

Ich suche ...

Suchbegriff eingeben



SUCHEN

Ratgeberthemen

Alle anzeigen

Magazin

Ratgeber

News Management & Führung Internationale Kommunikation - Mythos Englisch als globale Sprache



Management & Führung

14. Dezember 2017

## Internationale Kommunikation - Mythos Englisch als globale Sprache

Es ist richtig, dass Englisch als Geschäftssprache weltweit anerkannt und auch genutzt wird. Aber ist auch die Annahme zulässig, dass Englisch als dieses globale Kommunikationsmittel für einen angemessenen Dialog jederzeit ausreicht?

Hier geht es nicht nur um die Kommunikation als solche, sondern vielmehr auch um Kommunikationstiefe. Es bietet sich in diesem Zusammenhang an, folgende Facetten zu beachten:

Englisch ist nicht Englisch, sondern unterscheidet sich je nach Sprachhintergrund (Muttersprachler im Vergleich zum Nicht-Muttersprachler) und je nachdem, ob man mit Engländern, Amerikanern oder Australiern verhandelt. Man sollte weiter differenzieren, ob beide oder nur eine von beiden Parteien Muttersprachler sind. Häufig nutzen beide Gesprächspartner Englisch lediglich als gemeinsame Kommunikationsprache. Hier ist die Dimension Kultur und Sprache wichtig, vor allem vor dem Hintergrund, ob man aus einer direkten (wie in deutschsprachigen) oder eher indirekten Sprachkultur (wie in vielen ost- und südostasiatischen Ländern) kommt.

Ein weiterer wesentlicher Punkt ist die Dimension Schnelligkeit und Sprachtiefe: Wie schnell und wie weitgehend versteht man das Gesagte als Nicht-Muttersprachler? Hier überschätzen wir oft die Sprachkenntnisse und das Sprachverständnis der Gegenseite oder auch unsere Fähigkeit, uns klar und vor allem verständlich für die andere Seite auszudrücken. Wir plaudern vor uns hin und merken nicht, wenn wir unseren Gesprächspartner verlieren. Oft wird er aus Gründen der Gesichtswahrung sein Gegenüber nicht darauf aufmerksam machen, dass er ihn nicht versteht. So kommt es zu Überforderung und Missverständnissen. Es ist wesentlich, die andere Seite in ihrer Sprachtiefe auf Englisch zu verstehen und in ihrer Sprachkultur (direkt/indirekt) zu begreifen.

Aber Englisch als globale Sprache hat auch noch eine andere Auswirkung: Viele deutsche Manager neigen dazu, ihre Sprache mit künstlichen Anglizismen zu durchsetzen. Der Begriff „Leistung“ wird zur „Performance“, man spricht von „Skills“ anstelle von „Fähigkeiten“, von „Meeting“ anstelle von „Besprechung“ und von „Company“ statt „Unternehmen“. Wir reden von Apps, Server und Screenshots. Diese Liste lässt sich beliebig und endlos fortführen. Je mehr, so scheint es, desto besser.

Auf den ersten Blick ist diese Kommunikation mit einer Basissprache und einer qualifizierenden Sprache äußerst modisch und bezieht sich nicht nur auf Englisch: Wir erfahren hier viele Sprachkombinationen, neben „Denglisch“, also einer Mischung aus Deutsch als Basis-sprache und Englisch als qualifizierender Sprache gibt es zum Beispiel in China „Chenglish“, einer Mischung aus Chinesisch und Englisch, während man in Brasilien wiederum auf „Portuñol“, d. h. Portugiesisch als Basis- und Spanisch als qualifizierende Sprache trifft. Diese Aufzählung von Beispielen kombinierter Sprachen ließe sich noch lange fortsetzen.

Die Allgegenwärtigkeit englischer Begriffe in der deutschen Sprache und die gleichzeitige Trägheit, die eigene Sprache ganzheitlich zu sprechen, verleitet zu dieser Art der Kommunikation. Die Mischform erscheint einfacher und griffiger im täglichen Gebrauch.

Worte, die sich im Deutschen eingebürgert haben, wie Controlling, Compliance, Leader und Leadership, Human Resources (HR), Outsourcing, Marketing, Factoring, Computer, Hard- und Software, Start-ups, Business, Teamwork, Networking etc. sollte man auch weiterhin benutzen. Auch dieses Buch bedient sich einiger dieser Begriffe. Aber man sollte es eben nicht übertreiben. Vermeidet man eine zu grobe Mischung, zeigt man am besten, dass man sich in beiden Sprachen wohlfühlt. Und beide Sprachen – Deutsch und Englisch – sind bei Weitem zu reich und zu vielfältig, um sie in dieser Form zu missbrauchen.

Mehr zu [Sergey Frank International](#)

Weitere Artikel aus diesem Themenbereich

20. Februar 2018  
«Manchmal braucht es neue Wege»

14. Februar 2018  
«Von Selbstdarstellern und anderen Narzissten»

08. Februar 2018  
«Internationale Marktforschung – eine große Unbekannte?»

