

LANDESKUNDE – EINE STÄNDIGE HERAUSFORDERUNG IM DEUTSCHUNTERRICHT

Lora CONSTANTINESCU*

Ob (eng begriffen) kulturbezogen oder kommunikativ-interkulturell angelegt, als Thema/Fach oder sogar als Unfach?/bloß Linguolandeskunde, später als Kontextwissen, die Landeskunde steht seit ungefähr den 60er Jahren des 20. Jhs. in einem stets kritischen und sich wandelnden Vordergrund der theoretischen und praxisbezogenen Auseinandersetzung: Was kann oder soll der Fremdsprachenunterricht über lexikalische und grammatische Strukturen, Faustregeln und einwandfreie Aussprache vermitteln? Mit der vorliegenden Arbeit möchten wir Einblick in die Entwicklung der landeskundlichen Diskussion nehmen, heutige Schwerpunkte beleuchten (auch im FaSU-Bereich) und auch konkrete Vorgehensweisen analysieren.

1. Von der Kulturkunde zur “Leute- und Landeskunde“

1.1. Keine leichte Begriffsbestimmung

Es scheint, dass tatsächlich kein Königspfad zur Bestimmung dessen führt, was seit so langer Zeit unter Landeskunde zu verstehen ist. Man beruft sich gewöhnlich auf die bisherig so umständlichen Definierungsversuche vergangener Jahrzehnte [1, S. 50]. Die Skala der Einschätzungen reicht demnach von einem schwer definierbaren “Unfach“ zu der Durchmischung der Realien (Textsorten) oder zum “Eindringen in das Labyrinth“ durch explizite und implizite Informationen über Deutschland und “Deutsches“. Gewarnt wird auch vor einer einfachen/vereinfachenden Gleichsetzung der begrifflichen Sphäre des Terminus *Landeskunde* mit dem, was in der rumänischen Sprache *Kultur und Zivilisation* heißt [1, S. 50].

Einen wichtigen Anhaltspunkt stellt die ältere, aus den

80er Jahren vergangenen Jhs. stammende Deutung von S.J. Schmidt dar. Indem der Textwissenschaftler die Landeskunde (LK) als *Kontextwissen* begreift, wird hierzu ein “Gesamt der politischen, sozio-ökonomischen und kulturellen Gegebenheiten“ verstanden, die für die “Produktion und Rezeption sprachlicher Äußerungen maßgeblich sind“ [19, S. 290].

Auch wenn diese Auffassung später in ein kritisches Licht (wegen apriori gewählter Bestimmungskriterien) geraten ist, wird sie noch immer als allgemeine Ausgangs- und Diskussionsbasis aufgegriffen [s. Positionen bei 1, 6 und 18]. Als wichtig erscheint mir aber die von Delmas/Vordewülbecke erkannte und auch heute, noch immer in der interkulturellen Phase, größtenteils gültige Funktion der LK überhaupt als **Instrument gesellschaftlicher Meinungsbildung** im FSU [6, S.176].

Deshalb sollten wir uns zuerst daran erinnern, welchen Weg die LK in den bisherigen anerkannten Entwicklungsphasen gegangen ist.

1.2. Von der engbezogenen Kulturkunde über die kognitive zur kommunikativ und interkulturell orientierten Landeskunde

In Anlehnung an eine tradierte Vorstellung über die Landeskunde-Entwicklung (von Weimann/Hosch 1990 anhand bisheriger Lehrwerke begründet), werden in historischer Abfolge 3 “Ansätze“ (Orientierungen/Entwicklungsphasen) erwähnt [18, S. 6; 20, S. 286; 21, S.130]: der **kognitive**, der **kommunikative** und der **interkulturelle**.

♦ In der **kognitiven** Landeskunde-Orientierung hatte diese einen fast selbständigen didaktischen Ort, als Grundziel galt die [bei 6, S. 178 erläuterte] systematische Wissensvermittlung über Kultur und Gesellschaft. Die scheinbar gesicherte

* Lektor, Dr. phil., Lehrstuhl für Germanische Sprachen der Akademie für Wirtschaftsstudien Bukarest

Datenübergabe/Nahme erfolgte mit Hilfe der jeweiligen Bezugswissenschaft (Politologie, Soziologie, Geschichte, Geographie oder Literatur).

Das Faktenwissen konnte hier anfangs eine tiefer gehende Verarbeitung der Informationen über Übungs- und Äußerungsanlässe entbehren. Die Lehrwerke der 60er Jahre und zum Teil in den 70er Jahren vergangenen Jhs. enthielten *Kontextwissen* in Form eines allgemein "typischen", vom Lerner nicht überprüfbares Deutschlandbildes.

Eines der bekanntesten Lehrwerke der Anfangsphasen war die Reihe *Deutsche Sprachlehre für Ausländer* von Schulz/Griesbach (Mitte der 60er bis Mitte der 70er Jahre). Mit der Beschreibung von Aspekten und Sequenzen aus dem *privaten* und *beruflichen* Alltag (Flughafen, Freizeitgestaltung, Ehefrauen, Außenhandel und Firmenleben, Schulsystem, Stadtmüll- und Entsorgungsprobleme usw.) wurde eine bunte Auswahl von landeskundlich schon interessanten aber weniger entwicklungsfähigen „Mosaikbildern oder Versatzstücken“ der damaligen *Westdeutschland*-Welt geboten, die aber für viele Deuschler in Osteuropa eine trotzdem wichtige Rolle spielten. Die DDR-Landeskunde der 80er Jahre (die 4 stark ideologisch geprägten Hefte der "Landeskunde DDR für Ausländer" seit 1979) war ihrerseits ein später "Sprössling" der kognitiven Landeskunde-Vermittlung.

Kritisch beurteilt wurde im Laufe der Zeit der hohe fiktive Charakter des Lehrbuchmaterials (anfangs selten bildbegleitet, fast nur mit abstrakten graphischen Elementen) und sogar der Vorrang der Hochsprache. Der Erwerb landeskundlicher Kenntnisse fand analog dem Fremdsprachenerwerb statt, landeskundliche Aspekte wurden nur bei der Bedeutungserklärung und -aushandlung bei Wörtern (sprachgeschichtlich-lexikologisch interessant aber nicht immer oder weniger landeskundlich relevant für die Zwecke des modernen FSU), beim Verstehen literarischer Texte und später auch bei der Manifestierung zukünftiger sozialer Rollen behandelt [13, S.81].

Mit der Reformierung der Curricula Ende der 60er Jahre und einer Anfang der 70er ansetzenden Betonung der Sprechfertigkeit im pragmatisch orientierten FSU verlor das eng kulturkundliche Konzept seine Legitimation. Das *Kontextwissen* erfuhr seine eigenen Umdeutungen und Akzentverlagerungen. Mit Bezug auf S.J.Schmidt postulierte man [6, S.176] ein "wissenschaftlich begründetes Herangehen an sorgfältig auszuwählende Informationen", aus deren systematischer "Zuordnung sich ein (...) zusammenhängendes System der Beschreibung

'deutscher' Wirklichkeit von jetzt und heute ablesen lässt".

◆ Erst die Fundierung der **kommunikativen Landeskunde** brachte eine endgültige Umorientierung vom "Ewigen" und "Banalen" zum "Faktischen" und "Problematischen" der "kleinen Alltags-Kultur" [6, S.175]. Mit der Umwertung des Lernprozesses als graduell bewusstes Erfassen kam die *Lernerzentriertheit* mehr in den Vordergrund fachdidaktischer Diskussion. Das äußerte sich (in der Nachfolge von Piaget und Habermas) in den neuen Zielen des FSU, u.zw. der *Aneignung von Interpretationsmustern für die fremde-zielsprachliche Lebenswelt sowie der Aneignung konkreter Diskursfähigkeit*.

Den Schwerpunkt stellen hauptsächlich die von G.Neuner 1979 formulierten "Grunddaseinsfunktionen des Lebens" dar, wodurch die sprachliche und verhaltensmäßige Handlungskompetenz in der Zielsprachenkultur (Deutschlands vorwiegend) zu sichern war. LK war *informationsbezogen* (in den behandelten Texten) sowie *handlungsbezogen* verstanden, mit Bezug auf die Aspekte des *sprachlichen Handelns* (sprachliche Konventionen mit Routine- und Ritualcharakter). Ein Gebot der Zeit wurde die Authentizität des eingesetzten Lehrmaterials und der Äußerungsanlässe.

◆ In der **interkulturellen Entwicklungsphase** (hauptsächlich seit den vergangenen 90er Jahren) ließen sich Lehrer und Lerner auf eine kommunikativ fundierte Wahrnehmungs- und Empathieschulung ein, die dem FS-Lerner z.T. exemplarisches Wissen aber auch Fertigkeiten im Kontakt mit den *Anderen* zur Verfügung stellen sollte [18, S.8-9; 20, S. 287; 21, S.131]. Das „Jetzt“ und „Heute“ fanden einen neuen Niederschlag in den Lehrwerken (z.B. *Sprachbrücke*), als die Fragestellungen der Interkulturalität mit neuen Inhalten, Zielsetzungen und Vorgehensweisen die Komplexität des Phänomens LK an den Tag legten. Mit der "Leute- und Landes-Kunde" im Sinne Krumms [10, S.12-15] gebührt Aufmerksamkeit auch der relativierenden, oft kritischen und überlegenden Hinterfragung der weniger gewohnten Gegebenheiten der Zielsprachenkultur.

Die mit der kommunikativen Orientierung trotzdem nicht vergessene Rezeptionsfähigkeit erfährt eine Aufwertung: Ein Ziel des FSU (hier DU) ist berechtigterweise unter den neuen Bedingungen auch die Herausbildung einer mehrstufigen *interpretativen Kompetenz*, die vom Verbalen zum Non- und Paraverbalen reicht [16, S.14] und durch Rekonstruktion und Analyse der Denkprozesse und des individuellen Verhaltens funktional wird.

