

Anglizismen als didaktische Ressource und Herausforderung

Alina-Maria SEICA¹

Abstract

This article aims to explore the potential and challenges of project-based vocabulary instruction in the context of teaching business German to university students. It investigates how subject-specific terminology can be meaningfully embedded into communicative learning scenarios and critically examines the role of Anglicisms as a lexical and discursive phenomenon in economic language. Furthermore, the article outlines innovative didactic approaches that integrate lexical development with language awareness, intercultural reflection, and academic literacy, offering practical insights for a more reflexive and competence-oriented Fachsprachenunterricht (specialized language instruction) in higher education.

Keywords: German as a Foreign Language (DaF); anglicisms; project-based teaching and learning; economic terminology; vocabulary acquisition

DOI: 10.24818/DLG/2025/42/11

Einleitung

Die projektorientierte Lexikarbeit gilt als vielversprechender didaktischer Ansatz zur nachhaltigen Erweiterung des wirtschaftsbezogenen Wortschatzes im Unterricht. Durch die Kombination von Fachinhalten, Handlungskontexten und selbstgesteuertem Lernen wird hier nicht nur der Erwerb isolierter Fachtermini angestrebt, sondern auch deren kontextualisierte Anwendung in komplexen Kommunikationssituationen gefördert. In der Praxis jedoch zeigt sich, dass dieser Ansatz eine Reihe didaktischer, organisatorischer und curricularer Herausforderungen mit sich bringt.

Ziel dieses Beitrags ist es, die didaktischen Potenziale und Herausforderungen der projektorientierten Lexikarbeit im Unterricht des Wirtschaftsdeutsch für DaF-Studierende zu analysieren. Im Zentrum stehen dabei die systematische Erweiterung des wirtschaftsbezogenen Fachwortschatzes, der reflektierte Umgang mit Anglizismen sowie die

¹ Alina- Maria Seica, Académie d'Etudes Economiques de Bucarest, Roumanie,
alina.mardari@rei.ase.ro

Entwicklung sprachlich-kommunikativer Handlungskompetenz in authentischen, studiennahen Lernszenarien. Der Beitrag schlägt vor, wie projektbasiertes Lernen, Sprachreflexion und Fachinhalte zu einem integrativen Unterrichtskonzept verbunden werden können, das den realen Anforderungen der Hochschul- und Berufskommunikation gerecht wird.

1. Zur Begriffsbestimmung der Geschäftskommunikation unter didaktischer Perspektive

Geschäftskommunikation bezeichnet aus didaktischer Perspektive ein mehrdimensionales Handlungsfeld, in dem sprachliche, fachliche und pragmatische Kompetenzen integrativ gefördert werden. Sie umfasst jene sprachlich vermittelten Interaktionen, die in ökonomisch-institutionellen Kontexten stattfinden und sowohl der Informationsübermittlung als auch der Gestaltung sozialer Beziehungen, der Positionierung im beruflichen Diskurs sowie der Reproduktion organisationaler Identitäten dienen².

Im Kontext des DaF-Unterrichts impliziert Geschäftskommunikation somit nicht lediglich die Vermittlung fachspezifischer Terminologie, sondern die Entwicklung kommunikativer Handlungskompetenz, die sich an situativen, adressatenorientierten und kulturspezifischen Anforderungen orientiert. Aus didaktischer Sicht ist daher eine Verschränkung von Lexikarbeit, Diskursanalyse und Sprachreflexion erforderlich, um Lernende zur kompetenten Teilhabe an beruflicher Kommunikation zu befähigen.

Die Vermittlung von Fachwortschatz im Kontext der Geschäftskommunikation stellt besondere Anforderungen an die Didaktik des Deutschen als Fremdsprache. Während das isolierte Erlernen von Vokabular kaum nachhaltige kommunikative Kompetenz erzeugt, verlangt der berufliche Kontext nach der aktiven Beherrschung sprachlicher Mittel in konkreten Handlungssituationen. Aus diesem Spannungsverhältnis ergibt sich eine zentrale didaktische Herausforderung: Wie kann aus dem bloßen *Wortwissen* eine handlungsrelevante, situativ einsetzbare Sprachkompetenz entstehen?

Der Erwerb fachsprachlicher Lexik, insbesondere von Anglizismen, entfaltet erst dann seine didaktische Wirksamkeit, wenn Lernende diese Begriffe nicht isoliert, sondern eingebettet in authentische,

² vgl. Roelcke 2020

handlungsorientierte Kommunikationsszenarien aktiv verwenden. Formate wie Rollenspiele, Fallanalysen, E-Mail-Simulationen, Pitch-Präsentationen oder Planspiele ermöglichen es, Sprache als soziales Handeln zu erfahren und funktional einzusetzen (Küster & Kettemann 2021: 89–91).

