

Jan Čapek\*

## **TATORT TSCHECHIEN: DEUTSCH IM TOTEN WINKEL**

### **CRIME SCENE IN THE CZECH REPUBLIC: GERMAN IN THE DEAD CORNER**

Der Artikel beschreibt die Tendenzen und die Lage des Deutschen als Unterrichtssprache im tschechischen Schulwesen und vergleicht es mit den Bedürfnissen der Wirtschaft, die viel höher sind als das Schulwesen produziert. Es wird die gegenwärtige Lage auf dem Arbeitsmarkt in Tschechien ausgewertet, wo nicht nur Fachkräfte mit entsprechenden Deutschkenntnissen, sondern auch andere Arbeitskräfte fehlen. Es wird auch diese deutliche Diskrepanz zwischen der Anzahl der Schüler und Studenten mit verlangten Deutschkompetenzen (Grundschulen, Gymnasien, Universitäten) und dem Begehren der Wirtschaft und Verwaltung (Industriekonzerne, Energiewirtschaft, Banken, Handel, Staatsverwaltung und Archive) nachgewiesen und begründet. Am Fallbeispiel Call-Zentren wird erläutert, auf welche Weise die bestehenden Germanisten aus- und fortgebildet bzw. aus dem Ausland geholt werden müssen.

**Schlüsselwörter:** Deutsch, Tschechien, Schulwesen, Arbeitsmarkt, Fachkräfte, Deutschkenntnisse, Fachkompetenzen, Schulsystem

The article describes the level and the tendencies of German as a language of instruction in the Czech school system and compares them with the needs of business that are much higher than the school system provides. The current situation on the labour market in the Czech Republic, where not only skilled workers with the appropriate knowledge of German, but also other workers are missing, is evaluated. This obvious discrepancy between the number of pupils and students (primary schools, secondary schools, universities) who have an adequate command of German and the number of staff that is required by business and administration (industrial production, energy industry, banks, trade, state administration and archives) is proved and justified. The case

---

\* PhDr., Ph.D., Univerzita Pardubice, Tschechien.

example of call-centres explains how the current German speaking employees have to be trained, or some other ones have to be brought from abroad.

**Keywords:** German, Czech Republic, school system, labour market, knowledge of German, business

*Das Leben ist zu kurz, um Deutsch zu lernen*  
Mark Twain

*Berlin ist schon die Welt*  
Tomáš Kafka

Deutsch war und ist für Tschechen weitaus mehr als nur irgendeine Fremdsprache. In Böhmen und Mähren hat man zu Deutsch ein ambivalentes Verhältnis, denn in der Vergangenheit war Deutsch oft zwangsverordnet, benötigt, erstrebt, geliebt sowie verhasst, verboten, verpönt, wiederentdeckt, neu bewertet. Zu intensiv und bewegt war die Geschichte des Deutschen in Böhmen und Mähren während der letzten 100 Jahre, zu viele Emotionen gab es im deutsch-tschechischen Verhältnis. Vor der Samtenen Revolution 1989 war die Pflichtsprache Nummer eins ab der vierten Klasse an allen Schulen Russisch. In Grundschulen kam ab der siebten Klasse noch eine andere Fremdsprache als fakultatives Fach dazu, am häufigsten eben Deutsch, denn es gab noch genug Lehrer, die zwar keine Diplomgermanisten waren, Deutsch jedoch noch aus dem Protektorat Böhmen und Mähren oder aus dem Totaleinsatz im Dritten Reich praktisch kannten. Auf speziellen Sprachschulen meistens in Kreisstädten wurden neben dem Russischen auch Deutsch, Englisch eventuell auch Französisch als obligatorische Fächer unterrichtet. Auf den tschechischen Gymnasien war die übliche Praxis so, dass die ganze Klasse Russisch lernen musste, die Hälfte dann Englisch und die andere Hälfte Deutsch als zweite Fremdsprache. Das Abitur in Russisch war Pflicht, alle anderen Fremdsprachen dann ein Wahlfach.

Seit der Wende hat sich wieder Pragmatismus im Sprachgebrauch durchgesetzt und ist jede Ideologie losgeworden. Russisch wurde als erste Fremdsprache sofort abgeschafft und Deutsch und Englisch wurden parallel zu wichtigsten Unterrichtssprachen an tschechischen Schulen. Nach 2000 hat sich die Situation allmählich geändert, das Deutsche konnte mit dem Englischen nicht mehr Schritt halten. Deutsch zu können ist bis jetzt als Qualifikation zwar ein großer Vorteil, aber kein entscheidender. Englisch ist unangefochten die Nummer eins unter den Fremdsprachen, sperrt diese Sprache doch das Tor in die große, weite Welt ganz weit auf. Englisch wird vermehrt auch als Korrespondenzsprache mit deutschen Gesprächspartnern genutzt, selbst im Tourismus setzt man eher auf inter-

