

AGNIESZKA STAWIKOWSKA-MARCINKOWSKA
Universität Łódź
ORCID 0000-0002-1528-4339

**Linguistics for business (L4B) der Universität Łódź: ein Studiengang im Geist der Kompetenz- und Praxisorientiertheit.
Sprachenbarometer Łódź 2021 – Stand und Prognosen**

**Linguistics for Business (L4B) of the University of Łódź: a Study Program in the Spirit of Competence and Practice Orientation.
Language Barometer Łódź 2021 - Status and Forecasts**

Abstract

The university's relations with the social and economic environment are becoming an increasingly important aspect of higher education, in addition to the university's traditional missions. In addition to education and research, the so-called third mission of the university is developing, which includes relations with the business sector, the public sector and the non-governmental sector, i.e. the socio-economic environment. The goal of the University's cooperation with employers is to share experiences and strengthen cooperation with entrepreneurs and employers. The latter can co-design teaching programs, conduct courses and workshops, organize internships or present their own solutions to various research problems. Therefore, the aim of this paper is to show the role and importance of foreign and specialized language teaching in the context of interdisciplinary studies oriented to the needs of the labour market. This is promoted by the study conducted within the framework of the project Language Barometer Łódź 2021.

Keywords: linguistics for business, languages for specific purposes, business services, professional communication, labour market

1. Einleitung

232

In einer zunehmend vernetzten und globalisierten Welt spielt die internationale Kommunikation eine wachsende Rolle als Voraussetzung für internationalen Handel, ausländische Investitionen, Finanzströme und menschliche Migration. Die Menschen arbeiten nicht mehr in hermetisch geschlossenen Märkten, sondern dringen in ausländische Märkte vor, was „mehr Interaktion zwischen Menschen mit unterschiedlichen Kulturen, Überzeugungen und Hintergründen als je zuvor“ (Mazur 2010: 5) hervorruft. Dies führt zu einer steigenden Nachfrage nach (fachlichen) Fremdsprachenkenntnissen, die auch im Rahmen der Hochschulbildung erfüllt werden kann und gleichzeitig Erwartungen des heutigen Arbeitsmarktes entspricht.

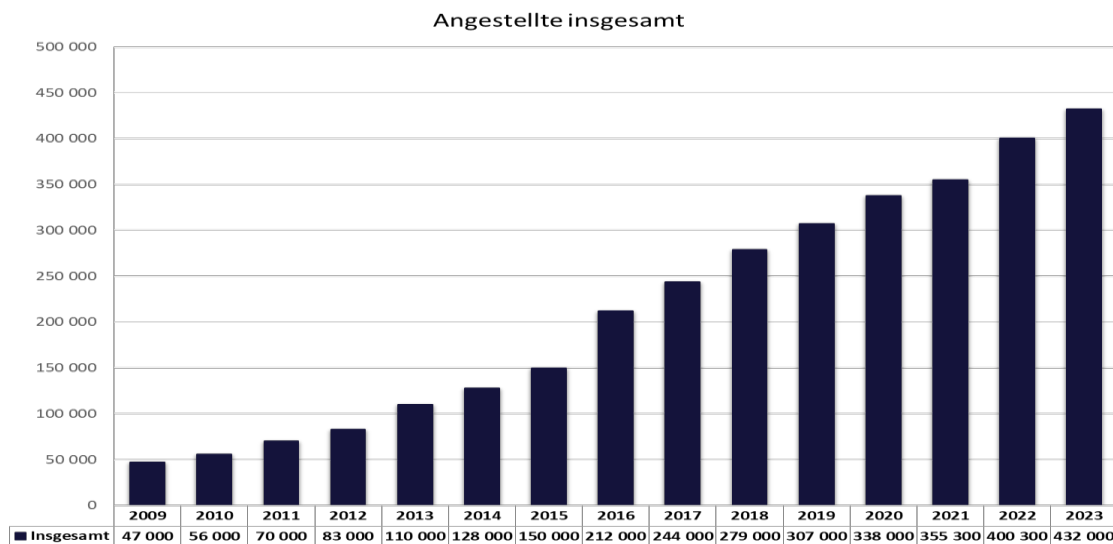
Die Beziehungen der Universität zum sozialen und wirtschaftlichen Umfeld werden neben den traditionellen Aufgaben der Universität zu einem immer wichtigeren Aspekt der Hochschulbildung. Neben Forschung und Lehre entwickelt sich die so genannte dritte Mission der Universität, die Aktivitäten zur Herstellung von Verbindungen mit dem Unternehmenssektor, mit dem öffentlichen Sektor und mit dem nichtstaatlichen Sektor, also mit dem sozioökonomischen Umfeld, umfasst. Das Ziel der Zusammenarbeit ist der Erfahrungsaustausch und die Stärkung der Wechselbeziehungen zwischen den Unternehmern und Arbeitgebern. Die Letzteren können Curricula mitgestalten, Kurse und Workshops durchführen, Praktika organisieren oder eigene Lösungen zu diversen Forschungsproblemen vorlegen.

