

Marek SITEK (Opole)
ORCID: 0000-0001-7698-4470

Zum Wandel neophilologischer Ausbildung am Beispiel des Studiengangs „Deutsch im Business und öffentlicher Kommunikation“

Zusammenfassung: Als öffentliche Einrichtungen spielen die Hochschulen eine wesentliche Rolle im Leben der lokalen Gemeinschaften, indem sie zu deren bildungspolitischer, kultureller und ökonomischer Entwicklung beitragen. Der vorliegende Beitrag stellt den Versuch dar, die Faktoren zu ermitteln, deren Bedeutung für den Wandel neophilologischer Bildung in Polen ausschlaggebend zu sein scheint. Die betreffende qualitativ-quantitative Analyse wurde am Beispiel des Curriculums des Bachelor-Studiengangs „Deutsch im Business und öffentlicher Kommunikation“ durchgeführt, welcher seit dem Studienjahr 2024/2025 an der Philologischen Fakultät der Universität Opole angeboten wird. Seine Einrichtung bestätigt die steigende Nachfrage des lokalen Arbeitsmarktes nach hochqualifiziertem Personal mit fortgeschrittenen Fachkenntnissen in Deutsch.

Schlüsselwörter: Hochschulbildung, Neophilologie, Deutsch, Business, öffentliche Kommunikation

Przemiany w kształceniu neofilologicznym na przykładzie kierunku studiów „Język niemiecki w biznesie i komunikacji publicznej”

Streszczenie: Jako instytucje publiczne szkoły wyższe odgrywają istotną rolę w funkcjonowaniu lokalnych społeczności, przyczyniając się do ich rozwoju edukacyjnego, kulturalnego oraz gospodarczego. Niniejszy artykuł stanowi próbę identyfikacji czynników mających kluczowe znaczenie w kontekście zmian zachodzących w procesie kształcenia neofilologicznego w Polsce. Przedmiotowa analiza jakościowo-ilościowa przeprowadzona została na przykładzie programu studiów licencjackich „Język niemiecki w biznesie i komunikacji publicznej” oferowanych od roku akademickiego 2024/2025 na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Opolskiego. Uruchomienie powyższego kierunku studiów potwierdza rosnące zapotrzebowanie lokalnego rynku pracy na wysoko wykwalifikowanych pracowników legitymujących się zaawansowaną znajomością specjalistycznego języka niemieckiego.

Słowa kluczowe: szkolnictwo wyższe, neofilologia, język niemiecki, biznes, komunikacja publiczna

The Transformation of Modern Language Education: A Case Study of the Degree Programme „German for Business and Public Communication”

Abstract: As public institutions, universities play a crucial role in the life of local communities by contributing to their educational, cultural, and economic development. This paper aims to identify the key factors that are particularly influential in shaping the transformation of neo-philological education in Poland. A qualitative-

quantitative analysis was conducted using the example of the Bachelor's degree programme „German for Business and Public Communication”, which has been offered at the Faculty of Philology at Opole University since the academic year 2024/2025. The introduction of this programme reflects the growing demand of the regional labour market for highly qualified professionals with advanced knowledge of professional German.

Key words: higher education, modern language studies, German, business, public communication

1 Einleitung

Im Zuge tiefgreifender sozialer Veränderungen sah sich eine Vielzahl der 354 im Studienjahr 2023/2024 in Polen tätigen Hochschulen (AUKSZTOL 2024: 1) in den vergangenen Jahren veranlasst, ihr Studienangebot zu modifizieren und ihre Curricula verstärkt an die sich verändernden Anforderungen des Arbeitsmarktes anzupassen (vgl. MASNYK 2018: 43). Diese Entwicklung ist insbesondere auf zwei Faktoren zurückzuführen: den kontinuierlichen Rückgang der Geburtenzahlen sowie den u.a. migrationsbedingten Entvölkerungsprozess – beides Phänomene, die sich insbesondere in der Woiwodschaft Oppeln deutlich manifestieren. Die jüngsten demografischen Daten belegen eindrucksvoll die Tragweite dieser negativen Entwicklungen: Seit dem Jahr 2000 ist die Bevölkerungszahl in der Woiwodschaft Oppeln um 88.000 Personen gesunken, was einem Rückgang von 8,2% entspricht. Prognosen zufolge ist bis zum Jahr 2040 mit einem weiteren Bevölkerungsverlust von 157.000 Personen (16,0%) zu rechnen (vgl. URZĄD 2025: 2). Ein besonders alarmierendes Bild ergibt sich mit Blick auf die Geburtenrate: So verzeichnete die Region laut GOLEŃSKI und BLAJDA (2021: 124) im Jahr 2018 eine Geburtenrate von -2,1 je 1.000 Einwohner – ein deutlich negativerer Wert als der gesamtpolnische Durchschnitt von -0,7.¹ Die ungünstigen demografischen Entwicklungen schlagen sich in einem signifikanten Rückgang der Studierendenzahlen nieder und beeinflussen auch das Fach Germanistik an der Universität Opole in spürbarer Weise.² Empirische Evidenz für diesen Prozess liefert die quantitativ ausgerichtete Analyse von Felicja KSIĘŻYK (2015: 55), welche die sinkende Nachfrage der Bewerber:innen nach dem Germanistikstudium im Zeitverlauf nachzeichnet. Vor diesem Hintergrund werden zunehmend u.a. alternative Zulassungsmodelle diskutiert, die darauf abzielen, den Zugang zu den jeweiligen Studiengängen flexibler zu gestalten und damit den veränderten gesellschaftlichen Bedingungen Rechnung zu tragen. Robert GEISLER – Dekan der Fakultät für Politikwissenschaft und soziale Kommunikation der Universität

¹ Laut den Angaben von GOLEŃSKI, Wojciech/BLAJDA, Marcin (2021: 122) ist die Woiwodschaft Oppeln eine der Regionen Europas, in denen die Entvölkerung am schnellsten voranschreitet.