2. Funktion und Zielsetzungen heutiger Landeskunde

Mit Recht resümiert A. Barner die Grundfunktion heutiger Landeskunde, im aktiven, offenen Sprachunterricht **soziale und kommunikative Kompetenz zu vermitteln** [1, S. 57], da die Beschäftigung mit landeskundlichen Aspekten nicht nur mit *wissensbezogenen Aspekten* sämtlicher Gesellschafts- und Wirtschaftsbereiche, sondern auch mit deren *Auswirkungen auf Individuen und Gemeinschaften* zu tun hat. Hinzu ist an die eingangs erwähnte Auffassung der LK als Instrument gesellschaftlicher Meinungsbildung zu erinnern.

Mit der interkulturellen LK, eigentlich einer *Erweiterung der kommunikativen Phase*, stellte sich erneut die noch nicht befriedigend beantwortete Frage nach den Vorgehensweisen in der praktischen FSU-Durchführung, der Rolle des *Vergleichs* als Methode der interkulturellen LK, der Rolle der Lehrer als Vermittler zwischen Kulturen (und daher ihrer Aus- und Fortbildung, wo die wichtige Fähigkeit, *kulturelle Grenzpunkte* zu finden, gezielt geschult und verfeinert werden soll) und damit auch die Harmonisierung der LK-Problematik mit der Sozialisationsstruktur der Lernenden [18, S. 13; 21, S. 133].

Die **Zieldefinierung** ist daher kein leichtes Unternehmen, da der Ausgangspunkt die Auffassung über Spracherwerb und Erweiterung fremdsprachlicher Kommunikationsfähigkeit ist.

Entsprechend den etablierten curricularen Niveaus (Lernziele, Inhalte, Themen, Themenanordnung) und praktizierten Lernzieldifferenzierungen im FSU/DU sollen mehrere anerkannten **Lernziele** als "Orientierungs- und Organisationsgerüst" für die LK-Vermittlung ins Auge gefasst werden. Man erwähnt in der LK-Diskussion auch *Lernzielhierarchien*, wo die stärker inhaltsbezogenen und konkreten für den Transfer bestimmt sind, während die allgemeine(re)n einen geringe(re)n Bedeutungsgehalt aufweisen. Man erwähnt in der Didaktik z.B. 1/Kenntnisse, 2/Einsichten, 3/Fertigkeiten und 4/Haltungen [(21, S.135); man kritisiert die schwierige Erweiterung der Lernzielskala (mit möglichen "deklamativen" Akzenten) nach unten.

Als sehr allgemeine, zusammenhängende **überordnete Ziele** mit ihren, bei *Verfeinerung des Zielnetzwerkes* identifizierbaren unteren Zielebenen werden üblicherweise erwähnt [2, S. 64, 95, 115; 6, S. 179-181; 12, S. 255; 20, S. 288-289; 21, S. 132-134]:

A). Vermittlung kommunikativer und kultureller Kompetenz. Sie beinhaltet:

A.1. *Vertiefte Sprachkenntnis, einschließlich der Textsorten und ihrer Funktionalität, im Zusammenhang mit der stufenweise Aneignung und Weiterentwicklung kommunikativer Fertigkeiten*

A.2. *Entwicklung kultureller Kompetenz durch die Ausprägung von Fähigkeiten/ Strategien/ Fertigkeiten für den Kontakt mit der anderen/zielsprachlichen Kultur*

Bei der zweiten unteren Unterzielebene soll man mit S.Günther als weitere grundlegende **Unterziele** berücksichtigen [8, S. 433]:

A.2.1. *Kenntnisvermittlung über kulturelle Wertvorstellungen und Normen der Zielsprachenkultur*

A.2.2. *das allmähliche Vertrautwerden mit kommunikationssteuernden Regeln und Konventionen*
Hierzu gehören in die Diskussion die im Sozialisationsprozess angewandten „sicheren Themen“ sowie diejenigen mit *tabuisierendem Charakter* mit ihren intimen Aspekten des Familien- und Berufsbereichs. Zu den Fähigkeiten und Fertigkeiten mit Blick auf den unmittelbaren Kontakt im privaten wie beruflichen Alltag zählen auch die *nicht sprachlichen* und auch *parasprachlichen* Manifestierungen zu bestimmten Anlässen, andererseits die als **Diskurskonventionen**, die der Kommunikation und Interaktion dienenden Regeln [17, S.15; 20, S. 289], die ihrerseits betreffen:

- *die Erkennung und angemessene Verwendung üblicher Formulierungen für die Gesprächseröffnung, -beendigung und -führung, für das Ausdrücken von Kommunikationsabsichten sowie der stereotypen Höflichkeitsregeln,*

- *die Erkennung und den Einsatz linguistischer Manifestierungen des Rollenwechsels,*

- *die Erkennung und Bestimmung situationsadäquater phonetischer-prosodischer Aspekte des interaktiven Verhaltens (Lautstärke, Tonfall).*

B). Die Persönlichkeitsentwicklung und die Emanzipation des Lerners hängt aufs Engste mit der A-Gruppe zusammen und bezieht sich vorrangig auf:

B.1. *das Bewusstwerden über den eigenen Platz in der eigenkulturellen Gemeinschaft/Ausgangskultur*

B.2. *die Fähigkeit zur Relativierung bzw. Distanzierung von den eigenkulturellen Positionen (Werte, Einstellungen) und Vertrautes mit den Augen des Fremden sehen wollen/lernen*

C). Mit dem **Beitrag zur Völkerverständigung** soll man als weitere konkrete (wenn auch umständlich umrissene und operationalisierende) Zielsetzungen vor allem berücksichtigen:

C.1. Schutz und Förderung der Menschenrechte

C.2. Friedenserziehung

C.3. Förderung europäischer Identität und Integration bei gleichzeitiger Vermeidung einer allzu eng begriffenen Europa-Gebundenheit

3. Schwerpunkte der Landeskunde im DU mit Bezug auf inhaltliche und methodische Aspekte des Wirtschaftsdeutsch-Unterrichts

3.1. Lernerorientiertheit, Authentizität und Textsortenproblematik

Wie schon unter 1.2. erwähnt, ist die Lernerzentriertheit und die Adressatenspezifität ein grundlegendes Prinzip des heutigen FSU. Wo die kognitive/wissensbezogene Seite des FSU/DU mit der sozialen/pragmatischen und auch der affektiv-emotionalen Dimension des Individuums immer stärker zusammenhängt, sollen Lernziele und Qualifikationen in der Landeskunde-Vermittlung nicht nur der "Sache" aber auch den "Bedürfnissen der Adressaten Genüge tun" [1, S. 57; 21, S.134].

Das bezieht sich in qualitativer und quantitativer Hinsicht auf die unmittelbaren und/oder beruflich bestimmbareren Interessenlagen der Lernenden, auf das *Was* und *Wie* im Unterricht. Die Wirtschaftsstudenten würden daher eher Interesse für die Personalführungsstile im Unternehmen, die Verhandlungstechniken im angelsächsischen oder "teutonischen" (germanischen) Raum oder für die Organisationsstruktur eines Supermarkts in Deutschland haben, auch wenn Marketing und Handel schon überregionalen und transnationalen Charakter haben.

Die Auswahl vieler landeskundlich relevanter Themen/Einzelaspekte soll auch im Einklang mit der eigenen Lebenserfahrung der Lerner sein, damit Neugierde und Aufgeschlossenheit stimuliert werden und nicht gänzlich aus der Sicht eigenkultureller Erfahrungen erfolgen [16, S. 111]. Als Reflex neuer Entwicklungen in der angewandten Linguistik (Sprechakttheorie, Textsorten) werden im Fremdsprachenunterricht eine Vielzahl von **Realien**, von **Sach- oder Gebrauchstexten** des privaten und beruflichen Alltags eingesetzt: von *Fahrplänen, Zollformularen oder Menükarten, Werbe-, Wohn-, Stellen- oder Reise- und Hotel* – bis zu

Heiratsanzeigen bieten diese einen unglaublichen Reichtum von nicht immer auf den ersten Blick beobachteten/relevanten Aspekten. Ein schon tradiertes Beispiel im DU hier zu Lande: Die Ernsthaftigkeit des Berufseinstiegs sowie die Auslandsstipendien unter den neuen gesellschaftlichen Bedingungen in Rumänien machten unsere Wirtschaftsstudenten auf den Stil der zu verfassenden **Bewerbungsbriege** bzw. der in Zeitungen zu inserierenden **Stellenanzeigen** aufmerksam [3, S. 153-156]. Umso mehr, dass heute der Zugang der Osteuropäer auf dem deutschen Arbeitsmarkt anders betrachtet wird als Anfang der 90er Jahre.

Da diese Gebrauchs-Texte eine "Ansammlung von Mittelweilungsabsichten und Sprachformen" und keineswegs „informatives Beiwerk“ darstellen [7, S.8], bringen sie die – trotzdem nicht mehr "heile!"- Welt der (deutschen) Zielsprachenkultur in die Klasse hinein und anhand landeskundlich geprägter Herangehensweisen und Übungen lässt sich die Rezeptionsfähigkeit und die Fähigkeit zur Stellungnahme festigen und ausbauen [3, S. 154]. Im Folgenden möchte ich mich auf 2 dieser Textarten beziehen, denen eine wirtschaftslandeskundliche Relevanz zugeschrieben werden kann.