Vor diesem Hintergrund ist das Ziel dieses Beitrags, die Rolle und den Stellenwert des Fremd- und Fachsprachenunterrichts auf der Grundlage eines interdisziplinären, auf die Bedürfnisse des Arbeitsmarktes ausgerichteten Studiums aufzuzeigen. Dies wird durch die im Rahmen des Projekts Sprachenbarometer Łódź 2021 durchgeführte Studie gefördert. Die Zielgruppe bildeten in diesem Fall Mitarbeiter von Unternehmen aus dem Bereich moderner Unternehmensdienstleistungen und zugleich Absolventen des Studienfachs *Linguistics for Business* (L4B) der Universität Łódź. Die elementare Fragestellung richtet sich auf Fremdsprachenkenntnisse und Einsatzbereiche von Fremd- und Fachsprachen der Zielgruppe sowie auf die Mehrsprachigkeit am gegenwärtigen Arbeitsplatz. Als primäres Forschungsziel sowohl im globalen Sinn des Projekts als auch in den gewählten detaillierten Analysen je nach den isolierten Parametern (vgl. u. a. Makowski 2022 in dieser Sonderausgabe) gilt die Sonderung relevanter Faktoren für den Prozess des Fremd- und Fachsprachenunterrichts in beruflichem Kontext in der Hochschuldidaktik (vgl. auch Grzeszczakowska-Pawlikowska, Makowski, Stawikowska-Marcinkowska 2022 in dieser Sonderausgabe).

2. BPO-Sektor. Die Unternehmensdienstleistungen in Polen

In den letzten 10 Jahren hat der Sektor der so genannten modernen Unternehmensdienstleistungen (z. B. BPO) eine sehr dynamische Entwicklung durchlaufen. Während bis 2004 insgesamt 91 Dienstleistungszentren (mit ausländischem Kapital) in Polen gegründet wurden, waren es 2007 bereits über 200, 2010 bereits 300 und 2012 über 400 (vgl. Goźdz-Roszkowski, Makowski 2015: 68). Laut dem Bericht des Verbands der Association of Business Service Leaders (ABSL) gibt es in Polen derzeit (Stand für das Jahr 2022) mehr als 1714 Dienstleistungszentren. Die Zentren bieten über 400.000 Arbeitsplätze an. Ihre Zahl in Polen wächst. Im Jahr 2019 wurden 83 Zentren gegründet, 74 im Jahr 2020, 46 im

Jahr 2021 und drei sind im ersten Quartal 2022 entstanden. Allerdings muss man bedenken, dass die Gesamtbeschäftigung in der Branche trotz dieser Verlangsamung der Zahl der Neuinvestitionen ihren langfristigen Trend beibehalten hat. Und dieser Trend zeigt deutlich, wie wichtig für den Arbeitsmarkt die Studierenden und Hochschulabgänger mit Fremdsprachenkenntnissen ab dem Niveau B2 (nach den Standards des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen) sind.



Vgl. Association of Business Service Leaders (ABSL) 2014: 8, 2015: 8, 2016: 7, 2017: 6f., 2018: 7, 2019: 7, 2020: 19, 2021: 31 u. 2022: 23 [eigene Bearbeitung].

3. Linguistics for Business – Studiengang im Geist der Kompetenz- und Praxisorientiertheit

Unter der oben genannten Prämisse der dritten Mission von Hochschulen wurde ein neuer Studiengang *Linguistics for Business* eingerichtet, der von der Philologischen Fakultät und der Fakultät für Management der Universität Łódź in Zusammenarbeit mit den auf dem Lodzer Arbeitsmarkt tätigen Unternehmen durchgeführt wird. Die endgültige Gestaltung des Lehrprogramms für den Studiengang wurde weitgehend durch das BPO-Geschäftsmodell beeinflusst und mitgestaltet. Es wurde allerdings so entwickelt, dass die Absolventen in Unternehmen auch außerhalb des BPO-Sektors beschäftigt werden können. Dies ist dank einer einzigartigen Kombination der angebotenen auszubildenden Fachbereiche möglich, die sowohl linguistisches Wissen, Wissen aus dem Bereich des Managements, praktische Geschäftskennntnisse, aber auch ein hohes Maß an Kompetenzen in zwei Fremdsprachen, einschließlich Fachsprachen, umfasst.