² Laut dem Bericht des GUS [Statistisches Amt Polens] für das Studienjahr 2023/2024 „[...] ist die Zahl der Studierenden [im Vergleich zum akademischen Jahr 2015/16] um 11,4% und die Zahl der Absolventen um 19,9% zurückgegangen.“ (AUKSZTOL 2024: 1). [Sämtliche Übersetzungen englisch- und polnischsprachiger Quellen von Marek Sitek].

Oppeln – plädiert in diesem Zusammenhang für eine fakultätsweite Aufnahme der Erstsemestler:innen, die ihnen ermögliche würde, sich im Verlauf des ersten Studienjahres intensiver mit den fachlichen Profilen auseinanderzusetzen und ihre endgültige Studienentscheidung bewusster und besser informiert zu treffen. Diese Haltung kommt im Interview mit Piotr Guzik klar zum Ausdruck, in dem Robert GEISLER (2025) den folgenden Wunsch äußert:

Wir würden gerne im akademischen Jahr 2026/27 die Zulassung für die gesamte Fakultät und nicht für konkrete Studiengänge durchführen. Auf diese Weise hätte ein junger Mensch nach dem Abitur noch ein Jahr Zeit, um zu entscheiden, in welche Richtung er im Leben gehen möchte.

Das vorgeschlagene Modell könnte insbesondere dazu beitragen, die Studienwahl bewusster zu treffen und die Motivation der Studierenden für das gewählte Fach – etwa die Germanistik – zu steigern.

2 Neuphilologische Ausbildung: Zwischen Tradition und Moderne

Entgegen der weit verbreiteten Auffassung zahlreicher Diskursteilnehmender, wie sie beispielsweise von January WEINER (2025: 62) vertreten wird, der zufolge „[d]ie Bewertung der Qualität des Hochschulstudiums [...] auf falschen Kriterien, etwa den Bedürfnissen des Arbeitsmarktes [beruht]“, verfolgt der vorliegende Beitrag einen umfassenderen Zugang zur Bewertung der an das Hochschulwesen gestellten Anforderungen. Dabei wird der Sichtweise von Marek MASNYK zugestimmt, der die Hochschule als eine „das akademische Ethos fördernde Institution“ begreift, deren Wert auch in ihrer normativen und gesellschaftlich-prägenden Funktion liegt „[...] der nicht nur an seinem praktischen Nutzen gemessen werden kann“ (MASNYK, 2018: 45)³. Universitäten sind demnach nicht allein für die Qualifikation des wissenschaftlichen Nachwuchses verantwortlich, sondern nehmen auch eine aktive Rolle an der Gestaltung sozioökonomischer Prozesse ein, indem sie ihren Absolvent:innen einen erfolgreichen Einstieg in den Beruf ermöglichen – idealerweise durch ein arbeitsmarktorientiertes Studienangebot. Dies wiederum wirkt sich positiv auf die nachhaltige Entwicklung der jeweiligen Region aus.

Im Bereich der neuphilologischen Studiengänge stellt sich gegenwärtig die zentrale Herausforderung, zwischen der Wahrung der wissenschaftlichen Tradition und den Anforderungen einer zunehmend technologisierten und interkulturell

³ Die hier aufgegriffenen Positionen von Marek MASNYK – der die Hochschule als gesellschaftlich prägende Institution jenseits rein ökonomischer Verwertungslogik versteht – sowie von January WEINER, der vor einer einseitigen Arbeitsmarktorientierung warnt, wurden bereits in einem früheren Beitrag im Kontext des Studiengangs „Deutsch in Recht und Wirtschaft“ thematisiert und bilden auch im vorliegenden Zusammenhang einen bedeutsamen Referenzrahmen (vgl. SITEK 2019: 109–111).

geprägten Gegenwart zu vermitteln⁴. Die neuphilologische Tradition, die sich historisch aus den Disziplinen der Literatur-, Sprach- und Kulturwissenschaft speist, steht heute im Spannungsverhältnis zu den Erfordernissen moderner Arbeitsmärkte. Anknüpfend an Heinrich HOFFMANN (1836: 5) wird die klassische Philologie in diesem Kontext als jene universitäre Disziplin verstanden, die sich dem „Studium des geistigen Lebens des deutschen Volkes [widmet], insofern es sich durch Sprache und Literatur kundgiebt [sic]“. Ein solcher Studiengang soll – so HOFFMANN – dazu dienen, den Studierenden umfassende Kenntnisse in „der ganzen deutschen Literaturgeschichte, Grammatik, Lexicographie [sic], Etymologie, Hermeneutik und Kritik“ (ebd.) zu vermitteln.

