

Věra HÖPPNEROVÁ (Prag)

ORCID: 0000-0003-3171-0649

Phraseologische Stolpersteine für Wirtschaftsstudenten

Zusammenfassung: Phraseologie beschäftigt sich mit einem umfangreichen und heterogenen Bereich sprachlicher Erscheinungen. Daraus ergibt sich die Uneinheitlichkeit der hier verwendeten Termini sowie unterschiedliche Ansichten über die Breite der zu untersuchenden Erscheinungen. Phraseologismen sind zugleich ein bedeutender Bestandteil des Wirtschaftsdeutschen. Im Beitrag wird die phraseologische Kompetenz der Wirtschaftsstudenten untersucht. Die ermittelten Fehler werden analysiert und daraus Schlussfolgerungen für die pädagogische Praxis gezogen.

Schlüsselwörter: Phraseologie, Wirtschaftsdeutsch, phraseologische Kompetenz, Fehler

Pułapki frazeologiczne dla studentów kierunków biznesowych

Streszczenie: Frazeologia zajmuje się szerokim i niejednorodnym zakresem zjawisk językowych. Wynika z tego niejednorodność używanych tu terminów, a także różne spojrzenia na zakres badanych zjawisk. Frazeologizmy są jednocześnie istotnym elementem języka niemieckiego biznesowego. W artykule zbadano kompetencję frazeologiczną studentów kierunków biznesowych. Zidentyfikowane błędy poddano analizie, wyciągnięto także wnioski dla potrzeb dydaktyki.

Słowa kluczowe: frazeologia, język niemiecki biznesowy, kompetencja frazeologiczna, błędy

Phraseological stumbling blocks for business students

Abstract: Phraseology is a very extensive and heterogenous field of language phenomena. It results in various terms used here and different meanings about the extent of investigated phenomena. Phraseologisms are an important part of Business German. The phraseological competence of Czech students of Business German is investigated at three different language levels. The identified errors are analysed and from the analysis conclusions are drawn for teaching practice.

Key words: phraseology, business German, phraseological competence, errors

1 Phraseologie

Phraseologie, eine der Teildisziplinen der Sprachwissenschaft, beschäftigt sich mit einem außerordentlich umfangreichen und heterogenen Bereich von sprachlichen Erscheinungen. Wie vielfältig dieser Bereich auch ist, so uneinheitlich sind hier die verwendeten Termini und Klassifikationen. Uneinheitlichkeit beginnt bereits bei dem Grundbegriff der *Phraseologie* – dem *Phraseologismus*, für den zahlreiche andere Bezeichnungen verwendet werden (*Phrasem*, *phraseologische Verbindung*, *Phraseolexem*, *Wortgruppenidiom* u. v. a.) (vgl. KRATOCHVÍLOVÁ 2011: 87-119). Als Hauptmerkmale des Phraseologismus werden meistens Mehrgliedrigkeit angeführt (er setzt sich wenigstens aus zwei Wörtern zusammen), Festigkeit und Reproduzierbarkeit (Phraseologismen werden nicht immer wieder neu gebildet, sondern sind als stabile Einheiten Bestandteil des Wortschatzes). Die Idiomatizität wird nicht mehr zu den Hauptkriterien des Phraseologismus gerechnet, sondern ist nur sein fakultatives Merkmal. Die Phraseologie, die sich nur mit den idiomatischen Phraseologismen beschäftigt, wird Phraseologie im engeren Sinne genannt (vgl. BURGER: 2003: 14). Die Auffassung der Phraseologie im weiteren Sinne setzt sich immer mehr durch.

Für unsere Untersuchung ergibt sich daraus, dass in die Phraseologie idiomatische Ausdrücke wie *Schattenwirtschaft*, *Marktnische*, *Geldwäsche* oder *Schwarzarbeit* nicht einbezogen werden, weil sie das Kriterium der Mehrgliedrigkeit nicht erfüllen (entgegen dieser Meinung LOHDE: 2006: 84). Umstritten ist aber auch die obere Grenze der Phraseologismen, mit der meist der Satz angegeben wird (PALM 1997: 2). BURGER (2003: 15) bezieht aber ebenfalls Gedichte und Gebete ein, weil sie zum Sprachbesitz größerer Gruppen gehören. Neuere Untersuchungen rechnen zur Phraseologie auch kürzere prägnante Texte, die immer im gleichen Wortlaut vorkommen (FIX 2008: 50). Viele solche formalisierten Texte finden wir auch im Bereich der Wirtschaftskommunikation (Formulare, Auftragsbestätigungen, Anmeldungen u. a.).

Unterschiedlich sind ebenfalls die Meinungen über den Bereich phraseologischer Erscheinungen. Eins steht jedoch fest: Ihr Umfang wird ständig erweitert. Die erste untersuchte phraseologische Erscheinung waren Sprichwörter. Ihre älteste Sammlung von M. F. Peters erschien in den Jahren 1504/1505.¹

Nach FLEISCHER (1982: 11) etablierte sich die Phraseologie als selbstständige linguistische Disziplin erst mit den Arbeiten von Vinogradov. Die erste selbstständige Gesamtdarstellung der deutschen Phraseologie stammt von der sowjetischen Autorin Černyševa (FLEISCHER 1982: 24).