Der L4B-Studiengang ist interdisziplinär und gehört zum Bereich der geistes- und wirtschaftswissenschaftlichen Ausbildung. Die Kombination dieser beiden Studienrichtungen ist als Voraussetzung für eine angemessene Vorbereitung der Studierenden auf die Arbeit in der heutigen internationalen Unternehmenswelt anerkannt worden. Im Mittelpunkt des Studienprogramms steht der Erwerb von zuverlässigen Sprachkenntnissen in zwei Fremdsprachen auf einem Mindestniveau

von B2, einschließlich spezieller Varietäten dieser Sprachen, kombiniert mit Fähigkeiten und Erwartungen, die von modernen Arbeitgebern besonders erwünscht sind. Unter den Fremdsprachen gemeint werden Englisch und eine zweite Fremdsprache, die für einen bestimmten Studienjahrgang vorgesehen wird. Im akademischen Jahr 2013/2014, also in dem ersten Jahr des Bestehens der L4B, konnten die Studierenden als zweite Fremdsprache Deutsch, Französisch oder Italienisch wählen. Im darauffolgenden Jahr waren es Deutsch, Französisch und Slowenisch. Englisch fungiert zwar als *lingua franca* im modernen internationalen Handel, aber Sprachkenntnisse des Handelspartners sind nach wie vor eine entscheidende Variable, insbesondere für die Entwicklung langfristiger Geschäftspartnerschaften und die Überwindung weiterer kultureller Hürden. Fachsprachen spielen eine wichtige Rolle bei der Ausbildung in beiden Sprachen. Bereits im zweiten Studiensemester beginnen die Studierenden mit dem Fachsprachenunterricht in Englisch (Business English, Rechtssprache usw.), der nach drei Semestern im Umfang von 28 Stunden pro Semester absolviert wird. Im Falle der zweiten Sprache innerhalb der Fachsprachen lernen die Studierenden die Sprache des Personal- und Finanzwesens (drittes Semester), der Logistik (viertes Semester) und der IT (fünftes Semester). Der Fachsprachenunterricht für die zweite Fremdsprache beginnt erst im zweiten Studienjahr. Im sechsten Semester des Bachelorstudiums wird auch ein Kurs für Fachübersetzungen vorgesehen.

Diplomarbeiten sind praxisorientiert und werden zu Themen verfasst, die in Absprache mit Unternehmen formuliert werden, z. B. in Form von Projekten zur Lösung praktischer Probleme.

3.1. Sprachenbarometer Łódź

Seit 2014 wird an der Philologischen Fakultät der Universität Łódź die Langzeitstudie „Sprachenbarometer Łódź“ durchgeführt, die eine Antwort auf die Herausforderungen der dritten Mission der Universitäten ist. Das Ziel der Studie ist es, Daten über Fremd- und Fachsprachen auf drei Ebenen zu sammeln, zu analysieren, zu vergleichen und auszutauschen. Auf der ersten Ebene kommt es auf den Arbeitsmarkt an und die damit verbundene Bewertung des aktuellen Beschäftigungsbedarfs und der künftigen Nachfrage von Arbeitgebern nach Bewerbern mit Fremdsprachenkenntnissen; darüber hinaus konzentriert man sich auf die gewünschten Fremd- und Fachsprachenkenntnisse am Arbeitsplatz, die Anwendungsbereiche und die am häufigsten benötigten Sprachkenntnisse sowie die Anforderungen an die sozialen Kompetenzen. Auf der zweiten Ebene wird das Augenmerk auf die Hochschuleinrichtungen gelenkt. Es wird der Forschungsstand zu Fremd- und Fachsprachen in der akademischen Lehre bewertet, sowie das Angebot der Hochschulen in den Bereichen der neophilologischen Studien, die für den Bedarf und/oder in Zusammenarbeit mit dem Arbeitsmarkt geschaffen wurden. Der dritte Teil der Studie betrifft Studenten und Studienanwärter, insbesondere die Identifizierung von Sprachressourcen der Studierenden im Zusammenhang mit der Nachfrage auf dem lokalen Arbeitsmarkt, die Ermittlung externer Faktoren, die die Fremdsprachenkenntnisse von Studienanwärtern beeinflussen.¹

An der ersten Untersuchung in Fragebogen-Form beteiligten sich 2014 33% der Unternehmen für moderne Unternehmensdienstleistungen in Łódź. Gemeint war die Gesamtzahl der Befragten im Verhältnis zur Gesamtzahl der Beschäftigten im Sektor für moderne Unternehmensdienstleistungen laut dem ABSL-Bericht für den gegebenen Erhebungszeitraum (April 2014, vgl. Makowski 2014: 133 ff.). Ziel der Studie war es, die Sprachkenntnisse von Studierenden und Absolventen philologischer

¹ Vgl. <https://jezykowybarometr.wixsite.com/lodz> [Zugriff am 01.09.2022].