Ein didaktisch reflektierter Unterricht muss diese Diskursdimensionen berücksichtigen und Lernende zur kritischen Auseinandersetzung mit der Sprachverwendung im Unternehmenskontext anregen. So kann beispielsweise diskutiert werden, in welchen Kontexten *Hands-on-Mentalität* als motivierend, in welchen hingegen als Floskel wahrgenommen wird – oder welche impliziten Anforderungen hinter Formulierungen wie *Teamplayer mit Growth Mindset* stehen.

Ziel ist es, Lernende nicht nur mit dem Wortschatz auszustatten, sondern ihnen ein Bewusstsein für die sozialen Funktionen dieser Sprachelemente zu vermitteln. Die Verbindung von Wortschatzarbeit mit authentischen Handlungszusammenhängen und diskursiver Reflexion fördert nicht nur sprachliche Kompetenz, sondern auch Sprachbewusstheit und interkulturelle Deutungskompetenz – beides zentrale Ziele des DaF-Unterrichts an Hochschulen.

Die zentrale Herausforderung projektorientierter Lexikarbeit liegt in der didaktischen Strukturierung von Prozessen, in denen Fachbegriffe, wie schon erwähnt, nicht nur gelernt, sondern auch sprachlich und kognitiv verarbeitet werden. Klassische Vokabellisten oder Lückentexte reichen nicht aus, um die produktive Fachsprachkompetenz zu fördern, die für wissenschaftliche Diskussionen, Präsentationen, Verhandlungen oder schriftliche Geschäftskommunikation erforderlich ist. Vielmehr müssen Lernende im Rahmen von Projekten reale kommunikative Aufgaben bewältigen – etwa die Entwicklung eines Marketingkonzepts, das Verfassen eines Businessplans oder die Simulation einer Investorenpräsentation. Fachbegriffe wie *Zielgruppe*, *Umsatzrendite* oder *Break-Even-Analyse* werden dabei nicht nur als Vokabeln gelernt, sondern durch kontextuelle Anwendung sprachlich verankert und funktional differenziert.

In diesem Zusammenhang kommt der sprachlichen Gestaltung besondere Bedeutung zu: Die Wahl bestimmter Ausdrucksformen – etwa die Verwendung fachsprachlicher Terminologie, stilistisch codierter Register oder international geprägter Lexik – ist nicht neutral, sondern Teil sozialer und ideologischer Positionierungsprozesse. Besonders deutlich wird dies im vermehrten Einsatz englischer Begriffe und Ausdrucksmuster,

die als stilprägende Elemente innerhalb wirtschaftlicher Diskurse fungieren. Anglizismen treten dabei nicht nur als funktionale Anpassung an die globale Wirtschaftssprache auf, sondern übernehmen auch eine symbolische Rolle in der Reproduktion organisationaler Kulturen, Zugehörigkeiten und Statuszuweisungen.

Damit stellt sich die Frage, auf welchen didaktischen Prinzipien dieses Lernkonzept aufbaut und wie es methodisch fundiert umgesetzt werden kann. Im Folgenden wird auf die didaktischen Grundlagen eingegangen, die projektorientierte Lexikarbeit im Fachbereich Wirtschaftsdeutsch tragen.

3. Didaktische Grundlagen projektorientierter Sprachvermittlung

Projektorientiertes Lernen basiert auf einem didaktischen Dreiklang: Handlungsorientierung, Lebensweltbezug und Produktorientierung. Es geht nicht nur um das Üben sprachlicher Mittel, sondern um die Gestaltung komplexer Lernarrangements, in denen Sprache als Werkzeug zur Bearbeitung realer Aufgaben erfahrbar wird (Legutke & Thomas 1991: 157). Im Zusammenspiel dieser drei Prinzipien entsteht ein ganzheitliches Lernarrangement, das nicht nur den Fachwortschatz vermittelt, sondern auch kommunikative, soziale und methodische Kompetenzen fördert. In projektorientierten Settings wird Sprache zum Handlungsmedium, das sowohl individuelle Ausdrucksfähigkeit als auch kollektive Zielorientierung erfordert. Solche Arrangements entsprechen dem Anspruch eines kompetenzorientierten, handlungsnahen und reflexiven DaF-Unterrichts, der insbesondere im wirtschaftsbezogenen Fachkontext nachhaltige Lernergebnisse erzielt.