Seit der Einführung der Bologna-Reform, die ein zweistufiges Hochschulsystem etablierte, bemüht sich die Oppelner Germanistik ihr Studienangebots, das sowohl den akademischen Anspruch wahrt als auch den wandelnden Erwartungen auf dem Arbeitsmarkt gerecht wird, kontinuierlich zu erweitern. Das nachlassende Interesse junger Menschen am Lehrerberuf, das sich unter anderem auf sein geringes gesellschaftliches Ansehen sowie die im Vergleich zur Privatwirtschaft weniger attraktiven Einkommensperspektiven zurückführen lässt, stellte dabei einen wesentlichen Auslöser vorzunehmender Veränderungen dar. Vor diesem Hintergrund wurde das Studienprofil der Oppelner Germanistik gezielt erweitert: Neben den bewährten lehramtsbezogenen Studiengängen wurde das Angebot um praxisorientierte Programme ergänzt, die den Bedürfnissen wirtschaftlich dynamischer Bereiche wie Logistik, Informationstechnologie, Kundenservice und Outsourcing Rechnung tragen (vgl. z. B. PELKA 2024: 35). Dies verdeutlicht den Paradigmenwechsel innerhalb neuphilologischer Ausbildung, bei dem die Entwicklung arbeitsmarktrelevanter Sprach- und Kommunikationskompetenzen zunehmend ins Zentrum rückt.

Vor dem Hintergrund der oben skizzierten Notwendigkeit einer inhaltlichen wie methodisch-didaktischen Neujustierung der neuphilologischen Ausbildung – also einer Verschiebung von einem rein traditionellen Verständnis hin zu einem modernen, praxisorientierten Zugang – erscheint es wesentlich, bestimmte zentrale Faktoren zu berücksichtigen:

Klassische Inhalte in modern(er)er Form: Die praxisorientierte universitäre Ausbildung sollte weiterhin Bezüge zu klassischen sprach-, literatur- und kulturwissenschaftlichen Konzepten aufnehmen, gleichzeitig aber ihre didaktische Umsetzung flexibler und attraktiver gestalten, was u.a. durch vielfältige Praktikumsangebote, interkulturelle Projektarbeiten und Austauschprogramme, den

⁴ Vgl. dazu die von Tomasz G. PSZCZÓŁKOWSKI (2012:13) benannten zentralen Herausforderungen an die Geisteswissenschaften: Die Vorherrschaft der Natur- und Wirtschaftswissenschaften, neue Erfordernisse des „Marktes“ und Veränderungen in den Curricula an den Universitäten.

digital-interaktiven Umgang mit Literatur- und Kulturressourcen sowie vielfältige Zusammenarbeit mit externen soziokulturellen Institutionen erreicht werden kann. Die bewusste Verknüpfung traditioneller geisteswissenschaftlicher Ansätze mit zeitgemäßen didaktischen Methoden eröffnet neue Wege, um die Relevanz klassischer Inhalte für aktuelle gesellschaftliche Fragestellungen sichtbar zu machen. Indem etwa narrative, diskursive und symbolische Ordnungen aus Sprach-, Literatur- und Kulturwissenschaften in praxisnahe Projekte eingebunden werden, lässt sich ein vertieftes Verständnis für kulturelle Dynamiken und kommunikative Praktiken fördern. Auf diese Weise wird die universitäre Ausbildung nicht nur anwendungsorientierter, sondern leistet zugleich einen wichtigen Beitrag zur Ausbildung kritischer, reflektierter und interkulturell kompetenter Fachkräfte.

Integration neuer Technologien: Moderne philologische Lehrprogramme und ihre konsequente Umsetzung sollten in erster Linie auf die Integration digitaler Werkzeuge und Technologien in den Lehr- und Lernprozess ausgerichtet sein. Dies kann u.a. sowohl eine umfassende Nutzung verfügbarer Software zum Erlernen von Fremdsprachen, einschließlich ihrer speziellen Register, als auch die Integration von Online-Plattformen, die korpusbasierte Analysen im Bereich der Sprach-, Kultur- und Literaturwissenschaft ermöglichen, bedeuten. Zunehmend wird Künstliche Intelligenz auch in der Lehre eingesetzt – sei es durch automatisierte Sprachkorrekturprogramme, durch Chatbots im Schreibcoaching oder durch KI-gestützte Übersetzungshilfen. Der kritische und reflektierte Umgang mit solchen Technologien sollte daher integraler Bestandteil einer modernen neuphilologischen Ausbildung sein, zumal, wie ZIAJA (2024: 535) betont, „sowohl Lehrkräfte als auch Lernende die Fähigkeit entwickeln sollten, KI-generierte Inhalte kritisch zu bewerten, da ein unreflektierter Einsatz von KI-Werkzeugen zu einer Verflachung des Bildungsprozesses und zu einer Einschränkung der sprachlichen Kreativität führen kann.“

Interdisziplinäre Ansätze: Um den Anforderungen der modernen Welt gerecht zu werden, scheint es von zentraler Bedeutung zu sein, praxisorientierte Curricula zunehmend interdisziplinär zu gestalten, um auf diese Weise ein breiteres Verständnis für den Zusammenhang zwischen Sprache, Kultur und medialer Präsenz im Sinne von *face-work* „mit der [...] ich [Erving Goffman] die Maßnahmen [bezeichne], die eine Person ergreift, um ihr Handeln mit ihrem Gesicht in Einklang zu bringen“ (GOFFMAN 1967: 12) zu fördern sowie auf zunehmende Globalisierungsprozesse und den damit einhergehenden Wissens- und Informationstransfer zu fokussieren.