national, als auf die Sprache der Nachbarn. Gemeinsam mit den Weltsprachen Französisch und Spanisch und dem für Tschechen relativ einfach zu erlernenden Russisch kämpft das Deutsche um den Status der zweiten lebenden Fremdsprache im Lande. Zum dramatischen Herabsetzen des Deutschen im tschechischen Schulwesen haben neben den allgemeinen globalen Faktoren (Wirtschaft und Handel, Fremdenverkehr, Musik, Filme, Internet und Sozialnetze sowie allgemeine Kommunikationssprache der Jugendlichen, Studium in angelsächsischen Ländern) vor allem zwei Entscheidungen beigetragen. In den Jahren 2004–2013 war die zweite Fremdsprache an allen tschechischen Grundschulen nur ein fakultatives Fach, in Konkurrenz mit anderen, nicht linguistischen Unterrichtsfächern. Aus pragmatischen Gründen wählten viele Schüler bzw. ihre Eltern einen einfacheren Weg, bessere Noten und einen reibungslosen Übergang an weiterführende Schulen (Gymnasien oder Fachschulen, bzw. begehrte Berufsschulen). Dazu kam die Entscheidung von Deutschland und Österreich, nach dem EU-Beitritt von mittel- und osteuropäischen Ländern am 1.5.2004 eine siebenjährige Übergangsfrist für die Freizügigkeit dieser Bürger für ihren Arbeitsmarkt festzulegen, in der die Arbeitsgenehmigungen für Tschechen, Slowaken, Ungarn, Polen und andere Staatsbürger aus Mittel- und Osteuropa sehr reduziert oder sogar unmöglich waren, und zwar aus Angst vor einer Bedrohung der Arbeitsplätze für Deutsche und Österreicher. Diese zwei Maßnahmen haben die Motivation der Tschechen, Deutsch zu lernen, wieder ziemlich viel untergraben und sind als Hauptursachen des tiefen Nachlassens des Interesses am Deutschunterricht verantwortlich.

Der spürbare Trend der letzten Jahre, dass das Deutsche europaweit mehr und mehr an Bedeutung verliert, kopiert Tschechien auch, obwohl sich das Land im Herzen Europas in einer ganz anderen geographischen und wirtschaftlichen Situation befindet, als andere osteuropäische Länder. Die gemeinsame Grenze mit Deutschland beträgt 818 km, mit Österreich 460, es gibt also das Grenzgebiet mit dem deutschsprachigen Raum von insgesamt 1278 km, daraus ergeben sich viele grenzüberschreitende Aktivitäten im Fremdenverkehr, Sport, Kultur oder in der Wirtschaft und Erwerbstätigkeit (Pendler, Saisonarbeiter). Darüber hinaus arbeiten in Tschechien gegen 250 000 Beschäftigte direkt oder indirekt für deutsche sowie österreichische und schweizerische Firmen (RWE, E.ON, REWE-Group, Kaufland, Lidl, Globus, Metro, Volkswagen, Continental, Porsche, Siemens, Bosch, Wienerberger, Voest Alpine, Deutsche Telekom, Schaeffler Group, Frimark, Apag, Die Erste und viele andere), der tschechische Export ist mit 32% auf Deutschland sowie mit 4% auf Österreich ausgerichtet, der tschechische Import ist wieder mit 31% mit Deutschland sowie mit 4% mit Österreich ganz eng verbunden. Und die Firmen brauchen immer mehr Mitarbeiter, die neben Englisch auch Deutsch beherrschen (Firmensprache, Schulungen, innere Vorschriften und Richtlinien, Kommunikation mit deutschen Kunden

usw.) Trotz dieser Fakten hat jedoch die Anzahl der tschechischen Schüler, die den Deutschunterricht besuchen, deutlich nachgelassen und genauso ist es auch an Universitäten und Hochschulen mit Germanistikstudiengängen. Neben den schon erwähnten Ursachen (Abschaffung der obligatorischen zweiten Fremdsprache an tschechischen Grundschulen sowie die Übergangsfrist für die Freizügigkeit auf dem deutschen und österreichischen Arbeitsmarkt 2004–2011) kamen auch allgemeine globale Tendenzen dazu (d.h. eine fast totale Priorität in allen Bereichen – Politik, Wirtschaft, Mode, Musik, Film, Tourismus, Sport u.v.a.), demographische Entwicklung in Tschechien (in den Jahren 1995–2003 ist die Geburtenrate um die Hälfte der Geburtenrate vor der Wende gesunken) auch die Tatsache, dass die Eltern, die für ihre Kinder Deutsch als erste Fremdsprache erkämpften, von Direktoren darauf hingewiesen wurden, dass sie nicht in der Lage sein müssen, die Unterrichtskontinuität zu garantieren, sodass Englisch praktisch zur Sprache Nummer eins geworden ist und den Eltern sowie Kindern vom Deutschen abgeraten worden ist. Und es wurde ebenfalls nachgewiesen, dass die Schüler, die Deutsch als erste Fremdsprache lernen, motiviert und zugleich erfolgreich sind, wenn sie sich Englisch als zweite Fremdsprache aneignen. Umgekehrt ist überhaupt nicht der Fall, bei Englisch als erster Fremdsprache ist man meistens nicht mehr motiviert, irgendeine andere Fremdsprache zu lernen.