Praktisch umgesetzt bedeutet dies, dass Lernende beispielsweise authentische Stellenanzeigen analysieren, Bewerbungsgespräche simulieren oder Marketingkonzepte entwickeln – und dies stets in der Zielsprache sowie im fachlichen Kontext. Solche projektbasierten Aufgabenstellungen orientieren sich unmittelbar an beruflichen Kommunikationssituationen, wodurch eine enge Verknüpfung zwischen sprachlichem Lernen und beruflicher Handlungskompetenz entsteht. Der Fachwortschatz wird dabei nicht isoliert erworben, sondern im Rahmen funktionaler, realitätsnaher Handlungsszenarien produktiv erprobt und reflektiert.

3.1 Verknüpfung mit kommunikativer und kompetenzorientierter Didaktik

Die projektorientierte Sprachvermittlung lässt sich ideal mit den Prinzipien der kommunikativen und kompetenzorientierten Didaktik verbinden. Sie fördert fachliche, methodische, soziale und personale Kompetenzen gleichermaßen. Lernende erwerben nicht nur die Fähigkeit, komplexe sprachlich-kommunikative Aufgaben zu bewältigen, sondern reflektieren auch ihren Sprachgebrauch, entwickeln Teamfähigkeit und übernehmen Verantwortung für ihre Lernprozesse.

In der Fachsprachenlehre wird dabei verstärkt auf die funktionale Mehrdimensionalität von Sprache geachtet: Anglizismen etwa werden nicht nur als Vokabeln gelernt, sondern im Kontext ihrer indexikalischen Funktionen analysiert und zwar im Hinblick auf Stil, Status oder Zugehörigkeit³.

3.2 Die Rolle der Lernenden als aktive Sprachhandelnde

Ein zentrales Anliegen der projektorientierten Didaktik ist die Subjektorientierung: Lernende stehen im Mittelpunkt des didaktischen Geschehens. Sie gestalten Lernprozesse aktiv mit, übernehmen Verantwortung für ihre Sprachverwendung und entwickeln eigene Perspektiven auf die Rolle der Sprache im beruflichen Alltag.

In einem Seminar an der Wirtschaftsakademie Bukarest erhielten Studierende beispielsweise die Aufgabe, ein mehrsprachiges Glossar wirtschaftlicher Anglizismen zu erstellen. Sie sollten Begriffe wie *Onboarding*, *Agile Mindset* oder *Key Performance Indicators* nicht nur definieren, sondern deren kontextabhängige Verwendung in authentischen Firmenprofilen und Karrieretexten analysieren und bewerten. Die Ergebnisse wurden in einer interaktiven Präsentation vorgestellt, in der Studierende auch alternative Ausdrucksmöglichkeiten diskutierten – und so ein vertieftes Sprachbewusstsein entwickelten.

Die Lernenden agieren dabei als sprachlich Handelnde, die ihre kommunikative Kompetenz nicht nur erweitern, sondern auch gezielt im Hinblick auf berufliche Anforderungen und situative Angemessenheit einsetzen.

³ vgl. Agha 2007; Silverstein 2003

4. Projektorientiertes Lernen in der Geschäftskommunikation: Der Umgang mit Anglizismen als didaktische Herausforderung

Der Erwerb wirtschaftsbezogener Fachsprache im Geschäftskommunikationsunterricht erfordert besondere didaktische Strategien, insbesondere im Hinblick auf die dynamische Entwicklung von Wortschatz, der in der Geschäftskommunikation zunehmend durch Anglizismen geprägt ist. Ein didaktisch vielversprechender Zugang zur Förderung lexikalischer Kompetenzen in der Geschäftskommunikation ist die projektorientierte Lexikentwicklung. Dabei wird das Erlernen neuer Begriffe nicht isoliert, sondern eingebettet in authentische Handlungssituationen, wie z. B. das Planen einer Unternehmenspräsentation, die Analyse von Stellenausschreibungen oder das Erstellen eines Marketingkonzepts.

Im Zentrum dieses Ansatzes steht die Idee, dass Fachlexik und insbesondere Anglizismen nicht nur memoriert, sondern funktional in kommunikativen Aufgaben verwendet werden sollen. Lernende erwerben den Wortschatz nicht als Selbstzweck, sondern als sprachliches Werkzeug zur Lösung konkreter Aufgaben. Diese Form des handlungsorientierten Lernens fördert nicht nur die sprachliche Kompetenz, sondern auch das Bewusstsein für die pragmatische und symbolische Bedeutung bestimmter Begriffe. So bietet sich beispielsweise die Gelegenheit, einen Businessplan mit gezieltem Einsatz von Anglizismen wie *Key Performance Indicators*, *Customer Journey* oder *Value Proposition* zu formulieren – und im Anschluss kritisch über deren Wirkung und Verständlichkeit zu reflektieren.