¹ [https://de.wikipedia.org/wiki/Friedrich_Peters_\(Theologe\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Friedrich_Peters_(Theologe)); Stand vom 15.01.2021.

Es ist verständlich, dass sich die ersten Arbeiten dieser neu etablierten Disziplin auf die Festlegung des phraseologischen Materials, die Fragen der Definitionen und Klassifikationen konzentrierten (FLEISCHER 1982, BURGER/BUHOFFER/SIALM 1982). Später wurde die Aufmerksamkeit der Phraseologie auf verschiedene Kontexte gerichtet (Politik, Presse, Fachsprache, Werbung) (LÜGER/ZANDEROWSKA 2017: 151-169).

Der Umfang untersuchter phraseologischer Erscheinungen erfuhr eine markante Erweiterung durch die Einbeziehung von Kollokationen, d.h. oft auftretenden Wortverbindungen (de.wiktionary.org/wiki/Kollokation). Im Wirtschaftsdeutschen gehören dazu z. B. *enge Kontakte*, *effektive Nutzung*, *einen Auftrag erteilen*. Sie bilden den Übergang zu freien Wortverbindungen, von denen sie oft schwer abzugrenzen sind.

Zur Erweiterung des Kompetenzbereiches der Phraseologie kam es durch die Einbeziehung kommunikativer Wendungen (Routineformeln, pragmatischer Idiome, pragmatischer Phraseologismen). Es geht um mehr oder weniger feste Wendungen, die der Sprecher in bestimmten Situationen der alltäglichen Kommunikation verwendet (COULMAS 1981). Im Hinblick auf die Syntax können es allerdings auch Einwortausdrücke sein (*Abgemacht! Selbstverständlich*). Im Wirtschaftsdeutschen gehören dazu z. B. *Mit freundlichen Grüßen*, *Sehr geehrte Damen und Herren*, *Wir beziehen uns auf... u. a.*.

Nicht einmal in Bezug auf die Klassifizierung von Phraseologismen besteht Einigkeit. Am häufigsten verwendet werden die Klassifikationsmodelle von BURGER (2003) und FLEISCHER (1997). Ein neues Klassifikationssystem nach Funktion, Formen und Idiomatizität schlägt THOMAS (2014) vor. Im Gegensatz zu Fleischer berücksichtigt sie auch phraseologische onymische Termini. In allen drei Modellen kommen gleiche Typen von Phraseologismen vor, werden aber unterschiedlichen Gruppen zugeordnet.

2 Phraseologische Kompetenz der Wirtschaftsdeutschstudenten

Phraseologismen sind ein interessantes, wichtiges und attraktives Objekt des Unterrichts. Sie ermöglichen, uns bildhaft, anschaulich, expressiv auszudrücken, die Wörter richtig zu verbinden (vgl. Kollokationen) und den für die gegebene Situation passenden Ausdruck zu wählen (vgl. kommunikative Wendungen).

Gleichzeitig bereiten sie den Studierenden Probleme und zwar aus folgenden Gründen:

- Sie bestehen aus mehreren Wörtern, die man sich schlechter merkt als nur ein Wort (*Dienst am Kunden*, *Straße und Schiene*) und die im Satz räumlich voneinander getrennt stehen können (*zur Verfügung stehen*, *Absatz finden*).

- Die Bedeutung voll- oder teilweise idiomatischer Phraseologismen kann aus der Bedeutung einzelner Wörter nicht abgeleitet werden (*öffentliche Hand, höhere Gewalt, offenes Ziel*).
- Die Struktur der Phraseologismen der Fremdsprache kann sich von der der Muttersprache morphologisch oder semantisch unterscheiden (*die Ware findet guten Absatz zboží jde dobře na odbyt, einen Strich durch die Rechnung machen udělat čáru přes rozpočet, Maßnahmen treffen učinit opatření / učinit = tun /, einen Antrag stellen podat si žádost / podat = einreichen*).
- Ausländer verwenden die Phraseologismen manchmal in einer bestimmten Situation unpassend (*Mensch! Tschüss!* bei höhergestellten Personen).

Im pädagogischen Prozess spielt die Auswahl der Phraseologismen im Hinblick auf die Zielgruppe eine außerordentlich wichtige Rolle. So sind für die Studenten des Wirtschaftsdeutschen einige Typen von Phraseologismen irrelevant, z. B. syntaktische Strukturen *die Beine in die Hand nehmen*, komparative Phraseologismen *bekannt sein wie ein bunter Hund*, geflügelte Worte *Alter schützt vor Torheit nicht* u. a. Auf der anderen Seite ist die Sprache der Wirtschaftskommunikation reich an Phraseologismen verschiedener Typen, wie die Untersuchung der Sprache der Außenwirtschaft, eines der wichtigsten Bereiche des Wirtschaftsdeutschen, zeigt (HÖPPNEROVÁ 2013: 21-34; 1991). Es handelt sich vor allem um verbale Phraseologismen mit einem markanten Anteil der Funktionsverbgefüge, um substantivische, adverbale Phraseologismen, feste Wendungen und Sätze der Handelskorrespondenz sowie Kollokationen. Einige von ihnen sind aktiv zu beherrschen, wie Kollokationen, Funktionsverbgefüge, allgemein ökonomische substantivische Phraseologismen, bei anderen genügt passive Kenntnis (bildhafte substantivische Phraseologismen).