Während also der Anteil der Deutsch lernenden Schülerinnen und Schüler seit den 1990er Jahren kontinuierlich sinkt, erlebt der Deutschunterricht in der Erwachsenenbildung ständig eine relativ große Nachfrage, um die Defizite des tschechischen Schulwesens auszugleichen, die Firmen müssen nämlich ihr Personal sprachlich selber ausbilden. Auch andere mittel- und osteuropäische Länder, also Polen, die Slowakei und Ungarn, haben den Spracherwerb des Deutschen für die junge Generation vernachlässigt: Deutsch ist immer noch die meistgesprochene Sprache in der EU, fungiert im mittel- und osteuropäischen Raum traditionell als Verständigungssprache (z. B. zwischen Tschechen und Ungarn oder Rumänen) und hat eine enorme wirtschaftliche Stärke. Außerdem wird Deutsch nach dem Austreten von Großbritannien aus der Europäischen Union noch stärker und die Rolle des Englischen in Europa bzw. in Mittel- und Südeuropa wieder schwächer. Die Kenntnis der deutschen Sprache ist auch für den schlep-penden kulturellen Austausch zwischen Tschechen und den deutschsprachigen Nachbarn von immenser Bedeutung, die meisten Erasmus-Studenten aus Tschechien reisen an die deutschen Universitäten, immer mehr Studenten schließen sogar ihr volles Studium in Deutschland ab. Es ist daher bei allem Verständnis für die Präferenz des Englischen oder für den Sparkurs der einzelnen Regierungen in den MOE-Ländern unverständlich, dass gerade hier beim Angebot des Deutschunterrichtes für Kinder und Jugendliche gespart wird und den Jüngsten Chancen genommen werden, die sie sich als Erwachsener womöglich teuer in Privatkursen erkaufen müssen.

Zum Glück entschied sich das Bildungsministerium in Tschechien im Jahre 2013 für grundlegende Änderungen im Lehrplan, die auch den Fremdsprachenunterricht betreffen. Nachdem die Pisa-Studien der vergangenen Jahre den tschechischen Schülern im internationalen Vergleich eher unterdurchschnittliche Kenntnisse bescheinigt hatten, reagierte das Bildungsministerium im Januar 2013 mit einer Korrektur des Rahmenlehrplans. Bereits in der 5. Klasse wird nun mit dem Bruchrechnen begonnen und vor allem ist eine zweite Fremdsprache spätestens ab dem 8. Schuljahr obligatorisch und nicht mehr fakultativ wie früher, was für Deutsch sehr negativ war, da praktisch überall Englisch als erste Fremdsprache gewählt wurde und für Deutsch sich auf tschechischen Schulen nur ein paar Schüler interessierten. In der neunjährigen Grundschulausbildung in Tschechien stand bisher nur eine Fremdsprache verpflichtend auf dem Lehrplan; sie musste ab der dritten Klasse erlernt werden. Die meisten Schüler entschieden sich für Englisch. Eine zweite Fremdsprache wurde in den späteren Schuljahren im Gegensatz zu den meisten anderen EU-Staaten lediglich als Wahlfach angeboten. Die zusätzliche Fremdsprache soll nun in sechs Wochenstunden unterrichtet werden, die sich über einen ausgewählten Zeitraum an Unterrichtsjahren zergliedern. Die Schüler entscheiden dabei selbst, in welchen Klassenstufen ihrer Grundschulausbildung sie die neue Sprache erlernen wollen. Französisch oder Deutsch könnten sie beispielsweise in jeweils drei Wochenstunden in der achten und neunten Klasse oder in jeweils zwei Stunden von der siebten bis zur neunten Klasse pauken. Noch vor einigen Jahren hatten sich knapp 60 Prozent der Schulleiter gegen die verpflichtende Einführung einer Zweitsprache ausgesprochen. Laut einer Umfrage des Bildungsministeriums hielten das die meisten Direktoren für unsinnig. Eine Zweitsprache würde die Kinder übermäßig belasten, zumal die Schulen nicht über genügend Geld verfügten, weitere Lehrkräfte einzustellen. Die Tatsache, dass praktisch jedes afrikanische Kind einige Sprachen ohne Mühe spricht (überregionale Amtssprache, regionale und lokale Stammsprachen, Englisch oder Französisch als Amts- und Schulsprache), wurde dabei total ignoriert und Unterfinanzierung war bis vor kurzem ein ewiges Problem des tschechischen Schulwesens an allen Ebenen, in der primären, sekundären sowie tertiären Ausbildung. Erst seit dem Schuljahr 2019/20 können jetzt die Schulen das Geld vom Staat aufgrund von Unterrichtsstunden bekommen, also nicht nur nach der Anzahl der Schüler, was größere Schulen begünstigte und kleine Schulen benachteiligte. Immerhin bleibt jedoch das große Problem einer nicht garantierten Kontinuität der zweiten Fremdsprache an weiterführenden Schulen teilweise ungelöst, was sich wieder für Deutsch negativ auswirkt. Ebenfalls fehlen im tschechischen Schulwesen didaktisch-methodische Ansätze der wissenschaftlich gestützten Mehrsprachigkeit, also einer inhaltlichen linguistischen Verbindung zwischen einzelnen Fremdsprachen, wo vor allem im Englisch- und Deutschunterricht viele Grammatik- und Wortschatzanalogien vorhanden sind,