►Die Textsorte **Stellenanzeige** mit ihren beiden konkreten Textarten, dem *Stellenangebot* und dem *Stellengesuch*, widerspiegelt vor allem bestimmte Verhältnisse auf dem deutschen Arbeitsmarkt, andererseits bietet sie Informationen, die nach allgemeinen und in der Regel sprachenübergreifenden Kommunikationsprinzipien organisiert sind. Die institutionalisierte Suche nach neuen Angestellten in den *Angeboten* und das sich individuelle Sich-Vorstellen und -Anbieten des Bewerbers eröffnet für den rumänischen Deutschlernenden die neue Welt des Wettbewerbs im Beruf: Im Vordergrund stehen die Merkmale der „idealen Kandidaten“ sowie der betreffenden Positionen mit ihren Anforderungen /Arbeitsaufgaben und –belastungen, aber auch das eigene Geschick des Interessenten, sich von der "Schokoladenseite" her vorzustellen.

Beim Nachschlagen in die Zeitungen oder beim Einsatz von eigens dafür erstellten Stellen-Collagen sind über *fremdsprachliche, fach- und berufssprachliche* Spezifika (Positionsbezeichnungen und Beschreibung des Aufgabengebietes, die Darstellung der Persönlichkeit des Bewerbers und somit auch Aspekte der kommunikativen Stile) auch verschiedene *wirtschaftlich und landeskundlich interpretierbare* Besonderheiten zugänglich

- die Lohnvorstellungen (z.B. bei Erwähnung

betreffender Besoldungsgruppen im Hochschulwesen)

- die Vorteile und Leistungen seitens des Arbeitgebers,
- das Vorhandensein oder das (absichtliche) Fehlen relevanter Daten über die zu leistende Arbeit,
- der gezielt reduzierte Adressatenkreis, z. B. bei Ausklammerung gewisser ethnischer Gruppen, - (Ablehnung der aus Osteuropa kommenden und in deutschen Zeitungen zu inserierenden Stellengesuche Anfang der 90er Jahre),
- -gelegentlicher "verhüllender" oder „schonender“ Sprachgebrauch (für die Stellenbezeichnung),
- -die bloße unmittelbare und wahrnehmbare *Textform* der Stellenanzeige als Steckbrief/Liebeserklärung/ Gedicht, sogar Kochrezept) zu berücksichtigen.

Einen Attraktions- und Anhaltspunkt für rumänische Wirtschaftsstudierende (aber nicht nur!) bei der Behandlung des Themenkreises *Arbeit und Beruf /Berufseinstieg* (mit ihren vielfältigen Querverbindungen zu soziologischen und ideologischen Aspekten) bieten die Spezifika der Postenausschreibungen im Hochschulwesen. Da diese Texte für die Informationsentnahme und auch den Vergleich mit den eigenkulturellen Umständen bestimmt sind, lässt sich die aus den Anzeigen hervorgehende *Gleichberechtigungsfrage in der modernen Gesellschaft* behandeln: Zu erwähnen sind der Artikelgebrauch für die Positionsbezeichnung (maskulin /feminin), andererseits die Hinweise auf die gesetzlich geregelte und öffentlich geförderte Chancengleichheit/"positive Diskriminierung" der Frauen und die Bevorzugung der gesundheitlich Benachteiligten/Behinderten, ein Anliegen, das unseren Deutschlernenden mehr als einen Augenblick der Überlegung wert sein sollte.

►Fast alle tradierten Themen und ihre Texte in den allgemeinsprachlichen wie auch den fachlichen und berufssprachlichen Deutschlehrwerken lassen sich im Sinne einer landeskundlich- interkulturellen Behandlung, systematisch oder nur schwerpunktmäßig/baukastenartig, verwerten.

Im großzügigen Rahmen des Themenkreises *Urlaub/Tourismus* werden in unseren Seminaren für Wirtschaftsdeutsch-Unterricht die in deutschen Zeitungen auf Schritt und Tritt anzutreffenden *Urlaubs-, Reise- und Hotelanzeigen* wenn nicht völlig übersehen, dann begrenzt analysiert. Entweder als *Einstiegstext* (mit "Stimulierungsfunktion" dank typographischer Besonderheiten), *collagenartig* neben anderen Texten vorkommend oder auch nur als bloße *Dekoration* betrachtet, bietet sich diese Textart

trotzdem als eine reichhaltige landeskundliche Bezugsquelle.

Man findet sie z.B. adäquat in der deutschen Lehrwerksreihe *Deutsch im Beruf/Hotellerie und Gastronomie* sowie im thematisch VWL-orientierten Lehrwerk *Wirtschaft-auf Deutsch/1991*: Hier dienen die gut gewählten Beispiele auf Seite 237 vor allem einer Verstehensaufgabe (Lesestile-Einübung). In *Wirtschaftsdeutsch von A bis Z/1995* sind die 2 Anzeigen auf Seite 91 meiner Meinung nach einfach untypisch dafür, was tatsächlich in der deutschen Presse zu sehen ist und haben nur eine Beispielfunktion. In 2 von rumänischen Autoren erstellten Lehrwerken, dem Landeskunde-Arbeitsheft *Deutschland für Sie* [15, S.15-16] gibt es nur einige fotobegleitete, wortkarge deutsche Anzeigentexte für Auslandsreisen und in dem allgemeinsprachlichen Deutschbuch *Deutsch mit Spaß* (für die 10. Gymnasialklasse) finden sich leider keine solche Texte.

Man kann einwenden, diese semiotisch komplexen Texte, in einer separaten Zeitungsspalte, mit ihren suggestiven typographischen blickfesselnden Hervorhebungsmitteln (Format, Schrift, Zeichnungen) seien in den großen rumänischen Zeitungen nicht oder bestens ab und zu vorfindbar; also was selten vorkommt oder kein Gegenstück hat, ließe sich nur schwer vergleichen. Andererseits habe der wirtschaftssprachlich ausgeschulte Deutschlerner, z.B. an einer Handels- oder Tourismusfachhochschule, tatsächlich mehr Interesse für die eng beruflichen Akzente (im Wortschatz vorwiegend!) und den fachlich werbenden Charakter dieser Texte als die übrigen Lernenden.

Wenn der Fremdenverkehr hauptsächlich in der Nachkriegszeit zu einem länderübergreifenden Massenphänomen geworden ist, können Reise- und Hotelanzeigentexte einige (wenn auch stereotypisch aufzufassende) Aspekte der deutschen *Reise- und Urlaubskultur* beleuchten, die auf engstem Raum dargestellt werden [14, S. 9-12]:

- Lieblings-Feriengebiete zu allen Jahreszeiten,
- Zielgruppe und Einzeilheiten des Dienstleistungsangebots (Preislage/Ermäßigung für Unterkunft, Verpflegung, Unterhaltungsprogramm, Sonderangebote zu bestimmten Anlässen),
- Reise-Arten und Gründe (Entspannung/Erholung, Gastronomie, Kuraufenthalte, Studienreisen),
- geschichtlicher Hintergrund mit ortsspezifischen Besonderheiten und Sehenswürdigkeiten

Hinzu kommt die *sprachliche Vereinnahmung* bei Verschmelzung der überprüfbaren, dinglichen Realität, die man als Reisender/Urlauber gebucht und im

Voraus bezahlt hat, mit der nicht direkt messbaren aber wohl *verkäuflichen* Gefühlslage (Zufriedenheit, Freude, Spaß, Begeisterung, Naturgebundenheit usw.).

►Andererseits lassen sich auch aus der Reihe so genannter **positioneller Texte**, wie *Essays, Anekdoten, Gedichte, Kommentare*, manchmal auch **literarische Texte** verwerfen, mit denen ein stärker "umrissener Standpunkt" zu einem Problem den Weg zur Zielsprachenkultur erschließt. Daher die treffende Beobachtung [11, S. 22], dass die (noch nicht als Fach etablierte) *landeskundliche Hermeneutik* mit dem Anspruch des Exemplarischen möglicherweise auch zu "gespaltenen Haltungen und Eindrücken" über Gutes und Schlechtes in der Zielsprachenkultur führen kann! Das könnte dann im FSU/DU ein Rückgriff auf stereotypes Denken bedeuten, möglicherweise Ängste und Zurückhaltung hervorrufen - gerade das, was die LK-Vermittlung vermeiden möchte.

3.2. "Positionelle" Texte in der Vermittlung von Landeskunde. Deutschland-Bilder und Vergangenheitsbewältigung in der "Grenzfall-Dichtung"

In Bezug auf den Einsatz literarischer Texte scheinen **Konkrete Poesie** - mit ihren räumlichen, visuellen Strukturen und einer eigentümlichen gedanklichen Offenheit -, thematisch und sprachlich zugängliche **Gedichte** sowie moderne **Kurzprosa** für die Vermittlung von landeskundlich relevanten Besonderheiten geeignet zu sein. Das Lehrziel besteht darin, die Denk- und Auslegungsfähigkeit der Deutschlernenden im Zusammenhang mit rezeptiver und produktiver Fertigkeitentwicklung zu fördern.

Dass speziell seit den vergangenen 90er Jahren die Vermittlung eines *anderen* Deutschlandbildes zu einem Problem im FSU(DU) wurde, ist ein Gemeinplatz. Wie umständlich das war und noch ist, zeigen die bekannten Didaktiker des Bereichs [z.B. in 18, S.10] und eigentlich die Bemühungen eines jeden Deutschlehrenden.

Lyrik, wenn auch modern und *konkret*, ist anspruchsvoll und oft zweideutig. Die Auswahl solcher Texte erfordert nicht nur die Begeisterung der Deutschlehrer "alternative", auflockernde Texte und Themen zu bieten, sondern auch die Fähigkeit- auf Seiten des Lehrers - jene kulturelle Unterschiedlichkeit aufzuspüren und die Deutschstunde zu einer *meinungsfördernden* Auseinandersetzung für die Lerner zu machen.