Das Eingangsniveau der Studierenden ist nicht einheitlich, weist aber insgesamt eher eine sinkende Tendenz auf. Dies gilt nicht nur für die Wirtschaftsuniversität. BERGEROVÁ (bop.unibech/linguistik-online) stellt dasselbe in Bezug auf die Germanistikstudierenden in Tschechien fest.

Es wurde die phraseologische Kompetenz der Studenten auf drei verschiedenen Niveaustufen getestet, die den Aufnahmetest an die Uni erfolgreich abgelegt haben. Die erste Gruppe (48 Studenten) absolvierte zwei Semester Wirtschaftsdeutsch und erreichte das Niveau B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens, die zweite Gruppe (ebenfalls 48 Studenten) absolvierte vier Semester Wirtschaftsdeutsch und erreichte das Niveau B2. Die dritte Gruppe (44 Studenten) bildeten die Teilnehmer verschiedener anschließender Wahlkurse, die nach zwei weiteren Semestern Wirtschaftsdeutsch das Niveau C1 erreichten. Die Stundendotation war jedes Mal 90 Minuten wöchentlich. Die Untersuchung wurde im Sommer- und Wintersemester 2017 durchgeführt. Der Test für die Studenten der ersten Gruppe war kürzer und enthielt nur die drei ersten Testaufgaben. Getestet wurde die

Kenntnis tschechischer Äquivalente deutscher verbaler und pragmatischer Phraseologismen (nach 2 und 4 Semestern):

I. Übersetzen Sie ins Tschechische.

1. Er setzt sich mit dem Produktionsleiter in Verbindung.

2. Ich frage meinen Chef und sage Ihnen morgen Bescheid.

3. Der Vertrag tritt sofort in Kraft.

4. Vielen Dank für Ihr Entgegenkommen.

5. Auch e-Learning kommt bei der Schulung zum Einsatz.

6. Die Firma legt viel Wert auf Berufserfahrung.

7. Wir können diese Warenmenge auf unserem Markt unterbringen.

8. Teilen Sie uns umgehend Ihre Stellungnahme mit.

Die Ergebnisse der I. Aufgabe sind sowohl nach dem zweiten als auch nach dem vierten Semester nicht befriedigend. Bei der ersten Gruppe waren nur 47 % der Antworten richtig und bei der zweiten Gruppe (nach 4 Semestern) sanken sie sogar auf 43 %. Schwierigkeiten bereiten vor allem die Funktionsverbgefüge, die nicht als Ganzes wahrgenommen werden, sondern wörtlich übersetzt werden und zwar sowohl ihre verbalen als auch substantivischen Bestandteile. Das größte Problem stellte die Wendung „*Vielen Dank für Ihr Entgegenkommen.*“ dar, die die Studenten mit einer gewissen Portion Phantasie und Kreativität übersetzt haben als ...*„Wir danken für Ihre Zusammenarbeit / Aufnahme / Antwort / Einladung / Stellungnahme / dass Sie gekommen sind u. a. Die zweite Testaufgabe testete die *Kenntnis der Funktionsverbgefüge (nach 2 und 4 Semestern)*

II. Tragen Sie die fehlende Verbform ein.

1. Mir wurde ein Dienstwagen zur Verfügung _____.
2. Ein Preisnachlass _____ für uns nicht in Frage.
3. Wir _____ Handel vor allem mit den EU-Ländern.
4. Die Ware _____ auf unserem Markt guten Absatz.
5. Eine Entscheidung über den Bau der Lagerhalle wurde noch nicht _____.

6. Entsprechende Maßnahmen wurden leider noch nicht _____.
7. Rechnen Sie damit, dass die Arbeit einen Monat in Anspruch _____.
8. Wir bitten Sie, zu unserem Vorschlag, Stellung zu _____.

Nach dem zweiten Semester waren 19 % der Antworten richtig, nach dem vierten 24 %, was auf einen kleinen Fortschritt hindeutet, wenn auch die Unkenntnis wichtiger Wendungen wie *Absatz finden*, *Handel treiben*, *zur Verfügung stellen* und *Stellung nehmen* weiter besteht. Bei den fehlerhaften Antworten weisen die ergänzten Verben auf den Einfluss der Muttersprache hin (*zur Verfügung *geben dát k dispozici*, *Stellung *äußern sdělít stanovisko*, *Absatz *haben mít odbyt*, *Entscheidung *machen učinit rozhodnutí*).