in der Praxis jedoch meistens vernachlässigt werden. Die einzelnen Fremdsprachen werden also voneinander isoliert unterrichtet und das Bildungsministerium hat es bis jetzt noch nicht geschafft, ein einheitliches Konzept der Mehrsprachigkeit zu gestalten.

Um Deutsch zu helfen und den rückläufigen Deutschkenntnissen in Tschechien entgegenzuwirken, hat sich 2011 in der Deutschen Botschaft in Prag eine Aktion ganz der Imagekorrektur des Deutschen verschrieben: Goethe-Institut Prag, Österreichisches Kulturforum sowie die Botschaften von Deutschland und Österreich haben die Sprachkampagne „Šprechtíme“ (tschechisch umgangssprachlich so etwas wie „Lasst uns Deutsch sprechen“) eröffnet, vor allem für Deutsch lernende Schülerinnen und Schüler sowie für Eltern und Pädagogen aus ganz Tschechien. Der Auslöser für diese Kampagne war die Tatsache, dass die deutschen Wirtschaftsvertreter in Tschechien festgestellt haben, dass nicht mehr genug junge Leute zur Verfügung stehen, die nicht nur fachlich und beruflich gut qualifiziert sind, sondern auch Deutsch sprechen. Und eben vor allem deutsche, aber auch österreichische und schweizerische Unternehmen brauchen qualifizierte, Deutsch sprechende Arbeitskräfte, und zwar direkt in Tschechien, sie haben keine Absichten, geeignete Arbeitskräfte nach Deutschland abzuwerben. Firmen aus den deutschsprachigen Ländern in Tschechien weisen auf die rückläufige Tendenz in Deutschkenntnissen bei Bewerbern um Arbeitsplätze hin. Die Zahl der Schüler, die Deutsch lernen, war in den letzten Jahren stets rückläufig. Bei dieser Kampagne stehen im Mittelpunkt nicht nur die Möglichkeiten des Spracherwerbes, besonderes Augenmerk ist auch auf die diversen beruflichen Möglichkeiten mit Deutsch gerichtet und dabei werden auch deutschsprachige Medien in Tschechien präsentiert. Dazu wird immer mehr das Thema Mehrsprachigkeit diskutiert und Synergie des Englisch- und Deutschunterrichts erwogen. Dabei sollten die Schüler einzelne Fremdsprachen an unterschiedlichen Ebenen (z. B. die erste Fremdsprache B2, die zweite Fremdsprache A2 usw.) beherrschen und die Lehrer sollten den Unterricht an der kommunikativen Praxis orientieren, nicht so sehr auf Grammatik pochen, sondern die lebendige Sprache in den Vordergrund stellen. In diesem Sinne hat Tschechien jedoch ein großes Problem, dass man im öffentlich-rechtlichen Fernsehen oder Rundfunk gar keine Sprachkurse anbietet und nahezu alle Filme synchronisiert werden. In anderen Ländern – vor allem in Skandinavien, in den Niederlanden oder auch in Balkanländern (Kroatien, Slowenien, Serbien) wachsen die Menschen durch das Fernsehen mit anderen Sprachen auf und dies bringt auch einen großen komparativen Vorteil für das Erwerben der Sprachkenntnisse der Kinder aus diesen Gebieten gegenüber den Ländern mit dem orthodoxen Benutzen der Muttersprache in allen Medien. Die Šprechtíme-Kampagne versuchte mit neuen Methoden, das Vorurteil zu überwinden, dass Deutsch eine schwer zu erlernende Sprache ist und beweist, dass Deutschlernen auch Spaß machen kann. Ganz