Zugleich eröffnet der projektorientierte Zugang Raum für sprachkritische Reflexion. Die Lernenden sollen sich nicht nur mit dem Gebrauch von Anglizismen vertraut machen, sondern auch deren soziolinguistische Implikationen diskutieren: Welche Wörter gelten als prestigeträchtig? Welche Zielgruppen werden durch bestimmte Begriffe angesprochen – oder ausgeschlossen? In diesem Sinne verbindet die projektorientierte Lexikarbeit Fachspracherwerb mit einer Förderung von Diskurs- und Medienkompetenz.

Ein wesentliches Ziel dieses Ansatzes ist auch der Aufbau eines personalisierten, kontextsensiblen Fachwortschatzes. Durch Glossararbeit, kollaborative Sammelphasen und digitale Tools (z. B. Quizlet oder Wortwolken) können Studierende ihr individuelles Vokabular systematisch erweitern. Gleichzeitig können Lehrkräfte durch projektbezogene

Aufgaben wie das Umschreiben von Jobanzeigen oder die Konzeption eines Imagefilms gezielt die Anwendung und Reflexion zentraler Wirtschaftsanglizismen fördern.

Didaktisch sinnvoll ist es, projektorientierte Lexikarbeit durch mehrsprachige Vergleiche, kritische Diskussionen über Sprachwandel sowie durch die Analyse realer Texte (z. B. von LinkedIn, Karriereseiten oder Werbekampagnen) zu ergänzen. So wird Sprache nicht nur als Kommunikationsmittel, sondern auch als soziales und kulturelles Handlungsfeld erfahrbar.

Nicht zu vernachlässigen sind allerdings die Herausforderungen: Die Lernenden bringen unterschiedliche Vorkenntnisse und Sprachbiografien mit. Während einige bereits mit Business-Englisch vertraut sind, fühlen sich andere durch den hohen Anteil englischsprachiger Begriffe überfordert oder ausgeschlossen. Daher ist es wichtig, bei der Konzeption projektorientierter Aufgaben auf eine didaktische Balance zwischen Anspruch und Zugänglichkeit zu achten – sowie auf die transparente Vermittlung von Zielen und Erwartungen.

Insgesamt zeigt sich, dass projektorientierte Lexikentwicklung ein wirkungsvolles Mittel im Unterricht für Geschäftskommunikation sein kann. Sie ermöglicht nicht nur eine nachhaltige Aneignung von Fachlexik und Anglizismen, sondern auch die Entwicklung sprachlicher Handlungskompetenz, kritischen Sprachbewusstseins und berufsbezogener Diskursfähigkeit – zentrale Ziele eines modernen, kompetenzorientierten Fremdsprachenunterrichts im wirtschaftlichen Kontext.

Damit stellt sich die Frage, auf welchen didaktischen Prinzipien dieses Lernkonzept aufbaut und wie es methodisch fundiert umgesetzt werden kann. Im Folgenden wird auf die didaktischen Grundlagen eingegangen, die projektorientierte Lexikarbeit im Fachbereich Wirtschaftsdeutsch tragen.

4.1 Anglizismen als Brücke zur Fachkompetenz- Didaktische Perspektiven für den Geschäftskommunikationsunterricht

Anglizismen bieten ein hohes didaktisches Potenzial für den Unterricht im Bereich der Geschäftskommunikation. Sie sind nicht nur authentische Sprachphänomene, sondern auch Träger soziokultureller Bedeutungen und ermöglichen eine reflexive Auseinandersetzung mit

Sprache, Berufsfeld und Gesellschaft. Grundsätzlich geht man in dieser Arbeit vom Ansatz aus, in Anlehnung an Bußmann (2002: 43), dass ein Anglizismus einen aus dem Englischen in eine nicht-englische Sprache übernommener Ausdruck ist (unabhängig davon ob es in der Nehmersprache integriert ist oder nicht). Die gezielte Integration solcher Beispiele eröffnet zahlreiche methodische Zugänge zur Förderung von Sprachbewusstheit, Fachlexik und interkultureller Kompetenz.