Die meisten richtigen Antworten wurden bei *in Frage kommen připadat / přicházet v úvahu* verzeichnet (52 % nach zwei, 58 % nach vier Semestern), offenbar dank der Ähnlichkeit mit der Muttersprache.

Kenntnis substantivischer Phraseologismen (nach 2 und 4 Semestern)

III. Wie lautet das Gegenteil?

1. die Preise steigen und _____
2. wirtschaftlicher Aufschwung und _____
3. Arbeitnehmer und _____
4. Nachfrage und _____
5. körperliche und _____ Arbeit
6. Produzenten und _____
7. Geld abwerten und _____
8. Arbeiter und _____

Nach zwei Semestern waren 37 % Antworten richtig, nach vier Semestern 48 %. Der Fortschritt ist bei allen Posten zu verzeichnen. Die meisten Schwierigkeiten bereitete *körperliche und geistige Arbeit*. *Geistig* wurde entweder mit dem lautähnlichen *geistlich* verwechselt oder es wurde ein falsches Antonym gewählt (**psychische / *psychologische / *mentale / *seelische / *administrative Arbeit*). Die fehlerhaften Antworten deuten in einigen Fällen auf die Tendenz hin, im Falle der Unsicherheit nicht Antonyme, sondern beliebige bekannte Adjektive einschließlich Synonyme anzugeben (*körperliche und *physische / *manuelle / *mündliche Arbeit*). Ähnlich wurden bei der Verbindung *Geld abwerten und aufwerten* nach vier Semestern bei nur 17 % falsche Antworten angegeben, entweder fehlerhafte Verben (*Geld *bewerten / *auswerten*) oder weitere mögliche Kollokationen (**Geld verdienen / sparen / bekommen*), obwohl man sonst in den anderen Fällen richtig ein Antonym gewählt hat.

Diese Ergebnisse zeigen, dass man bei der Vermittlung des Fachwortschatzes ebenfalls auf die Beziehungen zwischen den lexikalischen Einheiten hinweisen und ihnen entsprechende Übungen widmen muss.

Kenntnis deutscher Kollokationen (nach 4 Semestern)

IV. Ergänzen Sie das fehlende Verb.

1. Die Fabrik will die Produktion ins Ausland _____.
2. Trotz Produktionserhöhung können wir die Nachfrage nicht _____.
3. Der Investor hat vor, 50 neue Arbeitsplätze zu _____.
4. Die Bank hat uns endlich einen Kredit _____.
5. Obwohl sie die Preise _____ haben, ist der Absatz nicht gestiegen.
6. Manche Leute sind gezwungen, wegen der Arbeit weit zu _____.
7. Unternehmen und Arbeitnehmer müssen Steuern an den Staat _____.
8. Der Transport _____ stark unsere Umwelt.

Nach vier Semestern Wirtschaftsdeutsch ist die Kenntnis der Kollokationen immer noch schwach – nur 17 % der Antworten waren richtig. Die besten Ergebnisse wurden dort erreicht, wo es mehrere synonyme Kollokationen gibt (*einen Kredit gewähren / geben, Steuern abführen / zahlen / bezahlen, der Transport belastet / verschmutzt unsere Umwelt* u. a.).

Bei den Studenten überrascht die Gedankenlosigkeit bei der Ergänzung passender Verben:

*Trotz Produktionserhöhung können wir die Nachfrage nicht *beschränken (statt befriedigen).*

*Obwohl sie die Preise *erhöht haben, ist der Absatz nicht gestiegen (statt gesenkt haben).*

*Der Transport *schützt stark unsere Umwelt (statt belastet).*

Auch hier ist die Wirkung der interlingualen Interferenz zu beobachten. Sie verleitet zu falschen Ausdrücken wie:

*Die Fabrik will die Produktion ins Ausland *verschieben / *umziehen (vgl. přesunout / přestěhovat) statt verlagern.*

*Trotz Produktionserhöhung können wir die Nachfrage nicht *bedecken (vgl. pokrýt) statt decken.*

*Der Investor hat vor, 50 neue Arbeitsplätze zu *bilden (vgl. vytvořit) statt schaffen.*

Den Kollokationen ist im Unterricht, vor allem aber in den Lehrbüchern, eine größere Aufmerksamkeit zu widmen.

V. Geben Sie die tschechischen Äquivalente der fettgedruckten Wörter an.

1. **Gleitende Arbeitszeit** ermöglicht den Beschäftigten, den Anfang und das Ende der Arbeitszeit selbst zu bestimmen _____
2. Beim **bargeldlosen Zahlungsverkehr** werden die Zahlungen von Konto zu Konto durchgeführt. _____
3. Durch staatliche Hilfe konnten einige **marode Unternehmen** überleben.

4. Soziale Ungleichheit wächst, **die Kluft zwischen Arm und Reich** wird immer größer. _____
5. **Verschleierte Arbeitslosigkeit** schließt Arbeitslose ein, die beim Arbeitsamt nicht registriert sind. _____
6. Bei **galoppierender Inflation** steigt das Preisniveau besonders rasant.