Nicht aber die Alltagskultur der Deutschen in der „Einwanderer-Literatur“ oder im viel zitierten konkreten Gedicht *artikel* von Rudolf Otto Wiemer

möchte ich erwähnen (für das eine rumänische Literaturwissenschaftlerin vom Bukarester Germanistiklehrstuhl Mitte der 90er Jahre eine ausgezeichnete didaktisierbare Textanalyse bot), sondern einen literarischen Versuch der "Vergangenheitsbewältigung" möchte ich in die Diskussion einbeziehen. Das *aktuelle* und besonders *richtige* Deutschland-Bild in Deutsch-Lehrwerken und in der LK-Diskussion beträgt seit der Vereinigung verschiedene Interpretationen, da die politisch-ideologischen Markierungen nicht zu übersehen sind und vor allem im FSU außerhalb Deutschlands Signalfunktion erhalten.

Die Vereinigung beider deutschen Staaten mit den sich daraus ergebenden ungeahnten Problemen ist heute eine Vergangenheit, die man u.a. mittels der *Vereinigungsdichtung*, der *Grenzfall-Dichtung* lebendig machen kann. Die "wunde Stelle", um die sie kreist, heißt: die "Mauer in den Köpfen" der West- und Ostdeutschen nach der Wende.

Ich meine hierzu, dass auch eine „geschlossene“ Dichtung, wie diejenige Günther Kunerts im Gedicht *An einen ostalgischen Dichter*, neben Graphiken, Schaubildern, Werbetexten und Zeitungskomentaren ihren Platz in einer Diskussion über die politischen Ereignisse des Jahres 1989 und die losgelöste Umgestaltung in Deutschland finden könnte – sei sie in den praktizierten "offenen" Unterrichtsformen eines allgemeinsprachlichen Deutschunterrichts oder für Wirtschaftsstudierende zu führen: Sie könnte eine gedankliche und auch sprachliche Auseinandersetzung bieten, die der Einsatz von faktenwissenorientierten Lehrmaterialien wie z.B. R.Lüschers *Deutschland nach der Wende/1994* oder A.Barners *Landeskunde-Arbeitsheft* für rumänische Wirtschaftsstudenten um dieselbe Zeit, nicht ausschließt.

*Hinter der Mauer flossen die Worte
ekklektisch: Komm mir nicht mit Vorgefertigtem.
Expropriateur großer Gesten.
Jedes besitzanzeigende Fürwort
bezeugt den Besitz mittels Versalien.
Zwischen Mein und Dein und allgemein
hat Deine Partei die Unterschiede geschleift. Der
Restbestand:
Das Kollektiv. Die Massen.
Das Proletariat. Die Neuen Menschen
Hintz und Kuntz.
Erstickt, Genosse, ist Deine Stimme
an einer längst verrottenen Sprache.
Gedenke Majakowskis
in der Gummizelle der Utopie.
Das gekränkte Ich rebelliert*

gegen seine Niederlage
als » Sieger der Geschichte «.

[siehe den Versuch einer Textanalyse in 4, S. 62-67].

Was ist mit diesem vermeintlichen – auf den ersten Blick problemlos zugänglichen – “Widmungsgedicht“ G. Kunerts anzufangen, das im Gedichtband “Nachtvorstellungen“ 1999 als spätes Echo auf die Entwicklungen vor 10 Jahren erschienen ist?

Sprachliche Schwierigkeit soll kein Hindernis sein, sich mit dem Text zu konfrontieren, sondern die Zielsetzung und Aufgabenstellung ist vorrangig – auch wenn hier die Thematik und die Ausdrucksweise auf das Mittelstufe- und Fortgeschrittenenniveau hinweisen [2, S.144]. Ein solcher Text wie G. Kunerts Gedicht eignet sich, wie schon in verschiedenen Didaktisierungsansätzen gezeigt, hauptsächlich für die analytisch-reflexive Perspektive. Textmanipulierung als Reduzierung ist nicht wünschenswert, auch wenn am Titel zuerst das Adjektiv *ostalgisch* wegzulassen wäre. Da der erste Vers unmissverständlich den geographischen /politischen /ideologischen Rahmen festlegt, ist die Aufmerksamkeit der Lerner auf Folgendes zu lenken:

1) Die gesellschaftliche Realität *hinter der Mauer* (Ostdeutschland vor 1989) aus der Perspektive des *Besitzens* (mit dessen eigentlicher Bedeutung), der *Relation zwischen Individuum und Gemeinschaft* (die “Mitmacher“-Gestalten), besonders *des öffentlichen Sprachgebrauchs*, der *Sprachmanipulierung* und “*Enteignung*“ (das den kritischen Punkt des Gedichts darstellt),

2) Das Problem der gesellschaftlichen/politischen Utopie; daher die Bestimmung der *Ostalgie* als Anpassungs- und Entwicklungs-Unfähigkeit in einer veränderten Welt zu bestimmen und vielleicht auch zu motivieren – unter Bezug auf die Figur Majakowskis (mit einer expliziten, bildbegleiteten, von den Lebensjahren her eideutigen Kurzvorstellung des “engagierten“ russischen Dichters). Hier bedarf es einer *Bedeutungsbestimmung*, wo in einem emotionsunterstützten Herangehen alle erdenklichen (*negativen*) *Assoziationen* der Lerner zu verwerten sind.

Auf jeden Fall ist eine Begegnung mit der jüngsten deutschen Vergangenheitsbewältigung aus echter dichterischer Hand, mit der Wiederbelebung von Ereignissen, die für ganz Osteuropa Folgen hatten, ein Moment authentischer *Text-und Spracherfahrung*.

3.3. *Landeskundliches Wissen, (inter)kulturelle Kompetenz, und kommunikative Fertigkeiten im (Wirtschafts)Deutschunterricht*

Bei der Vermittlung deutschlandkundlicher Gegebenheiten wird dem *Wortschatz* vorrangig die Rolle eines „Resonanzkörpers“ verliehen. Das Vertrautwerden mit den von B.D. Müller Anfang der 80er Jahre vergangenen Jhs. als “soziokulturell“ bezeichneten Wortbedeutungen erfolgt nicht reibungslos. Die von B.D. Müller initiierte “Bedeutungsrecherche“ als Grundprinzip der sprachbezogenen LK verwendete die Verfahren der “konfrontativen Semantik“ (mit Übersetzungen, Paraphrasieren, eingehender Analyse der Bedeutungskonstituierung), an die in bestimmten Phasen des DU, schließlich auf allen Lernniveaus zweckgemäß zu appellieren ist. Landeskunde vermittelt man also wohl auch im Falle kontextbedingter Phraseologismen und Wendungen mit fremdsprachlich-kulturellem Kolorit.

Die anzustrebende Sensibilisierung für die fremdsprachliche und –kulturelle Welt erfordert eine In-Beziehung-Setzung des eigenkulturell Vertrauten und des “scheinbar Vertrauten“/des Differierenden in der Zielsprache und auf ihrem Kulturhintergrund. Außer den immer wieder erwähnten Alltagsthemen wie *Wohnen* (z.B. Vorstellungen für die Termini *Reihenhaus, Sozialwohnung, Wohngemeinschaft, Frauenhaus, Plattenbauwüste, Seniorenheim, Familie, Nahrung/Tischsitten, Arbeit* (man denke an Termini wie: *sich krankfeiern, Zeitarbeit, Kurzarbeit, Arbeitnehmer/Arbeitgeber* mit ihren Interpretierungen), *Bekleidung, Schulsystem, Unterterhaltung, Freizeit* und *Urlaub, Umweltprobleme*, kommen seit der Wiedervereinigung auch *ideologisch-politische* Aspekte des heutigen Deutschlandbildes mit ihren positiven und negativen Konnotationen der Wörter in Frage (man denke dabei an die Vokabeln der ersten Jahre nach 1989, wie *Wessi/Ossi, Besser-Wessi, Wendehals, Beitrittsgebiet, Novemberland*) [1, S. 54-55; 11, S.18-19; 18, S.11; 20, S. 290-291].

Wirtschaftlich (und wirtschaftssprachlich) betrachtet, lassen sich fast alle Aspekte des Wirtschaftslebens und der (vorwiegend!) deutschen Wirtschaftskultur dank ihrer Musterrolle für viele Länder Zentral-und Osteuropas einer landeskundlich “spekulativen“ Analyse unterziehen..Der in vielen verschiedenen fachsprachlichen Lehrwerken gebotene Rundgang durch die Gebiete der Volkswirtschaft, die

Firmenabteilungen mit ihren Aufgabengebieten und der Organisation, lässt vielerorts auf Besonderheiten hinweisen, die an die allgemeinen Erfahrungen mit der deutschen Sprache und dem Gastgeberland Deutschland (hauptsächlich)/oder den anderen deutschsprachigen Staaten anknüpfen, oder diese Erfahrungen erst antizipieren.