Studiengänge an der Universität Łódź mit der Nachfrage des Arbeitsmarktes nach Bewerbern mit Fremdsprachenkenntnissen zu vergleichen. Die Schlussfolgerungen sollen dazu beitragen, die Art und Weise des Fremdsprachenunterrichts auf dem universitären Niveau zu verbessern und zu optimieren. (Makowski 2014: 133). Die zu ermittelnden Daten wurden mittels eines Fragebogens im Rahmen von Interviews in HR-Abteilungen gewählter BPO-Zentren erhoben. Das Spektrum der Einsatzmöglichkeiten der im Rahmen der Untersuchung erhobenen Daten war durchaus breit: Zum einen ermöglicht dies im engeren Sinn die Isolierung branchenspezifischer Fachbereiche, die anschließend aus linguistischer, glottodidaktischer wie auch fachsprachenpropädeutischer Perspektive beschrieben werden können. Ferner ergeben sich aus der Datenauswertung zahlreiche Indizien und Hinweise für Ausbildungseinrichtungen auf unterschiedlichen Ebenen etwa im Bereich ihrer curricularen Politik, für den breit gefassten Arbeitsmarkt und die BPO-Branche selbst etwa im Hinblick auf die Beschäftigungs- oder Weiterbildungsstrategien, aber auch für die breite Öffentlichkeit und die Verwaltungsebene, Sprachschulen, Lehrwerkautoren, Verlage, Fremdsprachenlehrer etc. (Makowski 2014: 137–138). Im Jahre 2015 wurde im Rahmen des Sprachenbarometers eine weitere Umfrage durchgeführt. An der Umfrage nahmen 29% des Marktes für moderne Unternehmensdienstleistungen in Łódź teil. 2015 wurde ferner eine Studie zum Thema: *Studierende im Studiengang „Linguistics for business (BA)“* erstellt. Die Zielgruppe des fokussierten Gruppeninterviews waren Studierende des ersten und zweiten Studienjahres der L4B. Die Umfrageergebnisse wurden für interne Zwecke verwendet, d. h. für curriculare und lehrmaterialbezogene Modifikationen sowie Erweiterung der Palette des Praktikums- und Workshopsangebots. Die Fremd- und Fachsprachen in der beruflichen Kommunikation waren Gegenstand des Sprachenbarometers Łódź 2017 (vgl. Makowski 2018: 17). Im Hinblick auf die Bedürfnisse der Teilnehmer an den Fachsprachkursen war es von entscheidender Bedeutung, im ersten Teil des Fragebogens die am häufigsten benötigten und verwendeten Sprachkenntnisse und Einsatzbereiche der Fremdsprachen im Unternehmen zu ermitteln. Die Aufgabe der Befragten bestand darin, die am Arbeitsplatz geforderten Sprachkenntnisse anzugeben, die in rezeptive Fähigkeiten (Hörverständnis, Leseverständnis) und produktive Fähigkeiten (mündlicher und interaktiver Ausdruck) unterteilt sind. Die Grundlage für diesen Teil des Fragebogens bildete das modifizierte Formular zur Bewertung der Bedürfnisse der Lernenden nach Velásquez-Bellot (2004), das von Gajewska und Sowa (2014: 128–130) näher erläutert wird. Im Jahre 2018 wurden Studierende des dritten Studienjahres der L4B im Fachbereich Deutsch zu Fremd- und Fachsprachen in der beruflichen Kommunikation befragt. Das Ziel der Umfrage war es, die tatsächlichen Fremdsprachenkenntnisse von Studierenden und den Bedarf des lokalen Arbeitsmarktes an Bewerbern mit Fremdsprachenkenntnissen zu erfassen und daraus Schlussfolgerungen für den Fremdsprachenunterricht auf Hochschulebene zu ziehen (vgl. Makowski 2018: 15–30).

3.2. Sprachenbarometer Łódź 2021

Die Covid-Pandemie führte zu einer kurzen Unterbrechung des Forschungsprojekts. Erst 2021 wurde eine weitere Umfrage durchgeführt, in der die Befragten (Studierende und Absolventen der Germanischen Philologie und L4B) auf die zu der Arbeit in BPO-Unternehmen verwendeten Sprachkompetenzen erfragt wurden. Die Zielgruppe der Studie bildeten also Mitarbeiter von Unternehmen aus dem Bereich moderner Unternehmensdienstleistungen (BPO) und zugleich Absolventen von philologischen Studienfächern mit germanistischer Ausrichtung. Die grundlegende Fragestellung der Untersuchung richtete sich primär auf die erforderlichen Fremdsprachenkenntnisse, die zu bewältigenden Wissens-

und Fachbereiche sowie die Mehrsprachigkeit in der realisierten Berufskommunikation. Insgesamt nahmen 39 Probanden (Mitarbeiter/innen der Branche moderner Unternehmensdienstleistungen in Łódź, Absolventen philologischer Studienrichtungen der Universität Łódź mit Deutsch als „Pflichtfach“ (Germanistik, L4B, Deutsch-Polnische Studien etc.)) teil.