7. Eine **unselbstständige Arbeit** haben Personen, die ihre Arbeit in untergeordneter Stellung leisten. _____
8. Zahlreiche Wirtschaftsbereiche wie die Infrastruktur sind in **öffentlicher Hand**. _____

Das passive Verstehen substantivischer, meist teildiomatischer Phraseologismen bereitete den Studenten weniger Schwierigkeiten (60 % richtige Antworten), obwohl sich der bildhafte Ausdruck im Tschechischen teilweise unterscheidet:

(*verschleierte Arbeitslosigkeit skrytá* /=verborgene/ *nezaměstnanost*, *öffentliche Hand /veřejný sektor/* =der öffentliche Sektor/, *galoppierende Inflation pádivá* /=rennende/ *inflace*). Trotzdem kann die Bedeutung der Phraseologismen aus dem Kontext erschlossen werden, wobei es in einigen Fällen im Tschechischen mehrere Äquivalente gibt (*marode Unternehmen neefektivní / neprosperující / krachující podniky*, *unselbstständige Arbeit závislá / nesamostatná práce*). Am erfolgreichsten waren die Studenten dort, wo sich der deutsche Phraseologismus vom tschechischen nicht unterscheidet (*gleitende Arbeitszeit klouzavá pracovní doba*, *unselbstständige Arbeit nesamostatná práce*, *bargeldloser Zahlungsverkehr bezhotovostní platební styk*, *Kluft zwischen Arm und Reich propast mezi chudými a bohatými*).

Die fehlerhaft übersetzten Phraseologismen (40 %) wurden wörtlich übersetzt (*marodes Unternehmen *nemocné* (=kranke) *podniky*, *galoppierende Inflation *pádící* /=rennende/ *inflace*). *Verschleierte Arbeitslosigkeit *zhoršující se* /=sich verschlechternde/ *Arbeitslosigkeit* ist offenbar eine Verwechslung von verschleiern und verschlechtern.

Die dritte getestete Gruppe bildeten 44 Studenten nach sechs Semestern Wirtschaftsdeutsch. Ihre Ergebnisse unterscheiden sich markant von denen der anderen

zwei Gruppen. Die erste Aufgabe beantworteten 66 % richtig und auch bei der zweiten und dritten überwogen die richtigen Antworten deutlich über den fehlerhaften (82 % und 66 %). Am schwächsten sind die Ergebnisse bei der vierten Aufgabe. Nur 43 % der hier getesteten Kollokationen wurden richtig angegeben. Die Erschließung der Bedeutung bildhafter substantivischer Phraseologismen bereite den Studenten dagegen keine Schwierigkeiten. Eine Ausnahme stellte *verschleierte Arbeitslosigkeit* dar (nur 29 % richtige Antworten). Die Ursache schwacher Kenntnisse im Bereich der fachsprachlichen Phraseologie ist nicht nur im sinkenden Niveau der Eingangskennntnisse zu suchen, die sich aus der dominanten Stellung des Englischen und der demographischen Entwicklung ergeben. Der Hauptgrund ist eher das verwendete Lehrbuch Fachsprache Wirtschaft (BŘEZINA / DRMLOVÁ / VÁPENÍK / BEDNÁŘOVÁ 2011), das schwierige, nicht adaptierte Texte enthält. Der Wortschatz der einzelnen Lektionen ist sehr umfangreich und in den Wortlisten am Ende jeder Lektion ungenügend erklärt. Ein abschließendes Wörterverzeichnis fehlt gänzlich. Fachsprachlichen Phraseologismen wird unzureichende Aufmerksamkeit gewidmet. Man kann nur begrüßen, dass das Lehrbuch überarbeitet wird. Dadurch sind auch die viel besseren Ergebnisse der dritten Testgruppe zu erklären, die andere Lehrbücher verwendet hat (HÖPPNEROVÁ 2010, 2015), in denen phraseologischen Erscheinungen viele Übungen gewidmet sind.

Eine Verbesserung der Fachsprachenkenntnisse würde auch eine Erhöhung der Stundendotation bringen. Denn unter den heutigen Bedingungen erreichen die Studenten die erforderliche phraseologische Kompetenz erst nach sechs Semestern Unterricht in Wirtschaftsdeutsch.

3 Vermittlung fachsprachlicher und allgemeinsprachlicher Phraseologismen

3.1 Allgemeinsprachliche und fachsprachliche Phraseologismen

Schwierigkeiten, die die Phraseologismen, ein relevanter Bestandteil des Wirtschaftsdeutschen, darstellen, machen deutlich, wie wichtig es ist, sie unter dem Gesichtspunkt ihrer Vermittlung zu betrachten. Im Vergleich zu der produktiven phraseologischen Forschung der letzten Jahrzehnte ist die Zahl der phraseodidaktisch orientierten Untersuchungen immer noch beschränkt, was vor allem für die Didaktik fachsprachlicher Phraseologie gilt. Eigene Erfahrungen mit dem Unterricht der Phraseologie für Germanistikstudenten und der Wirtschaftssprache für Wirtschaftsstudenten (Anfänger, Mittelstufe, Fortgeschrittene) zeigen, dass sich die Phraseologismen der Allgemeinsprache und die der Fachsprache in mancher Hinsicht unterscheiden. Die Phraseologismen der Wirtschaftssprache bezeichnen