a) Sprachbewusstheit fördern durch Analyse realer Sprachsituationen

Die in Unternehmen gängigen Kürzel wie *ASAP*, *FYI* oder *TBD* können in Übungen zur Sprachwahrnehmung und Textverständnis thematisiert werden. In einer Übung analysieren Studierende etwa E-Mail-Ausschnitte aus authentischen Geschäftsbriefen oder simulierten Kommunikationssituationen und identifizieren die Funktion, Wirkung und Verständlichkeit solcher Kürzel. Eine ergänzende Diskussion fragt nach der Inklusivität solcher Sprachpraxis, z. B.: „Für wen ist diese Sprache zugänglich? Für wen nicht?“

b) Lexikalische Erweiterung durch Wortschatzfelder

Anglizismen wie *workflow*, *content creation*, *branding* oder *consultant* können in lexikalischen Clustern erschlossen werden. Lernende erstellen z. B. eine visuelle Mindmap zu typischen Begriffen aus dem Bereich Marketing oder Projektmanagement. Diese werden in fachsprachliche Kontexte eingebettet, etwa in Rollenspiele, bei denen Bewerbungsgespräche, Teammeetings oder Produktpitches simuliert werden.

c) Soziolinguistische Reflexion durch Berufsbezeichnungen

Jobtitel wie *Customer Angel* oder *Chief Vision Officer* bieten sich für **sprachkritische Projektaufgaben** an: Lernende analysieren reale Stellenausschreibungen, untersuchen die dort verwendeten Begriffe und formulieren Verbesserungsvorschläge für mehr Klarheit und Inklusion. In Gruppenarbeiten können alternative Titel entwickelt und hinsichtlich ihrer Wirkung reflektiert werden (z. B. Welche Erwartungen erzeugt dieser Titel? Welche Kompetenzen sind wirklich gemeint?). So wird sprachliche Gestaltung als Teil von *Employer Branding* und Unternehmenskultur erfahrbbar.

d) Interkulturelle Sensibilisierung über Office-Jargon

Typische Sätze wie *Greenlightest du mir die Landing Page?* oder *Ich habe fünf Prio-1 Topics auf dem Desk* eignen sich zur Analyse **sprachlicher Hybridität und Verständnishürden**. Hier kann ein kontrastiver Ansatz helfen: Studierende übersetzen solche Phrasen ins Hochdeutsche und diskutieren, ob und in welchen Kontexten solche Sprache angemessen ist. Dadurch wird Sprachbewusstheit im Hinblick auf Register, Adressatenorientierung und Barrierefreiheit geschult.

e) Schreibkompetenz stärken durch kritische Textproduktion

Basierend auf kritisierten Floskeln wie *Hands-on-Mentalität* oder *Work hard, play hard* können die Lernenden **Stellenanzeigen umgestalten**. In Kleingruppenarbeit überarbeiten sie eine Anzeige hinsichtlich sprachlicher Klarheit, Fairness und Transparenz. Dabei reflektieren sie über die Wirkung von Anglizismen und lernen, Texte im Hinblick auf Zielgruppen und Kommunikationsziele zu optimieren – eine zentrale Fähigkeit für die Berufskommunikation im deutschsprachigen Raum.

4.2 Sprachbewusstheit und Fachlexik – Ein integrativer Zugang zur Geschäftskommunikation

Im Zuge der Internationalisierung von Studiengängen und der sprachlichen Hybridisierung durch Globalisierung und Digitalisierung gewinnt ein reflektierter, sprachsensibler Fachsprachenunterricht zunehmend an Bedeutung. Insbesondere im Kontext der Geschäftskommunikation ist es didaktisch sinnvoll, die Vermittlung von Lexik – insbesondere von Anglizismen – nicht isoliert, sondern im Zusammenspiel mit Sprachbewusstheit („language awareness“), interkultureller Reflexion und Elementen der akademischen Literalität zu gestalten⁴.

Ziel eines solchen integrierten Ansatzes ist es, Lernende nicht nur in der produktiven Anwendung ökonomisch relevanter Fachlexik zu schulen, sondern sie auch dazu zu befähigen, sprachliche Strukturen und deren soziale Bedeutungen kritisch zu hinterfragen. Dies entspricht dem Paradigma einer reflexiven Sprachbildung (Feilke 2012: 9), das sowohl analytische als auch produktive Kompetenzen im Umgang mit Sprache fördert.

⁴ vgl. Hallet, 2010; Meißner, 2011

4.3 Sprachbewusstheit und sprachliche Distinktion

Die Integration von Sprachbewusstheit ermöglicht es den Lernenden, Anglizismen im Wirtschaftsdeutsch nicht bloß rezeptiv zu erfassen, sondern ihre Funktion als soziale Marker und ideologische Ressourcen zu reflektieren.⁵ In der Analyse von Textsorten wie Stellenanzeigen, Firmenwebseiten oder Business-Pitches lernen Studierende, wie Anglizismen Zugehörigkeit, Modernität oder Exklusivität indexikalisch markieren.⁶ Solche didaktischen Settings stärken die metasprachliche Kompetenz und machen Sprachgebrauch zum Gegenstand kritischer Auseinandersetzung.