Es kann abschließend festgehalten werden, dass die gegenwärtige neuphilologische Ausbildung auf der Annahme einer mehrdimensional konzipierten Verzahnung von klassischen und modernen Lehrinhalten fußen sollte, deren Basis die

von Vilém FLUSSER definierte „Kommunikologie“ (vgl. WULFF 2025) darstellt. Die in ihrem Zentrum stehende Komplexität der zwischenmenschlichen Kommunikation, die „jener Prozess ist, durch den Informationen gespeichert, verarbeitet und weitergegeben werden, aber auch stetig neue Informationen erzeugt werden“ (ebd.), ist, wie PUPPEL ausführt, stets multidisziplinär zu interpretieren, d.h. „in Bezug auf die Dynamik der Wechselbeziehungen und der Interdependenz der Umwelt (sowohl intern als auch extern)“ (zit. nach BIELAK 2017: 20–21). Den Studierenden wird somit ein fundiertes praxisnahes Verständnis von digital und analog ablaufender Kommunikation einschließlich ihrer (inter)kulturellen Kontexte vermittelt. Besondere Aufmerksamkeit gilt in diesem Zusammenhang der berufsbezogenen Alltagskommunikation, die im Lichte der „Kommunikologie“ von Vilém FLUSSER als Baum-Diskurs (2024: 54–55) verstanden wird, der sich auf den dialogischen und reflektierenden Umgang mit einem Thema bezieht. Solch ein Diskurstyp kann u.a. auf wirtschaftliche und unternehmerische Bereiche angewendet werden, in denen Kommunikation nicht einfach linear verläuft, sondern durch den gegenseitigen Austausch neue Erkenntnisse, Lösungsansätze und strategische Entscheidungen ermöglicht werden. Er liefert somit eine theoretische Grundlage, um die komplexen, interaktiven Kommunikationsprozesse in der modernen Geschäftswelt besser zu verstehen.

3 Business und öffentliche Kommunikation als Gegenstand universitärer Ausbildung

Unter dem für die weiteren Auseinandersetzungen zentralen Begriff der *öffentlichen Kommunikation* werden hier mit Günter BENTELE (2003: 7) „[...] Kommunikationsprozesse und -strukturen, die öffentlich stattfinden und häufig – aber nicht zwingend – durch Massenmedien vermittelt sind“ verstanden. Dabei wird hervorgehoben, dass öffentliche Kommunikation nicht mit der Massenkommunikation gleichzusetzen sei, da die letztere lediglich als Mittel der Informationsvermittlung verstanden werden muss, sei es in materieller (Luft, Licht), semiotischer (Sprache, Schrift), technischer (Handy, Kamera) oder organisatorischer Hinsicht (Radio X, Fernsehen Y) (ebd.). Der von Christian EFING geprägte Begriff der „Kommunikationsanforderungs-Analyse“ bzw. der „Kommunikationsanforderungs-Ermittlung (KaE)“ (2014: 13) soll dabei als eine theoretische Fundierung für die Initiative herangezogen werden, einen praxisorientierten Studiengang zu konzipieren, der den sich wandelnden Anforderungen des lokalen Arbeitsmarktes entgegenkäme. Im Vergleich zu dem in der einschlägigen Literatur bereits etablierten Begriff der „Sprachbedarfserhebung“ stellt EFING hinsichtlich des von ihm vorgeschlagenen Terminus fest, dass „[...] er im Gegensatz zum schon existierenden Begriff der *Kommunikationsanalyse* den Vorteil deutlich zu machen [hat],

dass es um die Erhebung der Anforderungen, also des Soll-Zustandes, geht, nicht um die Erhebung des tatsächlichen Sprach-/Kommunikationsgebrauchs“ (ebd.). Unter den einzelnen Fragestellungen, denen je nach Erhebung unterschiedlicher Stellenwert zugeschrieben wird, ist vor dem Hintergrund des vorliegenden Beitrags der Frage „wozu wird erhoben?“ (vgl. ebd.) eine besondere Wichtigkeit beizumessen. Für EFING (2014: 17) besteht das Ziel der „Kommunikationsanforderungs-Ermittlung“ „in der Verbesserung der Unterrichts- und Förderplanung und der Herstellung realitätsnaher Unterrichtsmaterialien“ (ebd.). Vor diesem Hintergrund gewinnt die Entwicklung fundierter Grundlagen für die curriculare Ausgestaltung und empirische Forschung zunehmend an Bedeutung. In diesem Zusammenhang ist das Ziel zu formulieren, „eine Systematik sprachlicher Anforderungen [zu entwickeln], die sowohl eine Referenz für die Aufarbeitung des Forschungsstands und die Planung künftiger Forschungsvorhaben als auch für curriculare und didaktische Entscheidungen bereitstellen soll.“ (ZIEGLER 2016: 9) Im Sinne einer maßgeschneiderten und berufsfeldspezifischen Gestaltung der universitären Curricula gilt das neue praxisorientierte Studium „Deutsch im Business und öffentlicher Kommunikation“ als eine Erweiterung des von der Oppelner Germanistik bereits angebotenen allgemeinakademischen Studiengangs „Germanistik“ einschließlich seiner beiden Fachbereiche „Deutsch in Recht und Wirtschaft“ sowie „Translationswissenschaft“, deren Schwerpunkte mit der folgenden Auflistung zusammengestellt seien⁵:

DEUTSCH IN RECHT UND WIRTSCHAFT

- Grundlagen der Mikro- und Makroökonomie
- Deutsch in der Mikro- und Makroökonomie
- Deutschsprachige Handelskorrespondenz
- Einführung in das Handelsrecht
- Einführung in das Verwaltungsrecht
- Einführung in das Rechnungswesen
- Unternehmertum
- Übersetzen von operativen Texten
- Ausgewählte Aspekte der Landeskunde des deutschsprachigen Kulturraumes

TRANSLATIONSWISSENSCHAFT

- Einführung in die Translationstheorie und ihre praktische Anwendung
- Ausgewählte Aspekte der Landeskunde des deutschsprachigen Kulturraumes
- Translationsrelevante Textanalyse

⁵ Die im Artikel dargestellten Inhalte und Strukturdaten des Studiengangs „Deutsch im Business und öffentlicher Kommunikation“ basieren auf dem offiziellen Studienprogramm der Universität Opole (vgl. STUDIENPROGRAMM).

- Übersetzen ins Deutsche und ins Polnische
- Literarische Übersetzung
- Konsekutivdolmetschen allgemeiner Texte
- Übersetzen von Fachtexten
- Konferenzdolmetschen von Fachtexten
- Konsekutivdolmetschen von Fachtexten

Als relativ breites Feld umfasst der Umgang mit dem Thema „öffentliche Kommunikation“ Bereiche wie u.a. Massen- und Unternehmenskommunikation, öffentliche Beziehungen, Werbestrategien, interkultureller Austausch oder Sozialarbeit. Ein so konzipiertes Studienfach sollte den Studierenden nicht nur ein fundiertes Verständnis für die mehrdimensionale Verzahnung öffentlich stattfindender interpersonaler Begegnungen vermitteln, sondern sie auch auf eine Vielzahl von möglichen Arbeitswegen praktisch vorbereiten. Zu den beruflichen Gebieten, auf denen Absolvent:innen des Studiengangs „Deutsch im Business und öffentlicher Kommunikation“ tätig sein können gehören u.a.: Journalismus, Marketing, Public Relations, politische und unternehmerische Beratung, Geschäftsleitung, Meinungsbefragung, sowie Personal- und Sozialmanagement. Darüber hinaus soll sich eine tief greifende Auseinandersetzung mit den Inhalten der öffentlichen Kommunikation positiv darauf auswirken, mit den Medieninhalten kritisch umgehen zu können. Darüber hinaus gewinnen im Zuge globaler Nachhaltigkeitsdebatten auch kommunikative Kompetenzen im Bereich von CSR-Strategien⁶ zunehmend an Bedeutung. Die Fähigkeit, unternehmerisches Handeln im Sinne gesellschaftlicher Verantwortung sprachlich überzeugend darzustellen und medial zu vermitteln, stellt eine zukunftsrelevante Qualifikation dar, die in der Weiterentwicklung der Curricula verstärkt berücksichtigt werden sollte.

Die unten aufgelisteten Studieninhalte des Studiengangs „Deutsch im Business und öffentlicher Kommunikation“ sind insbesondere darauf ausgerichtet, den Studierenden ein tieferes Verständnis für die Vielfalt und Komplexität der öffentlichen Kommunikation zu vermitteln und sie auf eine breite Palette von Berufsmöglichkeiten vorzubereiten, welche ihrerseits eine fundierte Kenntnis der Kommunikationsprinzipien erfordern.

LEHVERANSTALTUNGEN

- **Grundkurse:** Praktische Grammatik, Textproduktion, Textrezeption, Lexikalische Kompetenzen, Phonetik des Deutschen, Mündliche Kommu-

⁶ Corporate Social Responsibility (CSR) bedeutet, dass Unternehmen freiwillig Verantwortung für soziale und ökologische Belange übernehmen. Dabei achten sie nicht nur auf wirtschaftlichen Erfolg, sondern auch auf den Umgang mit Mitarbeitenden, den Umweltschutz und auf gute Beziehungen zum gesellschaftlichen Umfeld. Sie investieren bewusst in diese Bereiche und machen ihr Engagement sichtbar. Dadurch stärken sie ihre Position am Markt und tragen zur nachhaltigen Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft bei (vgl. PARP 2025).

nikation, Geschäftskommunikation, (insg. 585 Unterrichtsstunden und 44 ECTS-Punkte),

- **Fachkurse** [Auswahl]: Sprachunterricht in ausgewählten Fachregistern, Grundlagen der Ökonomie, Einführung in die Textübersetzung, Sprache und Kultur in der deutsch-polnischen Kommunikation, Sprachliche Etikette in der Geschäftswelt, Unternehmertum, Sprachliches Handeln in der öffentlichen Kommunikation, Geschäftskorrespondenz, multimediale Kommunikation, IT-Instrumente und Corporate-Branding-Strategie, Argumentations- und Verhandlungstechniken, Deutsch in Recht, Theorie und Praxis der Kommunikationsgestaltung in Medien (insg. 1080 Unterrichtsstunden und 73 ECTS-Punkte),
- **Wahlkurse:** Proseminar, Diplomseminar, Diplomarbeit (insg. 60 Unterrichtsstunden und 44 ECTS-Punkte),
- **Berufspraktikum:** Die Studierenden sind verpflichtet, insgesamt zwei Praktika von insgesamt 960 Unterrichtsstunden (720 Stunden) zu absolvieren.