In diesem wirtschaftskulturellen Kontext erhalten einige dieser Aspekte - bei aller heutigen Globalisierung der Arbeitsabläufe und Nivellierung landesspezifischer Eigentümlichkeiten, hier aus der Sicht des Deutschlernenden an rumänischen Wirtschaftshochschulen - eine jeweilige Nuancierung. Punktuell sind auch für rumänische Wirtschaftsstudierende von Interesse:

1. *Positions- und Berufsbezeichnungen*, v.a. im kaufmännischen Bereich, wo "Bürokaufmann/frau" kein(e) "Sekretär/in" im hier zu Lande üblichen Sinne ist oder speziell "Industriekaufmann", wo die Fachsprachspezialisten auf ein weit größeres Aufgabengebiet verweisen als man es glauben würde,
2. *Firmenpräsentationen*,
3. *die Anbahnung von Geschäftsbeziehungen*,
4. *die Durchführung von Geschäftstreffen*,
5. *funktionale Grundaspekte* wie z.B.
 - 5.1. *die soziale Seite* der Marktwirtschaft; hierzu das *Renten- oder das Krankenversicherungssystem* (das in Rumänien für die Neuorganisation im Gesundheitswesen unmittelbar Pate stand!),
 - 5.2. *die Arbeitsorganisation* (Flexibilität, Teilzeit-Jobs, noch immer das Gastarbeiter- und Ausländer-Problem, die Rolle der Frau in der Arbeits- und Geschäftswelt) und die *Einstellung zur Arbeit und Berufsausübung*,
 - 5.3. *die mittelständische Wirtschaft*,
 - 5.4. *die Besteuerung* (direkte und indirekte Steuern),
 - 5.5. *die Organisation des Handels* (die Probleme um das *Ladenschlussgesetz*),
 - 5.6. *Aspekte der Bankdienstleistungen* (Anwerbung der Kinder und Jugendlichen, der Einsatz der Kreditkarte/Checks),
 - 5.7. *das betriebliche Mitbestimmungsrecht* und die *Rolle der Gewerkschaften*,
 - 5.8. tief greifende wirtschaftliche Umgestaltungen wie die *Privatisierung* staatlicher Betriebe in Ostdeutschland und seit 1994/1995 auch staatskontrollierter Unternehmen (Bundespost, Lufthansa, Deutsche Bahn),
 - 5.9. *gezielt deutschlandkundliche Aspekte* (oder *Besonderheiten anderer deutschsprachiger Länder*) *in der Werbung zu finden*,
 - 5.10. *die Einsicht in die Bewertung pragmatischer und*

diskursiver Konventionen der Zielsprache ist notwendig, da diese im L1/Muttersprachen-Erwerb fixiert werden und deshalb im FSU schwer rekonstruierbar sind [2, S. 49; 8, S. 43].

Daher die Aufgabe des fremdsprachlichen DU und folglich seine mit zu rechnende landeskundlich-interkulturelle Orientierung, solche Gegebenheiten auch in ihrer möglichen negativen Variante, möglicherweise als *kritische kulturelle Grenzpunkte*, die dann als ein persönliches Manko angesehen werden könnten, mit den notwendigen Unterschieden und Interferenzen aufzuzeigen.

3.3.1. *Wahrnehmungs- und Deutungsschulung*

Bei der überall in der FSU- Didaktik gefeierten Erweiterung des begrifflichen *Kultur*-Rahmens gewinnt das anfangs pauschal/unreflektiert vermittelte *Kontextwissen* neue Dimensionen: Bestimmte Werte, Auffassungen, Normen, Grundeinstellungen und Verhaltensweisen in einer Gemeinschaft/der Bevölkerung, (weil abstrakt, erst in konkreter "lebensweltlicher" Manifestierung beobachtbar), verleihen der (non)sprachlichen Handlung bei Berücksichtigung einiger *empirisch etablierter kulturenübergreifender Kriterien/Richtlinien* wie z.B. *Individualismus*, *Gemeinschaftsgefühl* / *Distanzverhalten* / *Unsicherheit* / *Konfliktverhalten* / *Feminität*, *Maskulinität*, unterschiedliche Spezifität [8, S. 433-434; 9, S. 18, und 34-38]. Selbstverständlich auch im sich immer mehr internationalisierenden Geschäftsbereich, wo es schließlich um "Konsum – und Arbeitsverhalten" geht [9, S. 27-28].

Im Wirtschaftsdeutsch-Unterricht finden sich diesbezüglich genügend Anlässe zum Bewerten und darüber zu spekulieren. Je nach didaktischem Konzept und Grundeinstellung zur Vermittlung der *Wirtschaftssprache* nehmen die deutschen Lehrwerke unterschiedlich Bezug auf die Darstellung des Interaktionsverhaltens, besonders der diskursiven Konventionen im Wirtschaftsumfeld. In *Deutsch lernen für den Beruf/1996*, programmatisch allgemein fachsprachlich angelegt, wird nur gelegentlich, oft auch implizit, erst bei näherer Betrachtung, auf solche deutschlandtypische kommunikative Besonderheiten eingegangen, insoweit sie in den Hörtexten wahrnehmbar sind. In *Wirtschaftsdeutsch von A bis Z/1995* wird die landeskundliche- kritische Perspektive eher von der Hervorhebung fachlicher Inhalte und Einübung der lexikalischen Spezifika überschattet; als Quellen landeskundlichen Wissens fungieren fast nur die Aussagen deutscher Manager und Fachleute sowie die Beispiele aus der deutschen Wirtschaft, die, mit

Ausnahme einiger Verstehens- und Sprechübungen, leider nicht mehr weiter analysiert werden.

In den von audiovisuellem Material begleiteten Lehrwerken ist der landeskundlich-kritische Zugang (zielsprachlich aber auch *intrakulturell* gerichtet) vielleicht angemessener/realitätsbezogen gestaltet. Der Videosprachkurs *Geschäftskontakte /1991* ist gezielt landeskundlich-kontrastiv ausgerichtet (Deutsche gegenüber Schweden).

Die **Arbeitswelt** gibt z.B. zu allererst Zugang zu grundlegenden wirtschaftskulturellen Aspekten der Industrienation Deutschland.

Unter 3.3.3. wird das in einem Deutschlehrwerk gewollt übertriebenes Bild des *deutschen Managers* präsentiert.

Die Gleichberechtigung Mann/Frau bzw. die **Rolle der Frau** im Berufsumfeld wird verschieden thematisiert und kommt wellenartig über Themen, Textsorten, schwerpunktmäßige Vordergrundstellung zur Geltung. In *Wirtschafts-Kommunikation Deutsch 1/2000*, S.16-17, werden z.B. in Lektion 1 (*Leute, Berufe, Tätigkeiten*) berufliche Felder und Aufgaben mehrerer weiblicher Angestellten in verschiedenen Firmenstellungen in bewerbungsbriefartiger Ich-Aussageform dargestellt, was ein buntes und komplexes Aufgabengebiet für die Frauen aufzeigt. Im Rahmen des Abschnittes *Corporate Identity* in Lektion 2 (*Unternehmenspräsentation*) zählt die Bestimmung der Stellung von Frauen im Unternehmen zu den wichtigen mit zu berücksichtigenden Kriterien der *Unternehmenskultur*. In *Geschäftskontakte/1991*, S.117, kommt vom explizit interkulturellen Standpunkt her die Führungsposition von Frau Dr. Wagner, einer promovierten Fachfrau, zur Diskussion; die dabei aufgeworfenen Fragen (*Unterordnung, Dokortitel als Pluspunkt auf der Visitenkarte, Gehalt, Beitrag zum Verhandlungsklima, diskriminierende Anforderungen bei der Anstellung*) indizieren die traditionellen Gebiete der Auseinandersetzung in diesem Bereich.

So ist es aber auch möglich, bei Bearbeitung der Deutschland- Erfahrungen mit einigen unerwarteten Rückgriffen auf viele eigenkulturell geprägte Stellungnahmen zu interpretieren ... und umgekehrt, das Eigenkulturelle nur noch aus der Perspektive der Zielsprachenkultur zu betrachten. Eine rumänische Studentin unserer Akademie, DAAD-Stipendiatin und Praktikantin bei einer großen Bank in München im Sommer 2001, fühlte sich von der dortigen *Arbeitsbesessenheit der Bankangestellten* einfach "geschlagen". Bei der ersten Konfrontation mit der hochschuleigenen Bürokratie zu Hause reagierte sie dann genau im Sinne des "menschenfeindlich" empfundenen deutschen Arbeitsstils – sie beklagte sich

sofort, das Sekretariat arbeite im Schneckentempo, ohne Rücksicht auf die augenblicklichen Probleme der Studenten.

Die Wahrnehmungs- und Verstehensvorgänge, das **Sehen-lernen-wollen** und **-können** (!) ist eine "Triebfeder" für die über die Landeskunde-Vermittlung ermöglichte soziokulturelle Eröffnung und Umdeutung: Damit soll *Selektion, In-Beziehung-Setzung* und *Neubewertung* verstanden werden [2, S. 53,55]. Sie vollziehen sich zwar auf abstrakter Ebene, auf Grund von operationalisierenden Denkschemata; über die *Bedeutungszuschreibung* (oft auch *-aushandlung!*) wird aber bis zuletzt eine im Laufe der Sozialisierung festgelegte Verstehensweise widerspiegelt.

Die *Öffnungszeiten der Bank im Hamburger Hauptbahnhof* (*Geschäftskontakte*, S. 45) können demjenigen, auch in Osteuropa!, der den Wert der Wochenendzeit im Westen kennt, als sonderbar erscheinen. Im besonderen Diskussionskontext der Profitmaximierung und der *kundengerechten Bankdienstleistungen* ist die für Frau Franke (geborene Deutsche) etwas ungewöhnliche / aus geschäftlicher Sicht nicht übliche Situation auf deutscher Seite völlig rechtfertigt – und für *unsere* Lerner umso mehr herausfordernd.

Als Verfahren landeskundlicher Auseinandersetzungen fördert die Landeskunde-Didaktik den **Vergleich** als **kognitiven Weg** zur Erkenntnis des Neuen, Fremden, das in das System des schon vorhanden Bekannten/Gewohnten integriert wird. Die Didaktiker betrachten den komplexen vielschichtigen Vergleich als stufenweise 1) Festlegung der Gemeinsamkeiten, der 2) die gezielte Findung der divergierenden, unterschiedlichen Elemente folgt, welche 3) nachher gegenüberzustellen sind.

Wie Krumm zeigt, sollen in der landeskundlich-interkulturellen Orientierung und Fundierung des DU einige allgemeinen *Zugangsweisen* berücksichtigt werden: die Wahrnehmungsschulung und die Einübung der eigenkulturellen Bewertung, der gezielte Vergleich (möglicherweise Konfrontation) der Gegebenheiten in den deutschsprachigen Ländern, die Darstellung und Sammlung eigener kulturkontrastiv auszuwertender Erfahrungen [10, S.19].

Jedenfalls wird eingewendet, der Vergleich sei schließlich und endlich *kein Weg* zur Kenntnisgewinnung, sondern erst deren *Ziel*, da das landeskundlich Besondere, Hervorstechende ontologisch oft *anders* sei und trotz der "Versuchung" des Vergleichs *fremd* und *anders* beißt [16, S.111; 18, S. 12-13].