bewusst wendet sie sich an die Eltern, denn diese haben einen entscheidenden Einfluss darauf, was die Kinder lernen sollen. Dabei will man das Bewusstsein schaffen, dass Deutsch zu sprechen für die Berufschancen der eigenen Kinder von Bedeutung ist. Die Kampagne entwickelte seit dem Jahr 2011 eine Vielzahl an Projekten. In den ersten Monaten wurde mit Plakaten und Radiospots auf die Kampagne hingewiesen. Das Goethe-Institut gründete die Šprechtíme-Website [www.sprechtime.cz](http://www.sprechtime.cz). Am 27. April 2012 wurde ein Memorandum unterzeichnet zwischen dem Rat der Assoziation der Regionen der Tschechischen Republik (AKČR) und der österreichischen sowie der deutschen Botschaft zur Förderung der Mehrsprachigkeit, es wurde eine Roadshow gestartet, also eine fahrende Šprechtíme-Bühne mit Stationen auf großen Plätzen in allen Kreishauptstädten der Tschechischen Republik (Neben spielerischen pädagogischen Angeboten für Schulklassen gab es Podiumsdiskussionen mit Vertretern aus Politik, Bildung und Wirtschaft sowie Musik, Lesungen und vieles mehr), Aktionstage unter dem Motto „Ein Tag mit Deutsch“. Es wird jedes Jahr der Deutschlehrerpreis unter der Schirmherrschaft des tschechischen Bildungsministers und in Zusammenarbeit mit dem tschechischen Germanisten- und Deutschlehrerverband veranstaltet und besonders engagierte Deutschlehrerinnen und Deutschlehrer in Tschechien werden ausgezeichnet, die mit innovativen Unterrichtsprojekten Werbung für das Schulfach Deutsch als Fremdsprache machen. Die Gewinner werden jedes Jahr feierlich in der Deutschen Botschaft in Prag geehrt. Ferner findet eine Feierstunde in den Schulen der Gewinner statt. Seit 2015 organisiert der Lehrstuhl für Fremdsprachen der Universität Pardubice den **„Tag der deutschen Sprache“** und anschließend findet die internationale Konferenz **„Interkulturelle und transkulturelle Dimension im linguistischen, kulturellen und historischen Kontext“** statt, wo die meisten Beiträge auf Deutsch vorgetragen werden. Der Tag der deutschen Sprache wird direkt unterstützt vom VDS sowie von der Deutschen Botschaft in Prag. Die Veranstaltung widmet sich vor allem Germanisten, Deutschlehrern, Studenten und Schülern sowie Interessenten für Deutsch aus Schulen, höheren Ausbildungseinrichtungen sowie Firmen mit Beteiligung/Kooperationen aus dem deutschsprachigen Raum mit dem Ziel, Deutsch in Böhmen und Mähren zu stärken und zu unterstützen.

Englisch muss sein. Das bestreiten weder die Vertreter der deutsch-tschechischen Industrie- und Handelskammer (DTIHK) noch die Botschafter der beiden deutschsprachigen Nachbarländer Tschechiens. Es gehe nicht um eine Konkurrenz zwischen den beiden Fremdsprachen, sind sich Diplomaten und Wirtschaftsvertreter einig. Bei der Jobsuche seien vielmehr junge Menschen im Vorteil, die beides beherrschten, Deutsch und Englisch. Eine Studie der DTIHK, die 2015 vorgestellt wurde, soll das belegen: Befragt wurden 275 Unternehmen in Tschechien. 88 Prozent gaben an, Deutschkenntnisse seien für ihre Firma wichtig oder sehr wichtig, 89 Prozent bezeichneten Englischkenntnisse als un-

erlässlich. Befragt wurden vor allem Mitgliedsunternehmen der DTIHK und andere Firmen mit deutscher Beteiligung, sodass das Ergebnis auf den ersten Blick nicht sehr überraschend ausfällt. Deutsche Sprachkenntnisse sind der Umfrage zufolge vor allem gefragt, wenn mit deutschsprachigen Kunden, mit der Muttergesellschaft oder mit Vorgesetzten kommuniziert werden muss. Nähe zum Kunden und auch Deutschkenntnisse der Mitarbeiter seien wichtige Voraussetzungen. Die Unternehmen schafften es jedoch nicht allein, Fachkräften wie Ingenieuren die nötigen sprachlichen Kompetenzen zu vermitteln. Dazu braucht man Initiativen im Bildungsministerium, in Schulen, weiterführenden Schulen, an Universitäten, in Medien sowie in der ganzen Gesellschaft.