3.1 Die Oppelner Region als Hub-Standort

Aus der Perspektive des zivilisatorischen Fortschritts stellen Forschung, Lehre und Wirtschaft Bereiche mit erheblichem Wirkungs- bzw. Veränderungspotenzial dar. In diesem Sinne werden sie oft als Schwungräder gesellschaftlicher Entwicklung bezeichnet. Jener auf das Ankurbeln sozioökonomischer Konjunktur ausgerichtete Mechanismus der Nutzung intellektuellen Potenzials wird gegenwärtig auch im geisteswissenschaftlichen Bereich immer stärker wahrgenommen. Dabei soll beachtet werden, dass die Zusammenarbeit im Sinne einer auf Gegenseitigkeit beruhenden Wertschätzung und Anerkennung zu gestalten ist.

Die Kooperation zwischen lokalen Unternehmen und der Oppelner Germanistik wird stets aus der Überzeugung heraus eingegangen, nach der der Oppelner Germanistik – dank der fachlichen Kompetenzen ihrer Mitarbeiter:innen – die Rolle der auf ihrem Gebiet führenden Bildungseinrichtung in der Region zugeschrieben werden kann. Als Beweis dafür möge die Tatsache gelten, dass die Absolvent:innen des Studiengangs „Germanistik“ gefragte Lehrkräfte, Erzieher, Kulturmanager u.ä. sind. Die Oppelner Germanistik gilt darüber hinaus als zuverlässiger Partner für zahlreiche, sowohl lokal als auch polenweit tätige, Unternehmen, wobei den jeweils geschlossenen Partnerschaften bzw. geführten Kooperationen immer das Prinzip der Studentenförderung und -unterstützung zugrunde liegt. Dies drückt sich u.a. in der Möglichkeit aus, gefragte Praktikumsplätze zu sichern und gleichzeitig eine umfassende sprachliche und organisatorische Unterstützung seitens potentieller Arbeitgeber zu erhalten. Es ist des Weiteren zu bemerken,

dass die Oppelner Germanistik sich nicht nur als Adressat diverser Kooperationsvorschläge versteht, sondern selbst unterschiedliche partnerschaftsbezogene Initiativen ergreift. Dank des Engagements ihrer Mitarbeiter:innen konnten in den letzten Jahren zahlreiche bi- und multilaterale Projekte gestartet werden, deren berufsorientierter Mehrwert sich wie folgt präsentieren lässt:

Seit der Gründung von Unternehmen im Bereich der modernen Unternehmensdienstleistungen in Opole im Jahr 2012 wurden in diesem Sektor in der Stadt rund 1.500 Arbeitsplätze geschaffen, ein Wert, der nicht hoch genug eingeschätzt werden kann – zumal es sich um Arbeitsplätze vor allem für junge Menschen handelt, die ihnen Beschäftigungsstabilität, eine hohe Arbeitskultur sowie Löhne und Zusatzleistungen auf einem vergleichbaren oder ähnlichen Niveau wie an großen Wirtschaftsstandorten bieten. Diese Unternehmen erklären, dass sie Hunderte weiterer Mitarbeiter einstellen und neue Projekte in Opole ins Leben rufen oder bestehende Projekte ausbauen werden, vorausgesetzt, es stehen Personalressourcen mit einem bestimmten Bündel an Kompetenzen zur Verfügung. [BOGACKI, Jarosław (2018: 22)].

Zu den in Oppeln tätigen Unternehmen, in denen die Absolvent:innen der Oppelner Germanistik stets nachgefragt sind, zählen u.a.: ATOS (Software-Entwicklung), Axxiome (Software-Entwicklung), Bright Coder's Factory (Software-Entwicklung), Capgemini (IT-Helpdesk/Anwendungsverwaltung, Softwareentwicklung, Rechenzentrums-/Infrastrukturmanagement, Kundendienst), opta data (Kundenservice, Finanzdienstleistungen, Finanz- und Rechnungswesen), PwC SDC (Wirtschaftsprüfung für PwC-Netzwerkeinheiten, Back-Office-Dienstleistungen für PwC-Einheiten) und Stefanini (Kundendienst) (vgl. BOGACKI 2018: 21-22).

4 Zusammenfassung

Der Studiengang „Deutsch im Business und öffentlicher Kommunikation“ entspricht den Erwartungen des heutigen Arbeitsmarktes hinsichtlich der Anwendung von Sprachkenntnissen in der Berufspraxis. Im Rahmen dieses interdisziplinär ausgerichteten Studiengangs, dessen Unterrichtssprachen Deutsch und Polnisch sind, werden die sprachlichen Kompetenzen der Studierenden u.a. in den Bereichen Logistik, Geschäftskommunikation, geschäftliche Informationstechnologie, Management sowie Outsourcing deutlich erweitert.