objektive Sachverhalte – Begriffe der Wirtschaftslehre. Sie haben eine rationale Benennungsfunktion und sind meist frei von Konnotationen. Allgemeinsprachliche Phraseologismen stellen dagegen sekundäre, expressive Neubenennungen für zwischenmenschliche Beziehungen, menschliche Eigenschaften und menschliches Verhalten dar. Sie haben Konnotationen, die sich aus ihrer expressiv-wertenden Funktion ergeben. Nach der weiteren Auffassung der Phraseologie sind beiden Sprachschichten vor allem Kollokationen und Routineformeln gemeinsam.

Im Unterricht beider Zielgruppen (Germanistikstudenten und Wirtschaftsstudenten) spielt die Phraseologie eine unterschiedliche Rolle. Während den Germanisten neben praktischen Phraseologiekennntnissen auch theoretische Grundlagen der Phraseologie vermittelt werden (vgl. dazu AMISIMOVA 2002: 245-256), erwerben die Wirtschaftsstudenten fachsprachliche Phraseologismen zusammen mit ihrem Fachwortschatz. Fachspezifische Wendungen und Sätze werden nur in der Handelskorrespondenz separat behandelt und geübt.

3.2 Vorliegende Untersuchungen zur Phraseodidaktik der Allgemeinsprache

In der Phraseodidaktik der Allgemeinsprache werden vor allem Probleme der Festlegung eines phraseologischen Optimums diskutiert (HALLSTEINDÓTTIR / ŠAJÁNKOVÁ / QUASTHOFF: bop.unibe.ch/linguistik-online/article/download/746/1271?inline=1), das bereits von Lüger verlangt wurde (LÜGER 1997: 70) und das verhindern soll, dass nur sporadisch auftretende Phraseme eingeübt werden, die oftmals selbst von Muttersprachlern kaum verwendet werden (ETTINGER 2007: 902).

Mit der Reihenfolge der zu vermittelnden Phraseologismen beschäftigt sich JESENŠEK (2013: 80). Sie schlägt vor, die in der Muttersprache strukturell und inhaltlich gleichen Phraseologismen zuerst und vorrangig zu behandeln, denn konvergente Strukturen lösen positiven Transfer aus. Erst dann sollte man zu den falschen phraseologischen Freunden übergehen, die sich nur strukturell decken, nicht semantisch äquivalent sind oder umgekehrt, bis zu den strukturell und bildlich völlig unterschiedlichen bzw. überhaupt nicht äquivalenten. Zu den Fragen der Dosierung der Phraseologismen nimmt Grünewald Stellung und lehnt es ab, Lerneinheiten ausschließlich den Phraseologismen zu widmen (<http://hdl.handle.net/2115/52318>). Nach HOFMANNOVÁ (2001: 81-92) sollen sie im Kontext präsentiert werden und in eine echte kommunikative Situation eingebettet sein. Sie sollen in den Texten natürlich vorkommen und nicht willkürlich, gehäuft vermittelt werden.

Erst nachdem der Phraseologismus erkannt und verstanden wurde, kann er aktiv verwendet werden, wie Kühn seinen „phraseologischen Dreischritt“ formuliert (KÜHN: 1996). Es liegt klar auf der Hand, dass die Autoren vor allem idiomati-

sche Phraseologismen im Auge haben, die HOFMANNOVÁ (2001: 81) treffend als „kräftige, bildhafte Sprachmittel der lebendigen, direkten, gesprochenen Sprache, oft sogar der Umgangssprache“ charakterisiert. Daher wird auch der Einsatz von Bildern empfohlen, die die wörtliche Bedeutung darstellen und die Vermittlung von Phraseologismen auflockern (BERGEROVÁ 2011: 108-117).

In der Fachsprache der Wirtschaft liegt jedoch der Schwerpunkt nicht auf den bildhaften, idiomatischen Phraseologismen. Die vollidiomatischen Phraseologismen stellen hier eher eine Ausnahme dar (*höhere Gewalt, rote / schwarze Zahlen schreiben*).

Unverzichtbare, textkonstruierende Mittel der Fachsprache sind vor allem Kollokationen, verbale Phraseologismen mit einem hohen Anteil an Funktionsverbgefügen, substantivische und adverbiale Phraseologismen sowie fachspezifische Wendungen der Handelskorrespondenz.

3.4 Einige Überlegungen zur Phraseodidaktik des Wirtschaftsdeutschen

Obwohl sich das phraseologische Korpus des Wirtschaftsdeutschen von dem der Fachsprache unterscheidet, gelten einige wichtige Prinzipien der allgemeinsprachlichen Didaktik auch hier, wenn auch die Schwerpunkte anders zu setzen sind.