An öffentlichen Universitäten und Hochschulen, wo die meisten tschechischen Studenten studieren, ist die Auswahlpraxis meistens so, dass bei der Wahl der Fremdsprache die Studenten nur in eine ausgeschriebene Unterrichtsstunde kommen dürfen, da die Anzahl von Fremdsprachenunterrichtsstunden oft sehr reduziert ist. Dabei gibt es zahlreiche Studiengänge und deren Kombinationen, sodass die Studenten manchmal vergeblich nach einem freien Termin/Platz für Fremdsprachen suchen. Eine der Folgen von diesem Zustand ist, dass viele Studenten „ewige Anfänger“ sind (sie finden im neuen Semester keine entsprechende Kontinuitätsmöglichkeit), unter den Fremdsprachen überspringen sie im europäischen Referenzrahmen höchstens B1, eher erreichen sie jedoch nur A2. Die meisten Universitäts- und Hochschulstudenten bevorzugen Englisch. Nach dem Einstufungstest beim Semesterbeginn werden sie einer entsprechenden Studiengruppe zugewiesen, wo sie entweder gleich ihr vorgeschriebenes Niveau erreichen, oder wo sie dann eventuelle weitere höhere Kurse absolvieren, um den vorgegebenen Abschluss zu erreichen. Ein Semester hat jedoch meistens 13 Semesterwochen mit 2–4 wöchentlichen Unterrichtsstunden, sodass ein Progress kaum zu erwarten ist. Kleine Gruppen, spezialisierte Kurse (Wirtschaftssprache, Korrespondenz, Akademisches Schreiben, Arbeit mit Fachtexten, Konversation mit Muttersprachlern) sind eher Rarität als Realität. Im Endeffekt kann die Lücke zwischen dem Abitur (B1) und dem verlangten Output in der tertiären Ausbildung (B2) kaum noch überbrückt werden und die Studenten sind oft auf ihre eigenen Initiative im Bereich von Fremdsprachen angewiesen (Buddy-Systeme, also als Betreuer für ausländische Studenten, frei angebotene Fremdsprachenveranstaltungen an Universitäten und weitere konventionelle Mittel). Auch die ECTS-Anzahl (Kreditpunkte für erreichte Leistungen) sind häufig sehr niedrig und bei einer zweiten oder dritten Fremdsprache entsprechen sie oft denen wie bei Aerobic oder Volleyball, wo nur 85% Anwesenheit reicht. Auch diese Tatsache stellt keinen großen Motivationsfaktor dar, sich den Fremdsprachen während des Hochschulstudiums enthusiastisch zu widmen, wenn man nicht beabsichtigt, einen Erasmus-Studienaufenthalt zu absolvieren.

Noch schlimmer sieht die Situation an allen historischen Fächern aus, wo mindestens passive Deutschkenntnisse wegen der Archivmaterialien absolut notwendig

sind. Wegen einem allgemeinen Verfall der Inputkompetenz der Studenten bei der Immatrikulation (aufgrund der demographischen Krise wird praktisch jeder Bewerber um den Studienplatz aufgenommen) müssen die defizitären Deutschkenntnisse nachgeholt werden, wozu jedoch wenige Unterrichtsstunden angeboten werden und trotzdem immer weniger realistische Anforderungen im Syllabus sowie im Absolventenprofil eingestellt werden. Es wurde immer davon ausgegangen, dass sich die Inputkompetenz der angehenden Hochschulstudenten nach dem Abitur zwischen A2-B1 bewegt. Diese Voraussetzung ist meistens völlig übertrieben, das Niveau verläuft zwischen A1-A2 im besten Fall, ein Teil der Geschichtsstudenten hat bis jetzt mit Deutsch nie angefangen und muss eine starke Initiative entwickeln, diesen Mangel nachzuholen. Also auch in der tertiären Ausbildung sind Reformen im Sprachunterricht notwendig. Im Unterschied zu Grundschulen und Gymnasien (Haushaltsorganisationen), haben alle öffentlichen Universitäten und Hochschulen eine juristische Subjektivität (Beitragsorganisationen) und können das Geld nach inneren selbständigen Regeln verteilen. Ob sie den Fremdsprachenunterricht mehr oder weniger fördern werden, hängt also nur von ihnen ab und der Staat hat keine höhere Gewalt, diese individuellen Entscheidungen zu beeinflussen.

Auf dem tschechischen Arbeitsmarkt agieren praktisch alle deutschen Konzerne (Energiewirtschaft, Telekommunikationen, Auto- sowie Maschinenbauindustrie, Handel und Dienstleistungen), ihre Unternehmensvorhaben und Investitionen bleiben langfristig orientiert und stabil. Nach und nach verlegen die Firmen nach Tschechien nicht nur ihre Produktion (vor allem wegen niedrigeren Lohnkosten), sondern investieren auch in die Forschung, Wissenschaft, Entwicklung und Innovationen, also in die Bereiche, die früher den Mutterfirmen vorbehalten wurden. Die steigende Anzahl der Arbeitsmöglichkeiten, die solide Deutschkenntnisse verlangt, gemeinsam mit einer sehr niedrigen Arbeitslosenquote in Tschechien (für 2019 ständig unter 3% mit 300–350 000 freien Plätzen) verursacht, dass die Firmen ihre eigenen Mitarbeiter aus- und fortbilden müssen, geeignete Mitarbeiter von anderen Firmen mit einem höheren Gehalt abzuwerben versuchen oder einfach Gastarbeiter holen müssen (Ukraine, Balkanländer, Rumänien, Bulgarien, Moldau, Philippinen, Indien, Mongolei usw.) und dann ausbilden. Neben einfachen Berufen (Fließbandarbeit, Lagerräume, Maschinenbedienung) gibt es auch eine Reihe von Arbeitsstellen, die eine aktive Beherrschung von Fremdsprachen, darunter auch Deutsch verlangen. Neben großen deutschen Konzernen gehören zu diesen Arbeitgebern auch Call-Zentren für unterschiedliche Dienstleister (Banken und Versicherungsanstalten, E-Shops, Großhandelsbetriebe), die von Tschechien aus das ganze Europa betätigen, wenn sie auf Englisch kommunizieren sowie den deutschsprachigen Raum bedienen im Falle der deutschen Sprache. Nur auf Internetseiten [job.cz](http://job.cz) sind aktuell tausende Anzeigen von 4 338 tschechischen<sup>1</sup>, deutschen oder