Das praxisorientierte Studium setzt sich zum Ziel, seine Absolvent:innen sowohl auf die Arbeit in diversen Unternehmen und Institutionen als auch auf die Führung eines eigenen Geschäfts vorzubereiten. Die im Laufe des sechssemestrigen Studiums zu erwerbenden Kompetenzen erweisen sich überall dort als unabdingbar, wo Deutsch ein fester Bestandteil der öffentlichen Kommunikation auf allen Ebenen ist. Als Absolvent:in des Studiengangs „Deutsch im Business und öffentlicher Kommunikation“ ist man u.a. darauf vorbereitet, mit deutschsprachigen Geschäftspartnern effektiv zu kommunizieren, was sowohl die Kenntnis unterschiedlicher Einstellungs- und Verhandlungsprozesse als auch die Führung geschäftlicher Korrespondenz voraussetzt. Das Studium bietet so eine praxisnahe

Ausbildung – sowohl in Bezug auf die sprachlich-kommunikative Kompetenz als auch hinsichtlich der Fertigkeiten und des berufsbezogenen Fachwissens: Dank überlegt gewählter Lehrveranstaltungen sowie einem umfangreichen Berufspraktikum, das im 5. und 6. Semester dreimal pro Woche stattfindet, werden den Studierenden bereits im Laufe des Studiums professionelle Werkzeuge zur Unterstützung bzw. Optimierung geschäftlicher Kommunikation in die Hand gelegt. Geht man von der Annahme aus, dass „die Sprache des Erfolges, die Sprache der alltäglichen Kommunikation in großen Unternehmen [ist], die Sprache von Schulungen (Coaching), Selbstbehauptungskursen und Leitfäden, der Geschäftskorrespondenz, die Sprache der Motivationsschreiben, Verkaufsangebote, Flugblätter und Werbeprospekte“ (WOLNY-PERIES 2005: 8), lässt sich der intensive Umgang mit einer Fremdsprache im Umfeld ihres alltäglichen Gebrauchs als Schlüssel zum Erfolg ansehen, der seinerseits zum allgemein begehrten Gut wird. Vor dem Hintergrund der skizzierten Chancen und Herausforderungen besteht die zentrale Aufgabe der Oppelner Germanistik darin, ihr Studienangebot so zu gestalten, dass ihre Absolvent:innen nicht nur über differenzierte sprachlich-kommunikative Kompetenzen verfügen, sondern diese in berufsbezogenen Kontexten reflexiv, zielgerichtet und strategisch einsetzen können. Dies erfordert eine enge Verzahnung sprach- und kulturwissenschaftlicher sowie wirtschaftsbezogener Inhalte bei gleichzeitiger Integration praxisorientierter Lehr- und Lernformate. Übergeordnetes Ziel ist dabei, Fachkräfte auszubilden, die in wirtschaftlichen, administrativen und interkulturellen Handlungsfeldern souverän agieren und darüber hinaus ein ausgeprägtes Bewusstsein für die strategische Position professioneller Kommunikation im internationalen Kontext zeigen.

Literatur

- AUKSZTOL, Jerzy (2024): *Szkolnictwo wyższe w roku akademickim 2023/2024* [Hochschulwesen im akademischen Jahr 2023/2024]. [Źródło danych GUS]. URL: https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5488/8/10/1/szkolnictwo_wyzsze_w_roku_akademickim_2023-2024.pdf, Stand vom 15.06.2025. [Quelle: Statistisches Amt Polens].
- BENTELE, Günter/BROSIUS, Hans-Bernd/JARREN, Ottfried (eds.) (2003): *Öffentliche Kommunikation, Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden.
- BIELAK, Marlena Iwona (2017): *Determinanty komunikacji instytucjonalnej w zarysie: Przypadek polskiego liceum ogólnokształcącego w perspektywie komunikologicznej* [Zu den Determinanten der institutionellen Kommunikation im Überblick: Der Studienfall eines polnischen Lyzeums in kommunikologischer Perspektive]. In: WIERTLEWSKA, Janina (eds.): *Język – dydaktyka – komunikacja* [Sprache – Lehre – Kommunikation]. Toruń, 19–37.
- BOGACKI, Jarosław (2018): *Język niemiecki jako czynnik rozwoju gospodarczego na przykładzie Opola* [Die deutsche Sprache als Faktor der wirtschaftlichen Entwicklung am Beispiel von Opole]. In: STAWIKOWSKA-MARCINKOWSKA, Agnieszka/GRZESZCZAKOWSKA-PAWLIKOWSKA, Beata (eds.): *Języki specjalistyczne 2. Edukacja – Perspektywy – Kariera* [Fachsprachen 2. Bildung – Perspektiven – Karriere]. Łódź, 9–27.
- EFING, Christian (2014): *Theoretische und methodische Anmerkungen zur Erhebung und Analyse kommunikativer Anforderungen im Beruf*. In: KIEFER, Karl-Hubert/EFING, Christan/JUNG, Matthias/MIDDEKE, Annegret (eds.): *Berufsfeld-Kommunikation: Deutsch*. Frankfurt am Main, 11–33.

