtige Sprachoption in den Schulen (und Frankreich generell ein wichtiger politischer und kultureller Bezugspunkt im Ausland) gewesen, so hat es bei der Sprachwahl selbst an tschechischen Gymnasien heute nur noch eine äußerst geringe Bedeutung. In der deutsch-tschechischen Wirtschaftskommunikation ist die französische Sprache offenbar völlig irrelevant. Selbst die schweizerisch-tschechischen Unternehmen legen keinen Wert auf eine Verbreitung von Französischkenntnissen unter ihren Mitarbeitern.

Es dürfte deutlich geworden sein, dass die Studien von Nekula, Nekvapil und Šichová weitreichendes Interesse verdienen. In der genauen Untersuchung der vielfältigen und miteinander verschränkten Strategien, mit denen deutsch-tschechische Unternehmen ihre alltäglichen sprachlichen Probleme zu meistern versuchen, gewinnen die Autoren einen tragfähigen Zugang zur Frage nach dem Sprachgebrauch in Mitteleuropa und seinen aktuellsten Entwicklungen.