4.4 Interkulturelle Reflexion

Ein weiterer zentraler Baustein ist die Förderung interkultureller Sensibilität: Die Verwendung englischer Fachlexik variiert je nach Sprachraum, Branche und Kommunikationskultur. So kann etwa ein Begriff wie *agile mindset* in internationalen Kontexten unterschiedliche Konnotationen hervorrufen. Durch vergleichende Textanalysen und szenariobasierte Übungen lässt sich die interkulturelle Perspektive gezielt einbinden, um Lernende für unterschiedliche kulturelle Sprachstandards und Sprachideologien zu sensibilisieren⁷.

4.5 Akademische Literalität und Textkompetenz

Schließlich ist auch die Schulung akademischer Literalität ein zentrales Ziel im hochschulichen Fachsprachenunterricht. Lernende sollen befähigt werden, wirtschaftsbezogene Fachtexte nicht nur zu rezipieren, sondern auch eigenständig zu verfassen – von Projektberichten bis hin zu Präsentationen oder wissenschaftlichen Abstracts. Hierbei bietet sich eine didaktische Verknüpfung zwischen produktiver Lexikarbeit (Wortschatzaufbau, Kollokationen, Phrasemuster) und genre-orientierter Schreibdidaktik an⁸. Der gezielte Einsatz von Anglizismen in fachsprachlich angemessener Weise wird dabei reflektiert und trainiert –

⁵ vgl. Androutsopoulos, 2001; Agha, 2007

⁶ vgl. Silverstein, 2003

⁷ vgl. Helm & Guth, 2016

⁸ vgl. Böttger, 2010

etwa durch das Erstellen eigener Stellenausschreibungen oder Werbetexte unter sprachlich-strategischen Vorgaben.

5. Integration von projektbasiertem Lernen, Sprachreflexion und Fachinhalten – Ein integrativer Ansatz für die Geschäftskommunikation

Ein zentraler Anspruch des kompetenzorientierten DaF-Unterrichts in der Hochschullehre besteht darin, die Sprachverwendung möglichst realitätsnah, berufsbezogen und reflektiert zu gestalten. Im Kontext der Geschäftskommunikation bedeutet dies, Lernende nicht nur auf den funktionalen Gebrauch von Fachvokabular vorzubereiten, sondern ihnen auch die Fähigkeit zu vermitteln, sprachliche Normen, Diskursmuster und soziolinguistische Implikationen kritisch zu hinterfragen.

Ein innovativer Zugang stellt dabei die Verknüpfung von projektorientierter Lexikarbeit, sprachlicher Reflexion und fachspezifischen Inhalten dar – ein Konzept, das an der Wirtschaftsakademie Bukarest erfolgreich durchgeführt wurde.

Im Rahmen eines Seminars zur Geschäftskommunikation an der Wirtschaftsakademie Bukarest führten Studierende ein mehrwöchiges Projekt durch, in dem sie eine authentische Stellenausschreibung auf Anglizismen analysieren und im Anschluss eine zielgruppenorientierte Alternative (z. B. in verständlicherem Deutsch für Berufseinsteiger bzw. Berufseinsteigerinnen) erstellen sollten. Dabei wurden sie durch folgende Schritte begleitet:

- **Sprachreflexion:** In Gruppen diskutierten die Studierenden über die Wirkung und Verständlichkeit der verwendeten Anglizismen (z. B. *Customer Success Agent, Agile Team Member, High Performer Mindset*). Die Reflexion erfolgte unter Bezug auf Konzepte von Sprachideologie (vgl. Bourdieu, 1991) und Indexikalität (vgl. Silverstein, 2003).
- **Lexikentwicklung:** Aufbauend auf der Analyse entwickelten die Studierenden Glossare, in denen häufige Business-Anglizismen definiert, kontextualisiert und kritisch kommentiert wurden.
- **Fachinhaltliche Einbettung:** Im zweiten Teil des Projekts sollten die Studierenden ein kurzes Bewerbungsvideo (Pitch) aufnehmen, in dem sie sich auf die neu formulierte Stellenausschreibung beziehen – dabei wurde der bewusste Einsatz von Fachsprache, aber auch sprachlicher Zugänglichkeit bewertet.

Dieser projektbasierte Ansatz vereinte drei wesentliche didaktische Komponenten:

1. **Projektbasiertes Lernen:** Die Studierenden arbeiteten eigenverantwortlich an einem realitätsnahen Produkt mit konkretem Output (alternativer Anzeigentext + Bewerbungsvideo).
2. **Sprachreflexion:** Über gezielte Diskussionen zu Anglizismen wurde sprachliche Bewusstheit (language awareness) gefördert.
3. **Fachinhaltliche Integration:** Durch das Bewerbungsvideo wurde die Verbindung zur beruflichen Kommunikationspraxis hergestellt.