- FLUSSER, Vilém (2024): *Komunikologia*. Warszawa.
- GEISLER, Robert (2025): *Wąska specjalizacja szkodzi studiom* [Fachspezifische Ausrichtung schadet dem Studium]. In: Opolska360. URL: <https://opolska360.pl/zmiany-na-universytecie-waska-specjalizacja-szkodzi-studiom>, Stand vom 4.07.2025.
- GOFFMAN, Erving (1967). *Interaction Ritual: Essays on Face to Face Behavior*. New York.
- GOLEŃSKI, Wojciech/BLAJDA, Marcin (2021): *Przeciwdziałanie depopulacji Opolszczyzny – wdrażanie programów samorządowych* [Die Gegenmaßnahmen gegen die Entvölkerung des Oppelner Landes – zur Implementierung von kommunalen Programmen]. In: REPETOWSKA-NYC, Marzena/ODOLIŃSKA, Barbara/MATWIERCZYK, Jacek (eds.): *Kontrola Państwowa* [Staatliche Kontrolle]. Heft Nr. 2. Warszawa, 121–132.
- HOFFMANN, Heinrich (1836): *Deutsche Philologie im Grundriss. Ein Leitfaden zu Vorlesungen von Dr. Heinrich Hoffmann an der Universität Breslau*. Breslau.
- KSIĘŻYK, Felicia (2015): *Kształcenie w Instytucie Filologii Germańskiej UO* [Zur Ausbildung am Institut für deutsche Philologie der Universität Opole]. In: LASATOWICZ, Maria Katarzyna/PELKA Daniela (eds.): *25 lat Instytutu Filologii Germańskiej Uniwersytetu Opolskiego* [25 Jahre des Instituts für deutsche Philologie der Universität Opole]. Opole, 41–56.
- MASNYK, Marek (2018): *Uniwersyteckość naszego uniwersytetu wyzwaniem na najbliższe lata* [Der universitäre Charakter unserer Universität als Herausforderung für die nächsten Jahre]. In: *Indeks. Pismo Uniwersytetu Opolskiego*, 7-8. Opole, 41–46.
- PARP – GRUPA PFR: *CSR – Społeczna odpowiedzialność biznesu* [CSR – Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen]. URL: <https://www.parp.gov.pl/csr#csr>, Stand vom 26.05.2025.
- PELKA, Daniela (2024): *Von klassischer Germanistik zu Deutsch als Berufs- und Fachsprache? Zu den Veränderungen in der universitären germanistischen Ausbildung in Polen*. In: SAVA, Doris/TICHY, Ellen (Hrsg.): *Deutsch als arbeitsmarktrelevante Zusatzqualifikation in Mittel-, Ost- und Südosteuropa*. Berlin, 31–53.
- PSZCZÓŁKOWSKI, Tomasz G. (2012): *Die deutsche Philologie als wissenschaftliche und akademische Disziplin in Zeiten des Wandels – Versuch der Bestimmung ihrer Herausforderungen in der Gegenwart*. In: MAŁECKI, Robert/PSZCZÓŁKOWSKI, Tomasz G. (Hrsg.): *Deutsche Philologie angesichts der Herausforderungen der Moderne*. Warszawa, 13–21.
- SITEK, Marek (2019): *Der Fachbereich Deutsch in Recht und Wirtschaft am Institut für Germanistik der Universität Opole/Oppeln. Einige Bemerkungen zur Wechselbeziehung zwischen profilorientierter Hochschulbildung und beruflichen Perspektiven*. In: *Studia Niemcoznawcze* [Studien zur Deutschkunde], Nr. 63. Warszawa, 107–116.
- STUDIENPROGRAMM: <https://wfil.uni.opole.pl/wp-content/uploads/sites/81/Harmonogram-studiow-jezyk-niemiecki-w-biznesie-i-komunikacji-publicznej.pdf>, Stand vom 3.07.2025.
- URZĄD STATYSTYCZNY W OPOLU: *Procesy demograficzne w województwie opolskim w latach 2000–2019 oraz w perspektywie do 2040 r.* [Demografische Prozesse in der Woiwodschaft Oppeln in den Jahren 2000–2019 und bis zum Jahr 2040]. URL: https://bip.stat.gov.pl/files/gfx/bip/pl/defaultstronaopisowa/1568/1/1/4._opolskie.pdf, Stand vom 10.04.2025.
- WOLNY-PEIRS, Maja (2005): *Język sukcesu we współczesnej polskiej komunikacji publicznej* [Die Sprache des Erfolgs in der heutigen polnischen Öffentlichkeitskommunikation]. Warszawa.
- WULFE, Hans Jürgen: *Kommunikologie*. URL: <https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/k:kommunikologie-4762>, Stand vom 20.04.2025.
- ZIAJA, Ryszard (2024): *Korzyści i granice wykorzystania sztucznej inteligencji na lekcjach języka niemieckiego na przykładzie ChatGPT* [Vorteile und Einschränkungen des Einsatzes künstlicher Intelligenz im Deutschunterricht am Beispiel von ChatGPT]. In: *Neofilolog. Nauczanie języków obcych w złożonej i dynamicznej rzeczywistości* 62/2 [Fremdsprachenunterricht in einer komplexen und dynamischen Wirklichkeit]. Poznań/Wrocław, 521–540.
- ZIEGLER, Birgit (2016): *Sprachliche Anforderungen im Beruf – Ein Ansatz zur Systematisierung*. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.bibb.de/veroeffentlichungen/de/publication/download/8178&ved=2ahUKewi57LKy95iOAxWwFxAIHdokOLUQFnoECBY-QAQ&usq=AOvVaw25v7U8KWRHJQXFdpCCI-Lt>, Stand vom 10.06.2025.