Im Folgenden möchte ich über einige

Unterrichtserfahrungen im Wirtschaftsdeutsch-Unterricht an unserer Hochschule berichten.

3.3.2. *Wahrnehmung und Bedeutungerschließung*

Im Rahmen des Themenkreises *Urlaub/Tourismus* wird früher oder später auch über den **sanften Tourismus** gesprochen. Beim Verständnis des deutschen Terminus *sanfter Tourismus* durch die rumänischen Studenten (Wirtschaftsstudierenden) und angesichts der plötzlichen Einbürgerung einiger Übersetzungsvarianten in der rumänischen Sprache seit ungefähr Mitte der 90er Jahre taten sich unsere Lernenden zuerst etwas schwer: Die Begriffsbestimmung auf deutscher Seite schien sich mit der rumänischen nicht zu decken. Mit den jetzt geläufigen Termini "Agroturism" oder "Turism ecologic", manchmal "turism blând", (heute verstärkt "turism agrar, ecologic și cultural", war bis vor ein paar Jahren nicht gerade das zu verstehen, was z.B. im Landeskunde-Arbeitsheft *Deutschland für Sie* von 1994 [15, S. 29] oder im Lehrwerk *Wirtschaft-auf Deutsch 1991/* Seite 224, zu lesen ist!

Die **Ziele** unserer Auseinandersetzung waren:

- 1) anhand der in den beiden erwähnten deutschen Texten enthaltenen Informationen und Erläuterungen die Bedeutungskomponenten des deutschen Begriffs ("ökologisch" als eine *naturbezogene und sozialverträgliche Verantwortung* mit detaillierten Beurteilungskriterien) zu erkennen, benennen, aufeinander zu bestimmen,
- 2) Identifizierung und Erläuterung geläufiger Entsprechungen/Übersetzungen ins Rumänische (oben genannter Termini) mit Hilfe verschiedener Informationsmedien und -quellen, verfügbarer Daten auf rumänischer Seite (z.B. Auffassungen und die Tätigkeit/Methoden rumänischer Organisationen und Verbände wie ANTREC),
- 3) Erzählen/Berichten über konkrete individuelle Lebenserfahrungen (von Wochenendausflügen bis zu Picknick-Resten in Wäldern und unerlaubtem Blumenpflücken in Naturreservaten), mit denen man auf das (*Umwelt-unbewusste!*) Verhalten des rumänischen Touristen schließen kann,
- 4) Erarbeitung, auch in bildbegleiteter Form, eines "Verhaltenskodex" mit einigen relevanten Geboten/Verboten in der Form *Du sollst (nicht/kein)...!*, beim Vergleich mehrerer Varianten der Arbeitsgruppen,
- 5) Herausfindung unbekannter/weniger bekannter Aspekte auf deutscher Seite (wie der Beurteilung umweltfeindlicher Aktionen durch *Umwelteufelchen* gegenüber dem Öko-Gütesiegel *Blauer Umweltengel*,

beide von der Benennung und Funktion her interessant.

Im Wirtschaftsdeutsch-Seminar haben wir gemeinsam versucht, durch *Sammlung von Vorstellungen und Assoziationen* über dieses Phänomen in Rumänien zu einer Erklärung desselben und des Import-Begriffs zu gelangen. Von den Vorstellungen der rumänischen Studenten über die verschiedenen Arten, den Urlaub hier zu Lande zu verbringen, haben wir für "Agroturism" die Grundassoziationen gewählt:

Urlaub inmitten der Natur + auf dem Lande + weit entfernt von städtischer Hektik + (evtl.) beim Genuss natürlicher Nahrung.

Die ziemlich schnelle Entwicklung des touristischen Sektors in Rumänien in den letzten Jahren hat "Moden" etabliert (Auslandsreisen im Sommer oder zu Weihnachten) und grundlegend umgedeutet, was es irgendwie schon gab: Hervorgehoben wurde z.B. die von ANTREC vertretene Meinung (Web-Seite-Informationen), dass der "Agroturism" vor 1989 *heimlich/illegal* betrieben wurde, was gewissermaßen aus Werbegründen eine Übertreibung sein könnte. Bei Vertiefung der Perspektive durch erweiterte Assoziationen und konkrete Verhaltensbeschreibung ergab sich durch die gängige umgangssprachliche Bedeutungszuordnung fixierte negative Haltung des rumänischen Urlaubers, der oft

*-sich der Natur bedient,
-sie zum eigenen Wohlbefinden in Anspruch nimmt/
stört/nicht in Ruhe lässt/"ärgert"/"traurig macht"(!)
/zerstört.*

In der Folge eines hauptsächlich seit den 80er Jahren vergangenen Jahrhunderts manifestierten *umweltorientierten Denkens und Verhaltens* kam in Deutschland die Philosophie des *Sanften Tourismus* mit seiner doppelten Perspektive zur Geltung, vorrangig in:

- 1) der *ökologische/schonenden Haltung der Reisenden gegenüber der natürlichen Welt* (Transportbelastung, Lebens- und Unterhaltungsbedingungen), andererseits
 - 2) in *einer sozialverträglichen Seite des Tourismus*, dergemäß "die Bedürfnisse der ortsansässigen Bevölkerung, das Eigenleben eines Ferienortes nicht grundsätzlich dem Wirtschaftsfaktor Tourismus untergeordnet werden" darf [zitiert nach 15, S. 29].
- Offensichtlich zählte die 2. Dimension nicht von Anfang an in die allgemeine (begrenzte) Vorstellung über das rum. "Agroturism", wobei sie auch heutzutage nicht sehr ausgeprägt ist!, was der Begriffssphäre im Rumänischen – wenn auch wegen Probleme der Infrastrukturentwicklung objektiv begründet - eine eigenkulturelle Dimension verleiht: Man redet heute in Rumänien von "turism rural, ecologic și cultural", der *alle* im (wohl mustergültigen)

deutschen Terminus enthaltenen Bezugs Ebenen berücksichtigen soll; die verschiedenen individuellen Erfahrungen der rumänischen Lerner berichten aber auch über einige Unstimmigkeiten und unangenehme/negative ? Entwicklungen:

- Überforderung der Bauzonen in einigen sehr besuchten Ferienorten,
- totale Abhängigkeit bestimmter Gebiete vom Sommer/Winter-Tourismus und daher die Arbeitskraft-Probleme),
- Auffassung des "Agroturismus" als ein hinsichtlich der Preiselage *luxuriöser Tourismusbetrieb*, z.B. für westliche Ausländer auf der Suche nach dem noch nicht zerstörten Natürlichen in unterindustrialisierten Gebieten/Ländern.

3.3.3. Wahrnehmung und stereotypes Denken

Obwohl man der **Stereotypie** im Allgemeinen eine ordnende und steuernde Funktion im Leben, folglich auch im FSU anerkennt, wird bei ihrer Konstituierung davor gewarnt, dass diese "Fixierungen" auf andere Kulturen übertragen werden. Wie man dazu kommt? Gelegentliche und zufällige, aus Einzelfällen und individuellen Erfahrungen herauswachsende Beobachtungen erhalten eine unvermeidliche eigenkulturelle Markierung und haben eine *richtungsweisende Funktion* [2, S. 145; 16, S.113].

Das erste Problem war im Wirtschaftsdeutsch-Seminar mit rumänischen Lernenden der begriffliche Zugang zum *Stereotyp* und *Vorurteil* (auch bei Zulassung der rumänischen Sprache in Erläuterungen). Im Versuch bei den Lernern die Funktion der *Vorurteile* und *stereotypischen Denkens* zu vergegenwärtigen, wurden alltägliche Situationen kurz besprochen: Frauen sind schlechte Autofahrer, alte Lehrer verstehen die Schüler/Studenten nicht mehr, aber auch in Verbindung mit Deutschland (bekannte Eigenschaften der Deutschen, die Vorliebe für bestimmte Getränke/Bier, erfolgreiche Industrieerzeugnisse, die Haltung gegenüber Ausländern, selbst über das Sprachsystem!). Es wurde auch versucht *eigentypische* Merkmale und Besonderheiten herauszufinden, wodurch eine eventuelle verfremdende und selbstkritische Perspektive auf Seiten der rumänischen Lernenden zum Vorschein kam.

Die hierzu angeführten Beispiele veranschaulichen das **Heterostereotyp** (etwa sich "durch eine fremde Brille sehen lassen"): *Deutsche aus der Sicht anderer*, hier der *rumänischen* (Wirtschafts)Kultur bzw. aus der Sicht der *Franzosen*.

Das 1. Beispiel entstammt der **Marketingosphäre**, der üblicherweise schonungslos allumfassenden und

länderübergreifenden **Werbung**. Sie legt manchmal landeskundlich relevante Besonderheiten an den Tag, die in expliziter oder impliziter Manifestierung zum Gegenstand stereotyper Auslegung werden. Der Werbetext in einer rumänischen Bankanzeige (*Hypotheken-Vereinsbank-Dienstleistungen nach der Übernahme der Bukarester Filiale von Creditanstalt Austria*) vom Jahr 2001 bringt in wenigen Worten, in einer tatsächlich schönen Hommage, einige Wesenszüge der deutschen Bevölkerung in Rumänien zum Ausdruck:

Despre sași se spune că sunt curați, nu fac treabă de mântuială și își țin cuvântul dat. Oare nemții sunt la fel de buni ca sașii? Sau sunt și mai și? Pentru că sincer să fiu, mi-aș pune banii la o bancă germană. Oare e cineva mai bun ca ei când vine vorba de bănci sau de mașini? Poate doar alți nemți. - HVB România este parte a grupului bancar HVB, numărul 3 în Europa.

