

Geschäftskommunikation im Tourismus, Nevenka Blažević. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija (2013). 88 Seiten, ISBN 978.953-7842-19-2.

Das Lehrbuch GESCHÄFTSKOMMUNIKATION IM TOURISMUS richtet sich an Lernende und Berufstätige mit Deutschkenntnissen ab dem Niveau B1 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens, die die deutsche Sprache in alltäglicher Geschäftskommunikation im Bereich Tourismus verwenden möchten. Laut Autorin ist das Lehrbuch für 30 Unterrichtsstunden geeignet. Es handelt sich um berufsbezogene Situationen der sprachlichen und schriftlichen Kommunikation mit deutschsprachigen Geschäftspartnern (z. B. Reiseveranstalter, Hoteliers...) Das kommunikativ konzipierte Lehrwerk fördert in zwölf Einheiten die berufliche Handlungsfähigkeit der Lernenden zu verbessern und vertiefen. Anhand von praxisnahen Berufssituationen mit typischen Kommunikationsmuster werden die Verstehensstrategien (Lesen), Schreibtechniken (Geschäftsbriefe, Vertrag, Bewerbungsschreiben), Wortschatz und Grammatik der Berufssprache und mündliche Kommunikation vermittelt. Zu erwähnen sind auch die Hinweise zu relevanten interkulturellen Besonderheiten in deutschsprachigen Ländern, die sich auf die Umgangsformen im Geschäftsleben beziehen (Duzen/Siezen, formelle/informelle Begrüßung, Händeschütteln).

Aus dem zweiseitigen Inhaltsverzeichnis sind bei den Einheiten die jeweiligen Sprechintentionen zu entnehmen. Die berufsbezogenen Situationen werden durch folgende selbstständige Einheiten vermittelt: Kontaktaufnahme, Erster persönlicher Kontakt, Geschäftsgespräch, Geschäftsessen, Anfrage, Angebot, Vertrag, Reservierung, Abrechnung, Reklamation, Bewerbung und Persönliche Wünsche. Da die Einheiten ein Thema jeweils abschließend behandeln, können sie auch einzeln und in beliebiger Reihenfolge bearbeitet werden. Ein Plus ist das umfangreiche Wörterverzeichnis im Anhang, in dem mehr als 450 berufsbezogene Begriffe geeignet für die Geschäftskommunikation ins Kroatische übersetzt sind.

Der Wortschatz wird überwiegend aus dem Kontext eingeführt, indem der Lernende die aufgelisteten Wörter aus dem Kontext und Verständnis des Textganzen erschließen versucht.

Erwähnenswert sind die zahlreichen praxisnahen Wortschatzübungen, die sich überwiegend auf die Wortebene beziehen. Am Rand gibt es oft einen Kasten mit übersetzten Wörtern bzw. Redewendungen, die in den Texten vorkommen oder in den jeweiligen Übungen verwenden zu sind. Bei anspruchsvollen Texten werden die Lernenden aufgefordert selbständig im Wörterbuch nachzuschlagen. Der überwiegende Übungstyp ist der Ergänzungstyp mit aufgelisteten Wörtern, bei der der Lernende das passende Wort im Text ergänzen muss. Die Aneignung des Wortschatzes kann zusätzlich durch Übungen zu Synonymen trainiert werden. Bemerkenswert sind die am Ende jeder Einheit vorhandenen Übersetzungsübungen (aus dem Kroatischen ins Deutsche), die teilweise auch mit entsprechenden Redemitteln und -wendungen ergänzt sind und zur Festigung und Vertiefung des Wortschatzes dienen.

Was die Grammatikstrukturen betrifft ist zwar keine Grammatik-Übersicht mit Erklärung vorhanden, jedoch gibt es abwechslungsreiche kontextuale Grammatikübungen (z. B. Einsetzübungen, Fehler-Suche, Ergänzung der fehlenden Endungen), die nicht nur für die Wiederholung und Festigung der grammatischen Schwerpunkte geeignet sind, sondern auch themabezogen auf das moderne Geschäftsleben im Tourismus sind.

Die einzelnen Einheiten enthalten sowohl eine Vielzahl von beispielhaften Dialogsituationen (darunter ein Telefongespräch führen, einen Termin vereinbaren, ein Geschäftsgespräch eröffnen und führen, Small Talk beim Geschäftsessen führen, lokale Speisen und Getränke empfehlen, auf Beschwerden reagieren, ein Vorstellungsgespräch führen, Glückwünsche zu verschiedenen Anlässen äußern), durch die die Sprechfertigkeit ausführlich trainiert werden kann als auch authentische Texte (z. B. Hotel- und Unternehmensbeschreibung), die eine Anregung zum freien Sprechen fördern. Jedoch ist der Mangel an authentischen Hörtexten zu bemerken, was aber von kompetenten Lehrkräften ergänzt werden kann.

Die Einheiten, die die schriftliche Geschäftskommunikation in der Hotel- und Tourismusbranche behandeln, werden mit einer kurzen Beschreibung des jeweiligen Geschäftsbriefes (schriftliche Kontaktaufnahme, Rundschreiben, Anfrage, Angebot, Vertrag, Reservierung, Abrechnung, Reklamation) eingeleitet. Neben den vielfältigen Wortschatz- und Grammatikübungen sind die ausreichenden Redewendungen und -mitteln von großer Hilfe bei der Vertiefung und Erweiterung der schriftlichen und sprachlichen Mitteilungsfähigkeit. Betonenswert sind die auf der Produktionsebene gestalteten Übungen, bei denen der Lernende selbständig ein Schreiben verfassen soll (z. B. um ein Angebot bitten, ein Angebot unterbreiten, um Anzahlung bitten, um Zusendung der Zimmerliste bitten, eine Stornierung begründen, eine Mahnung zusammenstellen, auf einen Beschwerdebrief antworten, einen Vertrag zusammenstellen).

Trotz der nicht vorhandenen Lösungen im Anhang ist das Lehrbuch auch für diejenige geeignet, die das Schreiben von Geschäftsbriefen individuell lernen und üben wollen. Die mangelnden Rückmeldungen können teilweise mit den angegebenen Redemitteln und -wendungen ersetzt werden.

Zusammenfassend muss festgestellt werden, dass das Lehrbuch einen Einstieg ins Geschäftsleben im Tourismusbereich mit deutschsprachigen Partnern ermöglicht. Die vermittelten handlungsorientierten Kenntnisse und Fertigkeiten sind eine gute Voraussetzung für erfolgreiche Geschäftsbeziehungen. Das systematisch aufgebaute Lehrbuch, das reiche Angebot an Übungen verschiedener Arten, berufsbezogene und praxisorientierte Beispiele vermitteln Kommunikationsmuster, die für das Geschäftsleben geeignet sind.

Ljudmila Sinkovič

Universität Primorska, Slowenien