---

<sup>1</sup> <https://www.jobs.cz/hledani-dle-firem/?page=4> [Zugriff am 23.02.2020].

internationalen Firmen, die auf der Suche nach Mitarbeitern sind, viele davon mit Fremdsprachen- und Deutschkenntnissen (SAP, Amazon, Continental, T-Mobile, Bosch-Group, ABB, Škoda-Auto und viele andere). Die angebotenen Gehälter vor allem für mittleres Management oder für verschiedene Fachleute sind dann überdurchschnittlich. Diese paradoxe Situation kippte vollkommen den Verlauf von Interviewgesprächen mit Kandidaten in HR-Abteilungen. Früher stellten die potenziellen Arbeitgeber ihre Aufnahmebedingungen (entsprechende Ausbildung/Diplome/Abschlüsse, Sprach- und EDV-Kenntnisse, eine gewisse Praxis und andere notwendige Kompetenzen) vor, heutzutage stellen oft die erworbenen Angestellten ihre eigenen Bedingungen, bei deren Erfüllung sie eine eventuelle Jobannahme bedenken. Neben der entsprechenden Lohn- und Gehaltshöhe werden auch weitere Benefits verlangt, wie z. B. eine Woche mehr Urlaub, ein Tag Home-Office-Arbeit pro Woche, Kantine oder Essensmarken, Diensthandy oder Dienstlaptop, gleitende Arbeitszeit und vieles mehr.

Ein ganz spezielles Angebot auf dem tschechischen Arbeitsmarkt stellen aus der Sichtweise des Fremdsprachenstudiums Call-Zentren dar, die Mitarbeiter mit spezifischen Kompetenzen brauchen und wo eine vollkommene Fremdsprachenkompetenz eine wichtige Voraussetzung ist. E-Shop-Firmen (Amazon) oder Supermarktketten (Tesco) beauftragen aufgrund der Outsourcing-Philosophie externe spezialisierte Firmen mit dem notwendigen Kundenservice, der in der Fachkommunikation mit Klienten besteht und vor allem unterschiedliche Reklamationen bzw. Beschwerden erledigt. An vielen Orten der Tschechischen Republik entstehen Call-Zentren (z. B. Brno für englischsprachige, Pardubice für deutschsprachige Klienten), ihre Auswirkungen sind weitreichend, erstrecken sich über fast ein hundert Länder und interagieren mit einem großen Teil der Weltbevölkerung, wobei diese Art von Wachstum ohne das Engagement eigener Mitarbeiter nicht möglich gewesen wäre. Der Erfolg von diesen Call-Zentren sowie ihre Imagebildung ist völlig von den Mitarbeitern abhängig (in der internen Firmensprache werden die Mitarbeiter als Agenten bezeichnet), wenn die Unternehmen einen hervorragenden Kundenservice bieten möchten. Der Erfolg der Firma ist auch der Erfolg der Agenten und umgekehrt. Zu den Aufgaben der Angestellten gehören: Kommunikation mit Kunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, Beantwortung von Kundenanfragen per E-Mail, Chat und Telefon, Bereitstellung von Anleitungen zur Verwendung der neu gekauften Geräte sowie Anleitung zur Durchführung einer Reparatur, falls erforderlich. Die Bewerber sollten folgende Arbeitsanforderungen erfüllen: Muttersprache Deutsch bzw. Deutschkenntnisse auf B2-C1-Niveau, hervorragende Schreibfähigkeiten, Soft Skills und Höflichkeit und Vertrautheit mit Technologie. Aufgrund der mangelhaften Situation auf dem tschechischen Arbeitsmarkt (eine niedrige Anzahl von geeigneten Bewerbern mit hervorragenden Deutschkenntnissen) werden neue Mitarbeiter durch zertifizierte Instruktoressen sowohl sprachlich als auch tech-