In den Fokus des vorliegenden Beitrags rücken die Sprachfertigkeiten der Studenten und Absolventen der L4B. Es waren insgesamt 12 Vertreter dieses Studienganges an der Umfrage beteiligt. Hinsichtlich der Wissensbereiche und der abgefertigten Geschäftsprozesse weisen die Befragten eine beträchtliche Vielfalt auf, die von einer engen Spezialisierung auf ausgewählte Prozesse bis hin zu einem breiten Spektrum an angebotenen Dienstleistungen reicht. Die am meisten repräsentierten Prozesse, die von allen Befragten unterstützt werden, sind Finanz- und Buchhaltungsdienstleistungen (F&A), Personalmanagement (HR) und Kundenbetreuung und Kontaktendienste (CO). Bank-, Finanz- und Investitionsdienstleistungen (BFSI), Dokumentenmanagement (DM) und Projektmanagement (PM) gehören ebenfalls zu den häufig angebotenen Dienstleistungen in der befragten Gruppe. Da es sich bei der Gruppe der Befragten um Absolventen eines in der Hochschullandschaft noch recht neuen Studienfachs handelt, beträgt die längste Beschäftigungsdauer 6 Jahre. Daraus lässt sich schließen, dass es sich um eine einzigartige Arbeitnehmergruppe auf dem polnischen Arbeitsmarkt handelt, die sicherlich noch genauer untersucht werden muss.

Tab. 1. Erfahrungen der Umfrageteilnehmer im Bereich der modernen Unternehmensdienstleistungen [eigene Bearbeitung].

Über 10 Jahre	0
8 – 10 Jahre	0
6 – 8 Jahre	0
4 – 6 Jahre	6
2 – 4 Jahre	1
weniger als 2 Jahre	5

Was die Nachfrage nach Mitarbeitern mit Fremdsprachenkenntnissen in den BPO- Unternehmen betrifft, so ist Englisch derzeit die gefragteste (Tab. 3), gefolgt von Deutsch (vgl. ABSL-Bericht 2021). Alle Befragten gaben an, dass sie über Englischkenntnisse verfügen, und zwar auf dem B2-C1 Niveau. 12 Personen deklarierten Deutschkenntnisse, eine Person auf dem A2-Niveau, 4 Personen auf dem B1-Niveau und der Rest der Befragten gab Deutschkenntnisse auf einem ähnlichen Niveau an, wie in der englischen Sprache. Sicherlich ist die Kenntnis weiterer Fremdsprachen (Schwedisch, Niederländisch, Spanisch usw.) auf dem Arbeitsmarkt sehr begehrt, was von weiteren 6 Befragten angegeben wurde. Eine Person gab die Kenntnis einer vierten Fremdsprache (Norwegisch) an.

Tab. 2. Fremdsprachenkenntnisse in der fokussierten Probandengruppe [eigene Bearbeitung].

[5]	Deutsch (B2)	Englisch (C1)		
[6]	Deutsch (B1)	Englisch (C1)	Schwedisch (A2)	Norwegisch (A1)
[7]	Deutsch (B1)	Englisch (C1)		

[10]	Deutsch (B1)	Englisch (B2/C1)		
[11]	Deutsch (B2+)	Englisch (C1)	Spanisch (C1)	
[15]	Deutsch (B2/C1)	Englisch (C1)	Niederländisch (B1)	
[23]	Deutsch (C1)	Englisch (C1)		
[26]	Deutsch (B1)	Englisch (B2+)		
[27]	Deutsch (C1)	Englisch (C1)		
[28]	Deutsch (A2)	Englisch (C1)	Spanisch (B2)	
[31]	Deutsch (C1)	Englisch (B2)	Niederländisch (B1)	
[33]	Deutsch (B2/C1)	Englisch (C1)	Polnisch B2/C1	

Tab. 3. Englischkenntnisse an ihrer Arbeitsstelle [eigene Bearbeitung].

erforderlich	11
zusätzlicher Vorteil	1
nicht erforderlich	0

Bei der Schlüsselfrage nach den am häufigsten erforderten und verwendeten Sprachkenntnissen und fremdsprachlichen Aufgaben im Unternehmen im Rahmen der isolierten Zielgruppe nach dem Einschränkungsfaktor Ausbildung (L4B) ergab die Umfrage ein sehr heterogenes Bild. Während die Antworten im Bereich der rezeptiven Fertigkeiten (Hören, Lesen) von relativer Einheitlichkeit geprägt sind und fast alle Verwendungsbereiche (vgl. Tab. 4. – Tab. 8) als ständig oder häufig vorkommend angegeben werden (Abweichungen gibt es bei Gesprächen über Fachthemen, Informationen in der Fachpresse oder technischen Dokumentationen), gibt es bei der Produktion von geschriebenem und gesprochenem Text erhebliche Abweichungen. Die vorherrschenden kommunikative Aktivitäten unter den Befragten sind die persönliche und telefonische Kommunikation über allgemeine und spezielle Themen, die Erteilung von Anweisungen zu allgemeinen Themen, die Erstellung von herkömmlicher und elektronischer Korrespondenz zu allgemeinen und speziellen Themen sowie die Dokumentation zu allgemeinen Themen. Fähigkeiten wie die Erstellung von Informationen in der Presse und von Informationsmaterial zu allgemeinen und speziellen Themen werden relativ wenig genutzt (Tab.-n 4–7). Eine erhebliche Diskrepanz, die von „definitiv relevant“ bis „definitiv irrelevant“ reicht, ist praktisch in Bezug auf alle untersuchten Bereiche zu beobachten. Diese beträchtliche Diskrepanz ist bei praktisch allen Arten von Übersetzungen zu merken (Tab. 8) – schriftliche Übersetzungen, Konferenzübersetzungen und Dolmetschen an Messeständen – sowohl auf allgemeiner als auch auf fachlicher Ebene, aber auch bei der Erstellung verschiedener Dokumente und Präsentationen, bei der Anfertigung von Notizen und Zusammenfassungen, beim Ausfüllen von Formularen, bei der Erstellung von Terminologieglossaren und Artikeln für interne Wissensdatenbanken zu sehen.

