

Vita Kilar

Universität Ljubljana, Wirtschaftsfakultät (University of Ljubljana, Faculty of Economics)

Kardeljeva ploščad 17

1000 Ljubljana

DER GESCHÄFTSBRIEF ALS GEBRAUCHSTEXTSORTE IN INTERNATIONALEN WIRTSCHAFTLICHEN BEZIEHUNGEN UND DER ASPEKT DER SPRACHWAHL

Der Gegenstand der Untersuchung ist die Handelskorrespondenz, die im slowenischen Raum zwischen deutschen bzw. österreichischen und slowenischen Unternehmen geführt wird.

Die Ziele der Untersuchung sind zweierlei: die Problematik der Geschäftskorrespondenz aus dem sprachtheoretischen und kommunikativpragmatischen Aspekt zu erleuchten und die Gründe zu finden, die für die Wahl des Englischen als Amtssprache in der Kommunikation zwischen den deutschen Unternehmen und deren slowenischen Tochtergesellschaften maßgebend sind. Für die Situation des slowenischen Marktes ist nämlich kennzeichnend, dass in den letzten Jahren die internationale Geschäftskorrespondenz in englischer Sprache abgewickelt wird.

Erstens wird versucht, die pragmatisch-kommunikativen Faktoren aufzuzeigen, die bewusst oder unbewusst die Wahl der innertextlichen Komponenten (Ziel der Kommunikation, Kommunikationsgegenstand, Handlungstypen, Varietät und thematische Entfaltung) und sprachlichen Textelemente (Lexik, Stil und Syntax) beeinflussen und ihre Relationen untereinander bestimmen. Es sind folgende Faktoren zu betrachten:

- die Art der Geschäftssituation (real vs. fiktiv)
- die Strukturierung der Geschäftssituation (einfach vs. komplex)
- die Beziehung zwischen dem Textproduzenten und dem Textrezipienten (persönliche Beziehung 1. Grades, persönliche Beziehung 2. Grades, unpersönliche Beziehung)
- das Wissen des Interpreten über die außertextlichen Hintergründe der jeweiligen Geschäftssituation (vorhanden vs. nicht vorhanden)
- der Kanal (klassischer Brief, Telefax, E-Mail)

Die Resultate der Analysen zeigen, nach welchem Muster die einzelnen pragmatisch-kommunikativen Faktoren die innertextlichen Komponenten und die sprachlichen Textelemente bestimmen.

Der zweite Teil der Untersuchung befasst sich mit der aktuellen Problematik der Verdrängung der deutschen Sprache, die in allen Bereichen des internationalen öffentlichen Handelns zu beobachten ist, bzw. ihrer Ersetzung durch das Englische. Im Mittelpunkt der Analyse stehen zwei Großunternehmen mit Hauptsitz in Deutschland, der in Wien liegenden Zentrale für den Ost – und Südeuropäischen Raum, und ihre mittelständischen Tochtergesellschaften in der slowenischen Hauptstadt. Obwohl die Zusammenarbeit dieser Unternehmen mit Slowenien schon in den Achzigen Jahren begann und alle Geschäfte auf Deutsch abgewickelt waren, gilt seit dem Jahr 2000 als Amtssprache der Kommunikation zwischen diesen Unternehmen und ihren Tochtergesellschaften in Slowenien das Englische. Es wird versucht, mithilfe des Marketing-spezifischen Instrumentariums (identische Befragung in der deutschen Mutterfirma und der slowenischen Tochtergesellschaft, das Interview) festzustellen, ob – und wie – die Einführung dieser Maßnahme die Geschäftsabwicklung beeinflusst hat, ob die Gründe für

die Sprachwahl lediglich in der extremen Marktorientierung bzw. –anpassung zu suchen sind und ob die Rolle und Bedeutung des sprachlichen Aspekts und seiner Folgen dabei berücksichtigt wurde. Nicht zuletzt spiegelt sich die Dominanz des Englischen im Berufsleben im stark abnehmenden Interesse der Jugend am Erlernen des Deutschen als zweiter Fremdsprache wider und wirkt sich somit auch auf die Organisation und Politik des gesamten Schul- und Bildungssystems in Slowenien aus.