nisch geschult, durch wettbewerbsfähige Monatsgehälter sowie mit Prämien für einwandfreie Arbeit belohnt, mit zahlreichen Benefits sowie weiteren Vorteilen und Rabatten ausgestattet, mit professionellen Wachstums- und Entwicklungsmöglichkeiten im Rahmen des Unternehmens motiviert und unter Umständen werden für sie auch berufsorientierte und gezielte Deutschkurse organisiert. Eine nicht unbedeutende Anzahl von Agenten muss im Ausland, vor allem in der Ukraine rekrutiert und eingearbeitet werden. Die Agenten müssen dabei positive und empathische Dialoge mit meistens unzufriedenen oder sogar aufgeregten Klienten beherrschen (fast immer werden Reklamationen oder Beschwerden erledigt), sie müssen schnell eine zufriedenstellende Lösung finden, bestimmte Redewendungen fast automatisch anwenden, Informationen weiterleiten, Gesetze oder Richtlinien für den Verbraucherschutz beachten sowie die ganze Schicht ruhig, objektiv, empathisch und sachlich bleiben. Darüber hinaus müssen sie sich mit unterschiedlichen deutschen, österreichischen oder schweizerischen Dialekten auseinandersetzen. Jedes Gespräch wird aufgenommen und eventuell später mit Vorgesetzten/Trainern analysiert und ausgewertet. Jeder Fehler könnte einen Geldabschlag bedeuten, ideal ist eine reibungslose Kommunikation, die einen unzufriedenen Kunden beschwichtigt und für sein (oft mutmaßliches) Unrecht oder für eine zeitliche Verzögerung der Sendung entschädigt. Da der Sektor von Supermärkten und E-Shops unheimlich schnell wächst, erhöht sich auch der Bedarf nach Fachkräften, die diese Arbeit leisten können (deutschsprachige Firmen arbeiten auf zwei Schichten, englischsprachige sogar auf drei, um die ganze Welt zu bedienen). Die Agenten müssen bei ihrer anspruchsvollen Arbeit den ersten Eindruck beachten (man muss sich freundlich und mit einem Gruß vorstellen, wobei der Firmenname ans Ende der Begrüßung gehört), auf ihre Körpersprache achten (im Stress krümmen sich die Menschen zusammen und die Stimme klingt gepresst und weniger souverän), eine glaubwürdige Stimmlage benutzen (keine hohen Töne) und präzise artikulieren (vielleicht auch Mundmotorik trainieren), man sollte sich kurz und bündig fassen (weitere Kunden warten schon), auf einen geschickten Gesprächsaufbau achten, der zum Ziel führt (man sollte sofort auf die Bedürfnisse der Klienten eingehen, bei schlechten Argumenten immer höflich bleiben, Verständnis für ihre Lage ausdrücken, potenzielle Angriffslust unterdrücken und aus taktischen Gründen mehrmals den Namen des Kunden wiederholen, was den fehlenden Blickkontakt ersetzen kann). Oberstes Gebot bei schwierigen Beschwerdeanrufen ist keine Zweifel, Kritik bzw. kein Belehren zu äußern, sondern Verständnis zu zeigen. Bei Wutausbrüchen sollte man langsamer reden, cool bleiben und prompte Lösungsvorschläge anbieten. Ganz wichtig dabei ist das Vokabular. Wörter wie sicherlich, wahrscheinlich oder irgendwie sollte man aus dem beruflichen Wortschatz streichen. Sie signalisieren Unsicherheit. Man sollte auch nie Konjunktivform benutzen und missverständliche Verneinungen sowie möglichst alle negativen Wörter (*müssen, nie, nicht*) vermeiden,

genauso gefährlich ist auch eine Ja-aber-Argumentation, die einen emotionalen Konflikt auslösen kann. Positive Formulierungen bzw. Fragen klingen viel besser und ein höfliches Verabschieden oder eine Versöhnungsmarketing-Kürzel am Ende (*„Das sehen Sie ganz richtig, Herr/Frau...“*, *„Danke für Ihren Anruf und wenn Sie weitere Fragen haben, rufen Sie uns bitte an“*, *„Vielen Dank für Ihren Anruf bei Amazon, ich wünsche Ihnen einen schönen Tag“*, *„Entschuldigung noch einmal für die entstandenen Unannehmlichkeiten, danke für Ihren Anruf“*, *„Ich habe es genossen, mit Ihnen heute zu reden“*) führen zu einem erfolgreich abgeschlossenen Gespräch.

Obwohl Deutsch mindestens schon seit 1880, als sich der amerikanische Schriftsteller Mark Twain auf eine lustige, humoristisch-satirische Art und Weise in seinem Essay *Die schreckliche deutsche Sprache* (im englischen Originaltitel *The Awful German Language*) über Deutsch beschwert hatte, lohnt es sich vor allem im mitteleuropäischen Raum Deutsch zu lernen und zu studieren, obwohl die notwendige Leidenschaft sowie die staatlichen Maßnahmen manchmal fehlen oder Basisdefizite aufweisen. Es gibt dazu genug Gründe: Die Präzision der deutschen Sprache, ihre Literatur, Wissenschaft und Philosophie sowie vor allem die hohe und attraktive berufliche Perspektive.

## Literatur

Kraft, Daniel (1999): *Kde domov můj.../Wo ist meine Heimat...: Spuren deutsch-tschechischer Gemeinsamkeiten im 19. und 20. Jahrhundert*. Dresden/Freiburg Brücke/Most-Stiftung.

## Internetquellen

<https://www.jobs.cz/hledani-dle-firem/?page=4> [Zugriff am 24.02.2020].