Diese integrative Herangehensweise fördert nicht nur Wortschatzarbeit im engeren Sinne, sondern auch interkulturelle Kompetenz, kritisches Sprachbewusstsein und akademische Literalität. Die Lernenden reflektieren nicht nur über „richtiges“ oder „angemessenes“ Deutsch, sondern erkennen, wie Sprache gesellschaftliche Zugehörigkeit, Diskurshoheit und Berufschancen mitkonstituiert.

Wie Androutsopoulos (2003:99) betont, ist Sprache nie neutral, sondern stets mit sozialen Bedeutungen und medialen Rahmungen aufgeladen – ein Aspekt, der in diesem Seminarkontext didaktisch nutzbar gemacht wurde.

Die zunehmende Verwendung von Anglizismen im wirtschaftlichen Sprachgebrauch ist Ausdruck eines umfassenderen Prozesses der diskursiven Modernisierung. Damit ist gemeint, dass sich sprachliche Praktiken in der Geschäftskommunikation systematisch an globale, digitale und innovationsorientierte Diskurse angleichen. Diese diskursive Modernisierung bringt jedoch soziale Begrenzungen mit sich. Wie Androutsopoulos (2003:101) betont, erzeugt die mediale Zirkulation von Sprachstilen zugleich soziale Differenzierungsprozesse, da bestimmte Ausdrucksformen mit spezifischen sozialen Milieus, Kompetenzerwartungen und symbolischen Werten verknüpft sind. Übertragen auf den Businesskontext bedeutet dies, dass der Gebrauch englisch codierter Begriffe nicht nur Verständigung fördert, sondern auch Zugang reguliert. Personen, die mit dem einschlägigen Sprachgebrauch nicht vertraut sind, etwa aufgrund mangelnder Bildung, branchenspezifischer Sozialisation oder sprachlicher Unsicherheit, laufen Gefahr, ausgeschlossen oder marginalisiert zu werden. Dieser Wandel zeigt sich nicht nur in der Terminologie, sondern auch in der kommunikativen

Selbstinszenierung von Unternehmen: Durch Begriffe wie „*Agility*“, „*Leadership Excellence*“ oder „*Growth Hacking*“ positionieren sich Firmen strategisch innerhalb eines globalisierten ökonomischen Umfelds. Sprache wird in diesem Kontext nicht nur als funktionales Mittel zur Informationsvermittlung genutzt, sondern zunehmend als symbolisches Kapital, das Zugehörigkeit zu bestimmten Wertvorstellungen, Innovationsnarrativen und professionellen Identitätsfeldern ausdrückt.

Gleichzeitig markiert dieser sprachliche Wandel soziale Grenzen. Die Verwendung anglophoner Begriffe, insbesondere solcher, die spezifisches Vorwissen oder implizite Diskurszugehörigkeit voraussetzen, birgt das Potenzial zur sozialen Exklusion. Wer mit Formulierungen wie *We are looking for a dynamic Growth Hacker with strong skills in performance tracking, funnel optimization and stakeholder alignment. Join our agile team and co-create the future of digital transformation*⁹ (vgl. LinkedIn, 2023) nicht vertraut ist, könnte sich trotz formaler Qualifikation sprachlich abgehängt fühlen. Die moderne Geschäftskommunikation etabliert damit implizite Zugangshürden, die nicht nur auf fachlichem Know-how, sondern auch auf diskursiver Anschlussfähigkeit beruhen.

Diese Dynamik verweist auf die doppelte Rolle von Anglizismen: Einerseits tragen sie zur Effizienz, Präzision und Internationalisierung ökonomischer Kommunikation bei. Andererseits wirken sie als Marker sozialer Distinktion, die differenzieren zwischen den „sprachlich kompetenten Insidern“ und jenen, denen der Zugang zu solchen Sprachformen fehlt. Die diskursive Modernisierung wirtschaftlicher Sprache ist daher auch eine ideologische – sie folgt bestimmten Vorstellungen von Fortschritt, Innovationsfähigkeit und globaler Anschlussfähigkeit, die nicht neutral, sondern sozial selektiv wirken. Anglizismen fungieren dabei als semiotische Signale, über die Zugehörigkeit, Modernität und unternehmerischer Habitus sprachlich erzeugt und sichtbar gemacht werden.