(in eigener freier Übersetzung:

Den Sachsen wird nachgesagt, sie seien sauber, verpfuschen ihre Arbeit nicht und halten Wort. Sollen die Deutschen genauso gut wie die Sachsen sein? Oder sind sie noch besser? Weil ich, ernst gesagt, mein Geld wohl bei einer deutschen Bank anlegen würde. Wer ist ja tüchtiger als sie, wenn es dazu kommt, über Autos oder Banken zu spechen? Vielleicht nur andere Deutschen. - HVB Rumänien ist Mitglied der HVB-Bankengruppe, No. 3 in Europa)

Wie eine Textauslegung von 2002 zeigt, besteht der "Clou" des "Lobesliedes" auf die *sauberen, arbeitstüchtigen* und *Wort haltenden sași* (**Sachsen, siebenbürgische Deutsche**) in der vorgetäuschten Verwechslung mit einer anderen Bevölkerung, den **nemți** (auch "Deutsche", diesmal mit einem Wort slawischer Herkunft). Man weiß zuerst anscheinend nicht, ob die zweitgenannte Bevölkerung diese 3 im Verhalten, in der Lebensweise und der Einstellung zur Arbeit manifestierten Eigenschaften der rumänischen Deutschen/Sachsen nachweisen kann. Die Absonderung der *sași* (in Rumänien) von den *nemți* (in Deutschland), um dann beide Perspektiven im Wort *german* zu vereinheitlichen, ist ein werbetypischer Gag [siehe Werbetextanalyse in 5].

Von den vorhandenen positiven Einschätzungen der Rumänien-Deutschen durch die mehrheitliche Bevölkerung ausgehend, haben die Studenten versucht das Stereotyp zu "rekonstruieren" und zu motivieren. Die Studenten wurden angehalten, möglicherweise viele Beispiele aus allen Bereichen mit sozial-

kultureller Relevanz anzugeben (sogar in Witzen!), die solche Vorstellungen hervorrufen und nachher, in offener Gegenüberstellung ihre eigene Position objektiv(er) zu rechtfertigen und schrittweise auch zu "demontieren"/verändern. Interessanterweise kamen auch Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und der Geschäftswelt in Rumänien (der Gründer einer erfolgreichen Handelsbank in Bukarest, der Bürgermeister einer Großstadt in Siebenbürgen) mehr oder weniger berechtigt in die Diskussion. Die *bevorzugt anpreisende* Anführung des *Autobaus* und der *Bankdienstleistungen* als Bewährungsbereiche oben erwähnter Eigenschaften erwies sich schließlich auch als **Ergebnis einer stereotypen, wenn auch positiven Bedeutungszuschreibung**.

Das 2. analysierte Beispiel stereotyper Wahrnehmung gehört in den Bereich des **Managements**. Trotz heutiger transnationaler Führungssysteme und -philosophien ist die Übertragung nationalstereotyper Vorstellungen auf Abläufe und die Beziehungsgestaltung in der Wirtschaft nicht zu übersehen.

Es geht hier um die *Wahrnehmung der deutschen Manager durch die Franzosen* und umgekehrt, *diejenige französischer Führungskräfte aus der Sicht der Deutschen*, wie aus der Zeitschrift *Markt* und im Lehrwerk *Wirtschaftsdeutsch von A bis Z/ 1995*, Seite 66-67, zu verstehen ist.

Die Diskussion über diese Stereotype knüpft an angemessen an jedwelche schwerpunktmäßige Behandlung der **Arbeitsorganisation und -effizienz**, andererseits der **managerialen Kompetenzen und Führungsstile** an und bietet den Studierenden gute Anlässe zum Überlegen und zur Stellungnahme, zum Hinterfragen und zum Umdeuten. In diesem Zusammenhang bringt ein solches Thema einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der im Unterkapitel 2 angeführten Großziele in der **B-** Gruppe (*extra- und intrakulturell orientierte Kritik, Bekämpfung der Diskriminierung*).

Die Bildauslegung (die ihre eigenen Schwierigkeiten in der Landeskunde-Diskussion bereitet) erforderte hier eine *wirtschaftsbezogene Perspektive*. Die Lerner bestimmten Anhaltspunkte und Kriterien wie

-*Einstellung zur Aufgabenerfüllung* (die von der Uhr indizierte Tageszeit, die in den Sprechblasen enthaltenen Gedanken der Franzosen),

-*Handlungsort* (Restaurant vs. Büro),

-*Arbeitsplatzbestimmung* (Wandplakat mit dem Firmenorganigramm beim Deutschen, die peinlich genaue Ordnung der Gegenstände auf dem Bürotisch),

-*Bestimmung der Position* in der Firmenhierarchie,

daher erdenkliche Folgen für das gesamte Firmenleben),

-*historischer Hintergrund* der Firma (die Auslegung des schematischen Portraits bei Angabe der Jahresdaten), ergänzbar durch

-eine *individuumbezogene Wahrnehmung* (Aussehen /Bekleidung /Sitzhaltung /sogar die Gesichtszüge des Deutschen).

Auf deutscher Seite zeigt sich das Bild einer Führungskraft, die sich mit grundlegenden *individuellen Werte* des Deutschen, (völlig mit seiner Arbeitswelt einig geworden in Sachen *Pünktlichkeit, Organisationsgespür, Ordnung, Ernsthaftigkeit, Effizienz*), stereotypisch betont, identifiziert.

Der gegenseitigen Einschätzung der Deutschen und Franzosen haftet viel Ironisches und Negatives an. Über die mögliche Frustrierung bei Identifizierung rumänischer Lernender mit der französischen Sicht hinaus, ist es notwendig, sie nicht nur zu ignorieren und heftig abzulehnen, sondern den Weg solch stereotyper Vorstellungen in erster Reihe zurück zur ursprünglichen Absicht zu beschreiten.

3.3.4. *Interaktionsverhalten und kommunikative Kompetenz*

Seit mehr als 20 Jahren rückte mit der Neuauffassung des FSU/DU als **Fremdverhaltensunterricht** [so H.J.Vermeer, zitiert in 8, S. 431] die Notwendigkeit und die Aufgabe des FSU in den Vordergrund bringt, die Besonderheiten des *Interaktionsverhaltens* in den vorrhersehbaren und oder ungeplanten interkulturellen Begegnungen in oder mit der Zielsprachenkultur aufzuzeigen. Das wirkt sich weiter auf die Persönlichkeitsentwicklung des Lerners aus (Großzielgruppe **B** der Landeskunde-Vermittlung, z.T. auch C).

Nicht nur die vordergründig behandelten Aspekte des Geschäfts- und Firmenslebens sind von landeskundlicher Relevanz. Das Sehen-Können und Verstehen-Lernen betreffen genauso gut die mitgestaltenden Domänen wie das *Aussehen/die Bekleidung, das Essen am Arbeitsplatz* (z.B. anhand von Graphiken in *Deutsch lernen für den Beruf/1996*), die *Einschätzung der Büroeinrichtung* in *Geschäftskontakte/1991*, Kap. 1.

Gegenstände und ihre Bedeutungszuschreibung werden z.B. ein Teil der Deutung des Interaktionsverhaltens. Eine teure Handuhr wird z.B. für den zurückgewiesenen Bewerber, einen fast idealen Kandidaten für eine Nachwuchskraft-Position im Lehrwerk *Wirtschaftsdeutsch/1991*(Seite 145),

sogar zur "kritischen Masse", zum kritischen Höhepunkt und Anlass sozio-psychologischer Erwägungen im Deutschseminar.

In *Geschäftskontakte* (Seite 16) und im viel komplexeren *Wirtschafts-Kommunikation Deutsch 1/2000* (Seite 12) wird von Anfang an die **Bekleidung** als Indikator für die Gestaltung innerbetrieblicher Atmosphäre, andererseits für (national)stereotypes Denken thematisiert: Im ersterwähnten Buch trägt der deutsche Geschäftsmann Jung einen "geschäftstypischen" Anzug, die Schweden (Herr Lind und seine Assistentin) hingegen eine viel bequemere, teilweise formelle Bekleidung – die vielleicht auf fehlendes "Steifsein" der Schweden indizieren soll. Ebenfalls ist die Bekleidung, wie andere *verhaltensmäßig interpretierbare* Determinanten, anhand von Illustrationen und speziell der Videoszenen in *Wirtschafts-Kommunikation Deutsch 1* (Lektion 2, im Gespräch mit dem Personalberater) leichter und besser auszulegen.

Als eines der ersten landeskundlich-interkulturell konzipierten Lehrwerke zum Wirtschaftsdeutsch nach 1990 thematisiert *Geschäftskontakte/1991* für Deutschlerner mit gemäßigten Kenntnissen die kulturspezifischen **Handlungen** (oft mit *ritualisiertem* Charakter) im Geschäftsleben, wie z.B.: **Begrüßung** (beim Geschäftstreffen oder beim Telefonat) und **Handschütteln**, Beachtung der **Pünktlichkeit** (die ewige **Verspätungsfrage**, die **Höflichkeit** gegenüber Frauen, auch in untergeordneten Positionen wie der Assistentin Frau Franke, die **Einladung zum Essengehen** im Restaurant, das "Anschneiden" der so genannten "sicheren", "small-talk-artigen" **Themen**, sogar das **Erzählen von Witzen**, ferner die **routinierten Handlungen des Firmenlebens** wie Annahme und Verhandlung eines Termins.

Wie kommt in diesem Zusammenhang der Lerner zurecht bei der Wahrnehmung/Deutung/Speicherung solch unterschiedlicher kulturellen Konventionen?