Tab. 4. Bedeutung der Fertigkeit HÖREN in der isolierten Zielgruppe (Deutsch) [eigene Bearbeitung].

	Definitiv relevant	Eher relevant	Eher irrelevant	Definitiv irrelevant
Teilnahme am Face-to-Face-Gespräch zu beruflichen Themen	4	3	1	4
Teilnahme am telefonischen Gespräch zu beruflichen Themen	5	2	0	5
Teilnahme am Videokonferenz-Meeting (MS Teams / Zoom / Skype etc.) zu beruflichen Themen	6	1	0	5
Teilnahme an Diskussionen / Verhandlungen zu beruflichen Themen	5	2	0	5
Rezeption von mündlichen Anleitungen / Aufforderungen / Erläuterungen / zu beruflichen Themen	6	1	0	5
Rezeption von Präsentationen zu beruflichen Themen	4	2	1	5

Kommentare:

[15] Sluchanie w pracy na stanowisku Konsultant IT jest najważniejszą umiejętnością podczas rozmów z klientami. [Die Fähigkeit HÖREN ist an der Stelle als IT-Berater die wichtigste Fähigkeit im Gespräch mit Kunden.]

Tab. 5. Bedeutung der Fertigkeit LESEN in der isolierten Zielgruppe (Deutsch) [eigene Bearbeitung].

	Definitiv relevant	Eher relevant	Eher irrelevant	Definitiv irrelevant
Rezeption von Artikeln in der Fachpresse	4	2	0	6
Rezeption von E-Mails zu beruflichen Themen	7	1	0	4
Rezeption von schriftlichen Anleitungen / Aufforderungen / Erläuterungen / zu beruflichen Themen	7	1	0	4
Rezeption von Texten zu beruflichen Themen	6	2	0	4
Rezeption von traditioneller Handelskorrespondenz zu beruflichen Themen	6	1	0	5

Kommentare:

[15] Czytanie wiadomości i maili od użytkowników jest jednym z głównych obowiązków w mojej pracy. [Das Lesen von Benutzernachrichten und E-Mails ist eine der Hauptaufgaben in meinem Job.]

Tab. 6. Bedeutung der Fertigkeit SPRECHEN und INTERAKTION in der isolierten Zielgruppe (Deutsch) [eigene Bearbeitung].

	Definitiv relevant	Eher relevant	Eher irrelevant	Definitiv irrelevant
Aktive Teilnahme an Diskussionen / Verhandlungen zu beruflichen Themen	5	2	1	4
Aktive Teilnahme am Face-to-Face-Gespräch zu beruflichen Themen	4	2	2	4
Aktive Teilnahme am telefonischen Gespräch zu beruflichen Themen	5	2	1	4
Aktive Teilnahme am Videokonferenz-Meeting (MS Teams / Zoom / Skype etc.) zu beruflichen Themen	5	2	1	4
Produktion von mündlichen Anleitungen / Aufforderungen / Erläuterungen / zu beruflichen Themen	7	0	1	4
Vorführen von Präsentationen zu beruflichen Themen	5	1	2	4

Kommentare:

[15] Komunikacja z klientami odbywa się głównie poprzez rozmowy bądź czaty. [Die Kommunikation mit den Kunden erfolgt hauptsächlich über Telefongespräche oder Chats.]

Tab. 7. Bedeutung der Fertigkeit SCHREIBEN in der isolierten Zielgruppe (Deutsch) [eigene Bearbeitung].