Es geht vor allem um folgende Prinzipien:

1. Der Studierende muss den Phraseologismus als Ganzes identifizieren, verstehen und sich aneignen, denn dieses Ganze ist nicht mit der Summe seiner einzelnen Bestandteile gleichzusetzen. Die Wort-für-Wort-Übersetzung der einzelnen Komponenten des Phraseologismus war einer der häufigsten Fehler der Wirtschaftsstudenten (vgl. dazu JESENŠEK 2013: 19).
2. Die Phraseologismen sollten im Kontrast mit der Muttersprache vermittelt werden, damit sich die Studierenden aller semantischen und morphologischen Abweichungen bewusst werden. Abweichende Konnotationen oder Zuordnung zu einer anderen Stilschicht, die bei den bildhaften Phraseologismen die Suche nach dem passenden Äquivalent erschweren, entfallen hier, weil die meisten fachsprachlichen Phraseologismen frei von Konnotationen sind.
3. Phraseologismen sollten im Kontext eingeführt und geübt werden, in Verbindung mit einer konkreten kommunikativen Situation oder einer bestimmten Textsorte, aus denen ihre Bedeutung klar hervorgeht. Vgl. dazu auch HOFMANNOVÁ (2001: 90), ERHARDT (2014: 17) und JESENŠEK (2013: 80). Die Erklärungen der Phraseologismen im Wörterbuch müssen nämlich nicht immer zuverlässig sein.

4. Interferenzbedrohten Erscheinungen ist eine besondere Aufmerksamkeit zu widmen, seien es die Kollokationen, bei denen die Studierenden die größten Defizite hatten, zahlreiche teildiomatische Funktionsverbgefüge oder pragmatische Wendungen. Dazu sind allerdings entsprechende Untersuchungen notwendig. Eine von ihnen ist das Lehrbuch „Falsche Freunde im Wirtschaftsdeutschen 100 häufigste Fehler und wie man sie überwinden kann“ (HÖPPNEROVÁ 2018). Es basiert auf der Erfassung von hartnäckigen Fehlern, zu denen es in den mündlichen sowie schriftlichen Äußerungen der Wirtschaftsstudenten wiederholt und fast gesetzmäßig kommt. Bei diesen interferenzbedrohten Erscheinungen – zum großen Teil Kollokationen und Funktionsverbgefüge – wird zuerst die Bedeutung erklärt, mit passenden Sätzen illustriert und anhand von zahlreichen Beispielsätzen (mit Schlüssel) geübt:

TRVAT

dauern (*eine Dauer haben*)

Die Messe dauert eine Woche.

bestehen auf etwas (*nicht nachgeben*)

Der Abnehmer besteht auf einem Preisnachlass.



TVOŘIT

bilden (*etwas sein, etwas darstellen*)

Unsere Zielgruppe bilden erfolgreiche Karrierefrauen.

schaffen (schuf, geschaffen)

(*materielle und kulturelle Werte schaffen*)

Es ist ihm gelungen, neue Arbeitsplätze zu schaffen.



Die Beispiele werden mit anschaulichen Bildern unterstützt, die ihre Einprägung erleichtern sollen. Die Erfahrungen zeigen, dass die Studenten ohne entsprechende Belehrung über die Verbindbarkeit der Wörter und anschließende Übungen unter den Bedingungen des schulischen Unterrichts nicht imstande sind, sich der Fehler bewusst zu werden und sie zu überwinden.

Übungen zu phraseologischen Erscheinungen, seien es Zuordnungs-, Ergänzungs-, Substitutions- oder Übersetzungsübungen sind ein wichtiger Bestandteil des Übungsteiles des Lehrbuches und sind von der Arbeit am Fachwortschatz nicht zu trennen.

Die Erfahrungen zeigen, dass bei systematischer Arbeit an phraseologischen Stolpersteinen die phraseologische Kompetenz der Wirtschaftsstudenten markant erhöht werden kann.