Die *fremdkulturelle Begegnung* (über Texte und Bilder, mitunter Videos !) soll zur *fremdsprachlichen Progression* werden rezeptive und reproduktiv-produktive Fertigkeiten kontextgebunden aktiviert. Im Folgenden möchte ich den thematischen und gedanklichen Gang in der *Hintergrund-Lektion 1* im Lehrwerk *Wirtschafts-Kommunikation Deutsch 1 /2000* (S.12-15) wiedergeben, was u.U., auf einem niedrigerem Sprachniveau (L2- Erwerb als Anfängerstudium unter unseren eigenen Bedingungen des FSU/DU) im Sinne J. Wolfs trotzdem machbar ist [22, S.13-25].

Im Lehrwerk *Wirtschafts-Kommunikation Deutsch 1/2000* (S. 12) geht man explizit auf das gesamte "Bündel" grundlegender, das Betriebsverhalten und-interagieren bestimmender Konventionen (einige davon Universalien) ein: die *Körperhaltung, das Distanzverhalten, die Tätigkeiten während des Gesprächs/die Rollenverteilung und der Rollenwechsel/ Alter und besonders Geschlecht, Ortsbestimmung*.

In einer 1. Etappe haben die Deutschlerner die (auf S. 12) angegebenen Kriterien auf die exemplarisch präsentierten Situationen in den 3 erwähnten Fotos (*berufliche Vorstellung, private Vorstellung, beruflich-formelle Vorstellung*) anzuwenden, bzw. die angegebenen **Tätigkeiten zuordnen**.

Das Faktenwissen wird nun um eine sich **entwickelnde Übungssequenz** bereichert:

a) die Lerner sollen über Assoziationen die *regelwidrige Verhaltensweisen/Handlungen* in Bezug auf diese Situationen **bestimmen/benennen**; auch ist es möglich, dass die eigenkulturelle Perspektive in Fall *jemandem die Hand reichen* angesichts gewisser Regeln der Machtdistanz in der rumänischen Kultur (z.B. höher gestellte Personen vs. Untergeordnete) anders wahrgenommen wird.

b) *gelenkt* können die Lerner **Stellung** zu einer "Handelsblatt"- Umfrage **nehmen**, die firmenübliche und zugleich –kritische Aspekte (Rauchen und Trinken am Arbeitsplatz) zur öffentlichen Diskussion bringt (auf dem hier erforderlichen guten und sehr guten Sprachniveau).

c) beim Vergleich mit den Originbalergebnissen der Umfrage werden die Lerner aufgefordert, die *divergierenden* Aspekte auf beiden Seiten zu **bestimmen/zu begründen** und andererseits über Erfahrungen anderer zu **berichten**. Hier ist zu erwarten, dass wieder **Argumentationen** zur Geltung kommen, in denen die Lerner (Jugendliche, möglicherweise Mitarbeiter/Angestellten) ihr "Weltwissen" verwerten und auch bestimmte **Einstellungen** (Angst, Zurückweisung, vorsichtiges Annehmen, Zweifel) **ausdrücken**.

In einer folgenden Arbeitsetappe konfrontieren sich die Lerner mit einem nie zu übersehenden Aspekt kommunikativer **Angemessenheit**.

a) Mit den **Fragen zum privaten und beruflichen Bereich** werden vordergründig, im Klartext formuliert, die „sicheren“ Themen anfänglicher und unverbindlicher Diskussionen behandelt. Zur Diskussion stehen die üblichen Fragen zu Familie, Freunden, Krankheiten oder Einkommen, deren Formulierung, wie schon viel Anderes beim interkulturellen Vergleich *Signalcharakter* für die

Kenntnis/Missachtung/Nichtkenntnis der für die Integration relevanten Regeln erhalten kann.

b) Die teilweise **gelenkte Suche** der Lerner nach weiteren Fragen und "Themen, die man (nicht) anspricht" (in Bezug auf schwere Krankheiten, das Geschiedensein, eventuell politische Präferenzen) könnte durch die **Berichterstattung über tatsächliche individuelle Erlebnisse und Erfahrungen** (z.B. der Stipendiaten in Deutschland oder Österreich) ergänzt werden.

4. Zum Abschluss

Es scheint so oft, die Landeskunde sei eine Art "Bauchladen", von dem man sich beliebig bedienen kann. Der "Höhepunkt" der "container"- oder einer

„collagenartig“ fortschreitenden Landeskunde-Vermittlung könnte die ewige Frage sein: *Und wie ist es in Ihrem Land?* Dazu kommt es schließlich und endlich auch zu sprechen, aber es spielt eine Rolle auch *weshalb, wann, wie* und mit *welchen voraussehbaren Folgen* für den Lerner. Denn das Andere, Besondere, Typische und Befremdende in der Zielsprachenkultur ist eine Botschaft, die in der Regel nicht oder nur umständlich mit "getrennter Post" ankommt: Landeskunde soll mehr als ein abgrenzbares *Fach* sein, sie soll wohl die Grundlage des DU sein. Deshalb ist sie ja so attraktiv, manchmal risikoreich, und ... *unendlich*.

LITERATURANGABEN

1. BARNER, A. "Funktion und Stellenwert der Landeskunde im modernen FSU", in *Aufsätze zur Germanistik*, Timișoara, Verlag Mirton, 1998, S. 50-59.
2. BIECHELE, M., PADRÓS, A. *Didaktik der Landeskunde*, Fernstudieneinheit 31 des Fernstudienprojekts DaF und Germanistik, hrsg. von DIFF, GhK und GI München, Berlin/München/Wien/Zürich/New York, Langenscheidt Verlag, 1999.
3. CONSTANTINESCU, L. "Zum Gebrauch der Textsorte Stellenanzeigen im fachbezogenen Deutschunterricht", in *Predarea comunicativă a limbajelor specializate*, București, Centrul editorial A.S.E., 1994, S. 153-156.
4. CONSTANTINESCU, L. „Zwischen Mein und Dein und Allgemein“. *Identitätsangebote in einem Gedicht von Günther Kunert*, in *Dialogos*, 3 /2001, S. 62-67, București, Editura Academiei de Studii Economice, S. 62-67.
5. CONSTANTINESCU, L. "Stereotyp und Landeskunde in der Werbung", Vortrag auf der Germanistentagung an der Universität 'Transilvania', Brașov/Kronstadt, März 2002, in C.E.Puchianu (Hrsg.), *Kronstädter Germanistenbeiträge*, V. Band (Reihe Academica) Brașov, Verlag Aldus, S. 157-170.
6. DELMAS, H., VORDERWÜLBECKE, Kl. "Landeskunde", in R. Ehnert (Hrsg.), *Einführung in das Studium des Faches DaF*, Frankfurt/Main/Bern/New York, Verlag P. Lang, 1989, S.159-196.
7. EDELHOFF, Ch. "Authentizität im FSU", in Ch. Edelhoff (Hg.), *Authentische Texte im Unterricht*, München, Verlag Hueber, 1985, S. 7-29.
8. GÜNTNER, S. "Interkulturelle Kommunikation und Fremdsprachenunterricht", in *Info DaF*, 4 /1989, S. 431-447.
9. KIESEL, M., ULSAMER, R. *Interkulturelle Kompetenz für Wirtschaftsstudierende. Fakten, Charakteristika, Wege zum Erwerb*, Berlin, Verlag Cornelsen, 2000.
10. KRUMM, H.-J. "Bilder im Kopf. Interkulturelles Lernen und Landeskunde", in *Fremdsprache Deutsch*, 6 /1990, S. 12-15.
11. KRUSCHE, D. „Zur Hermeneutik der Landeskunde“, in *Jahrbuch DaF*, 15 /1989, S.13-29.
12. LOHFERT, H.W. "Landeskunde im FSU - zum Verstehen landeskundlicher Texte", in H.L.Bauer (Hrsg.), *Unterrichtspraxis und theoretische Fundierung im DaF-Unterricht*, GI München, 1984, S. 253-267.
13. MELDE, W. *Zur Integration von Landeskunde und Kommunikation im FSU*, Tübingen, Verlag G. Narr, 1987.

14. MIHALCIUC, M.,
CONSTANTINESCU, L. "Zum landeskundlichen Stellenwert der Fremdenverkehrswerbung im Wirtschaftsdeutsch-Unterricht", in *Deutsch aktuell*, 7 /1996, S. 9-12.
15. MOISE, I. M.
ALEXANDRU, M. *Deutschland für Sie. Ein Landeskundeprogramm für rumänische Schüler*, Heft 3 / *Freizeit und Urlaub*, Bonn, Verlag InterNationes, 1995.
16. NEUNER, G.
HUNFELD, H. *Methoden des fremdsprachlichen Deutschunterrichts. Eine Einführung*, Fernstudieneinheit 4, hrsg. von DIFF, GhK, GI München, Berlin/München/Wien,/Zürich/New York, Langenscheidt Verlag, 1993.
17. OKSAAR, E. "Problematik im interkulturellen Verstehen", in B.-D. Müller (Hrsg.), *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*, München, Verlag iudicium, 1991, S.13-26.
18. PAULDRACH, P. "Eine unendliche Geschichte. Anmerkungen zur Situation der Landeskunde in den 90er Jahren", in *Fremdsprache Deutsch*, 6 /1992, S. 4-15.
19. SCHMIDT, S. J. "Was ist bei der Selektion landeskundlichen Wissens zu berücksichtigen?", in A. Wierlacher (Hrsg.), *Fremdsprache Deutsch*, Band 1, München, Verlag W. Fink, 1980, S. 289- 299.
20. STORCH, G. *Deutsch als Fremdsprache. Eine Didaktik*, München, Verlag W. Fink, 1999.
21. THIMME, CH. "Interkulturelle Landeskunde. Ein kritischer Beitrag zur aktuellen Landeskunde-Diskussion", in *Info DaF*, 3 /1995, S. 130-137.
22. WOLF, J. "Übungen zur interkulturellen Kommunikation mit Anfängern", in Geringhausen, J./Seel, P. (Hrsg.), *Aspekte einer interkulturellen Didaktik. Dokumentation eines Werkstattgesprächs des GI München*, 1987, S. 9-35.