	Definitiv relevant	Eher relevant	Eher irrelevant	Definitiv irrelevant
Produktion von schriftlichen Anleitungen / Aufforderungen / Erläuterungen / zu beruflichen Themen	4	2	1	5
Produktion von Texten zu beruflichen Themen	5	2	0	5
Notizen von Besprechungen / Meetings	2	3	2	5
Zusammenfassungen von Texten zu beruflichen Themen	2	1	4	5
Verfassen von Artikeln in der Fachpresse	2	1	2	7
Verfassen von Artikeln für interne Wissensdatenbanken	4	2	0	6
Erstellung von Fachterminologie- Glossaren	3	1	0	8

	Definitiv relevant	Eher relevant	Eher irrelevant	Definitiv irrelevant
Verfassen von traditioneller Handelskorrespondenz zu beruflichen Themen	3	2	1	6
Verfassen von E-Mails zu beruflichen Themen	7	0	1	4
Vorbereitung von Präsentationen zu beruflichen Themen	4	2	1	5
Ausfüllen von Formularen	4	1	1	5

Kommentare:

[15] Pisanie wiadomości i maili do użytkowników to codzienna czynność w pracy z językiem niemieckim. [Das Schreiben von Nachrichten und E-Mails an Benutzer ist eine tägliche Tätigkeit in der Arbeit mit der deutschen Sprache.]

Tab. 8. Bedeutung der Fertigkeit ÜBERSETZEN und DOLMETSCHEN in der isolierten Zielgruppe (Deutsch) [eigene Bearbeitung].

	Definitiv relevant	Eher relevant	Eher irrelevant	Definitiv irrelevant
Schriftliche Übersetzung zu beruflichen Themen	3	2	1	6
Flüsterdolmetschen zu beruflichen Themen	2	1	1	8
Konsequativdolmetschen zu beruflichen Themen	1	1	2	8
Simultandolmetschen zu beruflichen Themen	1	1	2	8

Kommentare:

[15] Zazwyczaj tłumaczę konkretne zrzuty ekranów lub pliki tekstowe. [Üblicherweise übersetze ich bestimmte Screenshots oder Textdateien.]

3.3. Zusammenfassung

Die unter der Zielgruppe von L4B-Absolventen, die den modernen Unternehmensdienstleistungssektor in der Region Łódź vertreten, durchgeführte Fragebogenstudie ermöglichte in Verbindung mit Daten über die Besonderheiten dieses Wirtschaftssektors (vgl. ABSL 2014, 2015, 2016 und 2017), eine Reihe objektiver Faktoren zu isolieren, die sich in einer angemessenen Planung und Durchführung des noch effektiveren L4B-Studienprogramms niederschlagen können.

4. Fazit

Die Vorteile und Anreize für das Erlernen einer neuen Sprache werden in interne und externe Motivationen unterteilt. Interne Anreize beziehen sich hauptsächlich auf den nicht-marktlichen Wert

von Sprachen. Das Beherrschen einer neuen Sprache bietet potenzielle Nutzengewinne durch leichteren Zugang zu neuen Informationen und eine größere Zahl potenzieller Kommunikationspartner. Darüber hinaus bietet sie auch einen Zuwachs an Ansehen, Prestige und Anerkennung. Aus wirtschaftlicher Sicht geht dieser nicht-marktliche Wert von Sprachen mit einem Marktwert einher. Dieser relative Wert hängt von einer Reihe von Faktoren ab: Er ist geprägt von der Anwendbarkeit einer Sprache in der direkten und indirekten Kommunikation mit ausländischen Kunden in verschiedenen Bereichen der Dienstleistungsunternehmen. Insbesondere die letztgenannte Rolle der Fremdsprachen bei der Gestaltung des internationalen Arbeitsmarktes findet Schritt für Schritt immer größere Beachtung in Studienprogrammen der philologischen Studienrichtungen, wie etwa des Studienfaches L4B. Zu den wichtigsten Faktoren dieser Richtung gehören ohne weiteres die enorme Zunahme der Beschäftigung und die Prognosen, die auf die geplante Expansion der Unternehmensdienstleistungszentren im Hinblick auf das Angebot neuer Verfahren, die Gewinnung neuer Kunden und die Erhöhung der Beschäftigung hinweisen, sowie ein sehr breites Spektrum an Wissen in Form von angebotenen Dienstleistungen und unterstützten Prozessen. Es ist auch zu beobachten, dass man es mit stark abweichenden Erwartungen hinsichtlich der Sprachkenntnisse und der Anwendungsbereiche von Fremd- und Fachsprachen in der BPO-Branche zu tun hat. Die obigen Ergebnisse deuten darauf hin, dass es im Fachsprachenunterricht auf Hochschulniveau (selbst wenn man von einer engen Zusammenarbeit mit dem wirtschaftlichen Umfeld ausgeht), relativ schwierig und aus Sicht der Lernenden sogar nachteilig sei, auf die Entwicklung von Sprachkenntnissen und -kompetenzen in einem engen Wissensgebiet und für eine bestimmte, derzeit bestehende Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt abzu zielen. Es scheint sinnvoller zu sein, Sprachabsolventen auf die sich ständig ändernden Bedingungen, Erwartungen und Schwankungen auf dem Arbeitsmarkt vorzubereiten. Eine allgemeine philologische Ausbildung, die die Kompetenz des abstrakten Denkens in einer Fremdsprache und den Gebrauch der Sprache in vielen Kontexten auf einem fortgeschrittenen, aber nicht notwendigerweise eng spezialisierten Niveau fördert, bleibt daher immer von Vorteil.