Literatur

- AMISIMOVA, Elena V. (2002): *Phraseologismen im Unterricht Deutsch als Fremdsprache*. In: *Germanistisches Jahrbuch der GUS „Das Wort“*, 245–256.
- BERGEROVÁ, Hana (2011): *Zum Lehren und Lernen von Phraseologismen im DaF-Studium. Überlegungen zu Inhalten und Methoden ihrer Vermittlung anhand eines Unterrichtsmodells*. In: *Linguistik Online* 47, 3/2011, 107–117.
- BURGER, Harald (2003): *Phraseologie: eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. 4., neu bearbeitete Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag (Grundlagen der Germanistik 36).
- BURGER, Harald/HÄCKI-BUHOFFER, Annelies/SIALM, Ambros/ERIKSSON, Brigit/HÄUSERMANN, Jürg (1982): *Handbuch der Phraseologie*. Berlin, New York: Walter de Gruyter.
- COULMAS, Florian (1981): *Routine im Gespräch: zur pragmatischen Fundierung der Idiomatik. Seminar für Allgemeine Sprachwissenschaft*. Düsseldorf: Universität Düsseldorf.
- EHRHARDT, Claus (2014): *Idiomatische Kompetenz: Phraseme und Phraseologie im DaF-Unterricht*. GFL German as a foreign language ([gfl-journal.de/1/2014 Ehrhardt.pdf](http://gfl-journal.de/1/2014/Ehrhardt.pdf)).
- ETTINGER, Stefan (2007): *Phraseme im Fremdsprachenunterricht*. In: BURGER, Harald/DOBROVOL'SKI, Dmitrij/KÜHN, Peter/NORRICK, Neal R. (eds.) *Phraseologie Phraseology*, 2. Halbband / Volume 2, Berlin: Walter de Gruyter, 893–908.
- FIX, Ulla (2008): *Texte und Textsorten – sprachliche kommunikative und kulturelle Phänomene*. Berlin: Frank & Timme GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur.
- FLEISCHER, Wolfgang (1982): *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut.
- GRÜNEWALD, Matthias: *Phraseologie und Phraseodidaktik* (2) <http://hdl.handle.net/2115/52318>
- HALLSTEINDÓTTIR, Erla/ŠAJÁNKOVÁ, Monika/QUASTHOFF, Uwe: bop.unibe.ch/linguistik-online/article/download/746/1271?inline=1
- HOFMANNOVÁ, Jana (2001): *Phraseologismen – eine harte Nuss für den Fremdsprachenunterricht*. Anmerkungen zu einigen Verfahren der Didaktisierung von Phraseologismen. Sbornik prací filozofické fakulty brněnské univerzity, Studia minora facultatis philosophicae universitatis brunensis R6, 81–92.
- HÖPPNEROVÁ, Věra (1991): *Phraseologismen in der Fachsprache der Außenwirtschaft*. Dissertationsarbeit B, Technische Universität Dresden.
- HÖPPNEROVÁ, Věra (2010): *Wirtschaftsdeutsch aktuell*. Praha: Ekopress.
- HÖPPNEROVÁ, Věra (2013): *Fachsprache der Außenwirtschaft unter dem Aspekt der Phraseologie*. Studia germanistica Nr. 13, 21–34
- HÖPPNEROVÁ, Věra (2015): *Begleiter durch die deutsche Grammatik*. Praha: Ekopress.
- HÖPPNEROVÁ, Věra (2018): *Zrádná slova v hospodářské němčině 100 nejčastějších chyb a jak je napravit*. (Falsche Freunde im Wirtschaftsdeutschen 100 häufigste Fehler und wie man sie korrigieren kann) Praha: Ekopress.
- JESENŠEK, Vida (2013): *Phraseologie. Kompendium für germanistische Studien*. Univerza v Mariboru. Filozofska fakulteta Oddelek za germanistiko. Maribor.
- KRATOCHVÍLOVÁ, Iva (2011): *Kollokationen im Lexikon und im Text. Mehrwortverbindungen im Deutschen und Tschechischen*. In: *Studien und Quellen zur Sprachwissenschaft*. Bd. 2. Berlin, 87–119.
- KÜHN, Peter (1996): *Redewendungen nur im Kontext! Kritische Anmerkungen zu Redewendungen in Lehrwerken*. In: *Fremdsprache Deutsch. Zeitschrift für die Praxis des Deutschunterrichts*. Hrsg. vom Vorstand des Goethe-Instituts München, Heft 15. Redewendungen und Sprichwörter.

- LOHDE, Michael (2006): *Wortbildung des modernen Deutschen. Ein Lehr- und Übungsbuch*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- LÜGER, Heinz-Helmut (1997): *Anregungen zur Phraseodidaktik*. In: Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung 32, 69–120.
- LÜGER, Heinz-Helmut/ZENDEROWSKA, Grażyna (2017): *Phraseologie und Kommunikation aus didaktischer Sicht*. In: BERDYCHOWSKA, Zofia/LÜGER, Heinz-Helmut/SCHATTE, Czesława/ZENDEROWSKA-KORPUS, Grażyna (eds.): *Phraseologie als Schnittstelle von Sprache und Kultur II*, Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, 151–169.
- PALM, Christine (1997): *Phraseologie. Eine Einführung*. 2. durchges. Auflage Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- ŠAJÁNKOVÁ, Monika (2007): *Phraseodidaktisches Konzept zur Vermittlung der Phraseme*. In: JESENŠEK, Vida/FABČIK, Melanija (eds.) *Phraseologie kontrastiv und didaktisch. Neue Ansätze in der Fremdsprachenvermittlung*. Maribor: Slavistično društvo, Filozofska fakulteta, 27–47.
- THOMAS, Erika (2014): *Vorschlag für die Klassifizierung der Phraseologismen: einige Probleme*. Argumentum 10, 41–55, Debreceni Egyetemi Kiadó.

Internetquellen

- [https://wikipedia.org/wiki/Friedrich_Peters_\(Theologe\)](https://wikipedia.org/wiki/Friedrich_Peters_(Theologe)); Stand vom 15.01.2021.
- de.wiktionary.org/wiki/Kollokation; Stand vom 15.01.2021.