In diesem Spannungsfeld zwischen funktionalem Nutzen und symbolischer Ausschließung wird deutlich, dass Sprache im

⁹ Growth Softs (Offizieller LinkedIn-Post, November 2024). Dieses Statement stammt aus einer öffentlich zugänglichen LinkedIn-Jobanzeige, in der ein Unternehmen aktiv nach einem Growth Hacker mit Fokus auf performance tracking, funnel optimization und enger Zusammenarbeit mit Stakeholder:innen sucht https://www.linkedin.com/posts/growthsofts_hiring-socialcontentresearcher-jobopportunity-activity-7263538570303336448-MDfc

wirtschaftlichen Kontext mehr ist als ein reines Werkzeug. Sie ist ein sozial wirksames Dispositiv, das Identitäten formt, Zugehörigkeit regelt und Teilhabechancen beeinflusst. Die Reflexion über Anglizismen in der Geschäftskommunikation ist somit immer auch eine Reflexion über Macht, Zugang und kulturelle Legitimität.

6. Fazit

Die zunehmende Hybridisierung wirtschaftlicher Kommunikation erfordert innovative didaktische Ansätze im Unterricht. Projektorientierte Lexikarbeit erweist sich dabei als besonders wirksam: Sie ermöglicht nicht nur den gezielten Erwerb von Fachwortschatz, sondern befähigt Lernende, diesen reflektiert, kontextsensibel und strategisch einzusetzen und kommunikative Entscheidungen im internationalen Berufsalltag differenziert und zielgerichtet zu treffen.

Wenn Sprache als Ressource beruflicher Positionierung verstanden und in realitätsnahe Projekte eingebettet wird, entsteht ein Unterricht, der gleichermaßen auf die Anforderungen globaler Arbeitsmärkte und akademischer Bildung reagiert. Projektbasierter Unterricht fördert demnach die sprachliche Handlungsfähigkeit, die im Kontext zunehmender Internationalisierung und diskursiver Komplexität der Geschäftskommunikation besonders notwendig ist.

References and bibliography

1. AGHA, A. (2007), *Language and Social Relations*. Cambridge, Cambridge University Press.
2. ANDROUTSOPoulos, J. (2003), „Die Mediatisierung des Soziolexts. Zur diskursiven Konstruktion sozialer Bedeutung in der deutschen HipHop-Szene“. In Auer, P., & Schmidt, J. E. (Hrsg.), *Sociolinguistica. Jahrbuch für internationale Soziolinguistik* (Bd. 17, pp. 87-112). Berlin, de Gruyter.
3. BÖTTGER, H. (2010), *Teaching Academic Writing*. Stuttgart, Klett.
4. BOURDIEU, P. (1991), *Language and Symbolic Power*. Cambridge, Polity Press.
5. BUßMANN, H. (2002), *Lexikon der Sprachwissenschaft*. Stuttgart, Kröner.

6. FEILKE, H. (2012), „Bildungssprachliche Kompetenzen – fördern und entwickeln“. Praxis Deutsch, (233), pp. 4-13. Seelze: Friedrich Verlag.
7. HALLET, W., KÖNIGS, F. G. (Hrsg.) (2010), Handbuch Fremdsprachendidaktik. Seelze-Velber: Kallmeyer (in Verbindung mit Klett)
8. HELM, F., Guth, S. (2016), „Open Education and Foreign Language Education: Towards a New Praxis“. Journal of e-Learning and Knowledge Society, 12(3), p. 87–95.
9. LEGUTKE, M., Thomas, H. (1991), Process and Experience in the Language Classroom. London, Longman.
10. MEISSNER, F.-J. (2011), „Interkulturelles Lernen im Kontext der Mehrsprachigkeit“. In: Bausch, K.-R. et al. (Hrsg.), Handbuch Fremdsprachenunterricht (5. Aufl., S. 253-258). Tübingen, Francke.
11. ROELCKE, T. (2020), Fachsprachen 4., neu bearb. u. wesentlich erw. Aufl. Berlin, Erich Schmidt.
12. SILVERSTEIN, M. (2003), Indexical order and the dialectics of sociolinguistic life. *Language & Communication*, 23(3-4), pp. 193-229.
13. WOLFGANG, H. (2016), Genres im fremdsprachlichen und bilingualen Unterricht: Formen und Muster der sprachlichen Interaktion. Seelze, Klett/Kallmeyer.
14. ***GROWTH SOFTS (2024), Offizieller LinkedIn-Post (November 2024). Öffentlich zugängliche Jobanzeige „Growth Hacker“. Verfügbar unter: https://www.linkedin.com/posts/growthsofts_hiring-socialcontentresearcher-jobopportunity-activity-7263538570303336448-MDfc (Zugriff am: TT.MM.JJJJ).