Literaturverzeichnis

- Gajewska Elżbieta; Magdalena Sowa (2014) *LSP, FOS, Fachsprache... Didaktyka języków specjalistycznych*. Wydawnictwo Werset. Lublin.
- Goźdź-Roszkowski, Stanisław, Jacek Makowski (2015) „Lingwistyka dla biznesu czy biznes dla lingwistyki? – rola i miejsce specjalistycznych języków obcych w programie interdyscyplinarnych studiów uniwersyteckich na przykładzie Uniwersytetu Łódzkiego.“ [In:] Małgorzata Sowa, Maria Mocarz-Kleindienst, Urszula Czyżewska (Hrsg.) *Nauczanie języków obcych na potrzeby rynku pracy*. Lublin: Wydawnictwo KUL. [Auf:] https://repozytorium.kul.pl/bitstream/20.500.12153/1887/1/Sowa_M__Mocarz-Kleindienst_M__Czyzewska_U-Nauczanie_jezykow_obcych_na_potrzeby_ryнку_pracy.pdf [Zugriff am 05.09.2022].
- Goźdź-Roszkowski, Stanisław, Jacek Makowski (2018) „Jak twórczo kształcić humanistów dla potrzeb rynku pracy? Studium przypadku: kierunek lingwistyka dla biznesu na Uniwersytecie Łódzkim.“ [In:] Michał Wróblewski, Maria Czajkowska, Jarosław Płuciennik (Hrsg.) *Twórczość, zatrudnialność, uniwersytet*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego; 25–26.
- Grzeszczakowska-Pawlikowska, Beata (2022) „Kommunikative Sprechkompetenz als gefragte Schlüsselkompetenz auf der Unternehmensebene – einige Ergebnisse des Sprachenbarometers Lodz

- (Łódź) 2021.“ [In:] *Academic Journal of Modern Philology 16 (2022) Special Issue*. Wrocław: <<https://ajmp.uwr.edu.pl/>> [in dieser Sonderausgabe].
- Grzeszczakowska-Pawlikowska, Beata, Jacek Makowski, Agnieszka Stawikowska-Marcinkowska (2022a) „Languages for Specific Purposes in the Business Services Sector in Poland 2021. Origins, Background, Results and Perspectives of the Language Barometer of Lodz.“ [In:] *Academic Journal of Modern Philology 16 (2022) Special Issue*. Wrocław: <<https://ajmp.uwr.edu.pl/>> [in dieser Sonderausgabe].
- Grzeszczakowska-Pawlikowska, Beata, Jacek Makowski, Agnieszka Stawikowska-Marcinkowska (2022b) „Der Beitrag der Angewandten Linguistik zur Praxisorientierung philologischer Studiengänge.“ [In:] *Academic Journal of Modern Philology 16 (2022) Special Issue*. Wrocław: <<https://ajmp.uwr.edu.pl/>> [in dieser Sonderausgabe].
- Makowski Jacek (2014) „Lodzer Sprachenbarometer 2014. Fremdsprachengebrauch vs. Fremdsprachenerwerb im Kontext des Lodzer Arbeitsmarktes.“ [In:] Dorota Kaczmarek, Jacek Makowski, Marcin Michoń, Zenon Weigt (Hrsg.) *Didaktische und linguistische Implikationen der interkulturellen Kommunikation*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego; 133–146.
- Makowski, Jacek (2018) „Rola czynników obiektywnych w dydaktyce języków specjalistycznych na poziomie uniwersyteckim. Omówienie wyników badania ankietowego w ramach projektu »Językowy barometr Łodzi«.“ [In:] *Komunikacja specjalistyczna 16/2018*; 15–30.
- Makowski, Jacek (2022) „Germanistik im Beruf: Ausbildung, Karrierechancen, Realität. Spezifik der beruflichen (Fach-)Kommunikation von Germanisten in der Branche moderner Unternehmensdienstleistungen in Polen.“ [In:] *Academic Journal of Modern Philology 16 (2022) Special Issue*. Wrocław: <<https://ajmp.uwr.edu.pl/>> [in dieser Sonderausgabe].
- Mazur, Barbara (2010) *Cultural Diversity in Organisational Theory and Practice, Journal of Intercultural Management*. Vol. 2, No. 2. 5–15.

Źródła internetowe

<http://kjs.uni.lodz.pl/lingwistyka-dla-biznesu> [Zugriff am 16.09.2022]

<https://jezykowybarometr.wixsite.com/lodz> [Zugriff am 01.09.2022]