

Wirtschaftsdeutsch in der VR China – ein expandierender Markt?

Birgit Buch

1. Ausgangsüberlegungen

Die VR China befindet sich in einer wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Umbruchzeit. An vielen Deutschabteilungen chinesischer Universitäten erklingt seit einigen Jahren der Ruf nach Wirtschaftsdeutsch. Es scheint, als ob dieses Wort eine Art Zauberformel sei, mit deren Hilfe man marode Abteilungen sanieren, Studenten anlocken oder gar einen lukrativen Geschäftszweig nebenher einrichten könne. Wie aber sieht es aus, wenn dieses Zauberwort mit Inhalt gefüllt werden soll? Was ist Wirtschaftsdeutsch? Welche Inhalte und Fertigkeiten sollen vermittelt werden? Unter dem Begriff Wirtschaftsdeutsch lässt sich leicht so gut wie alles fassen, was im engsten und entferntesten mit Wirtschaft, Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsordnungen usw. zu tun hat. An dieser Stelle soll keine Analyse und Definition gegeben werden, denn dies würde den Rahmen dieses Beitrags sprengen. Wichtig zu erwähnen ist jedoch, daß an den meisten Deutschabteilungen nur diffuse Vorstellungen darüber herrschen, was denn Wirtschaftsdeutsch sei und welche Inhalte im Unterricht behandelt und welche Fertigkeiten trainiert werden sollten. Ein Grund für diese Unsicherheiten liegt darin, daß die Arbeits-

marktsituation nicht genügend berücksichtigt wird. Es fehlt eine fundierte, chinaweite, von Experten durchgeführte Markt- und Bedarfsanalyse, ob – und wenn ja, in welchen Bereichen – chinesische Mitarbeiter mit Deutschkenntnissen gefragt sind. Für eine marktgerechte Kurskonzeption ist dieser erste Schritt unabdingbar.

Da Gespräche mit Wirtschaftsvertretern erfolgt sind, kann vorsichtig von *möglichen* Einsatzbereichen chinesischer Universitätsabsolventen ausgegangen werden. Aussagen einzelner Unternehmen – noch dazu regional beschränkt – können jedoch nicht verallgemeinert werden. Über das Verhältnis von Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt können ebenfalls keine fundierten Aussagen gemacht werden.

2. »Wirtschaftsdeutsch« in Hangzhou – pragmatischer Umgang mit einem bereits existierenden Teilstudiengang

Als ich 1993 in der VR China eintrat, sollte es zunächst eine meiner Aufgaben sein, am Deutschen Sprachzentrum (DSZ) der Zhejiang Universität in Hangzhou im Rahmen des dort neu eingerichteten Diplomteilstudiengangs »Fachdeutsch Technik« (DTS) den Bereich Wirtschaft für die Oberstufe einzurichten.

führen und Wirtschaft(sdeutsch) zu unterrichten. Es stellte sich die Frage nach der Zielgruppe, um herauszufinden, welche Teilbereiche aus der Wirtschaft für die Teilnehmer relevant wären. Auf den DTS und seine Zielsetzung möchte ich an dieser Stelle nicht näher eingehen, da dies zu weit führen würde. Wichtig erscheint mir in unserem Zusammenhang darauf hinzuweisen, daß die Studenten des DTS möglichst praxisbezogen für die Industrie und Wirtschaft ausgebildet werden sollen. Es handelt sich bei den Teilnehmern also *nicht* um angehende Betriebs- oder Volkswirte, die auf ein Studium der Betriebswirtschaft oder Volkswirtschaft in Deutschland vorbereitet werden sollen. Der Anwendungsbereich der Fach- und Sprachkenntnisse liegt also deutlich auf der Hand: Die angehenden Ingenieure sollen vielmehr nach ihrem Abschluß im Fach (i. d. R. Bachelor Degree) und dem parallel zum Fachstudium absolvierten DTS einen Arbeitsplatz in der freien Wirtschaft in China – möglichst in einem chinesisch-deutschen Joint-Venture Unternehmen – finden.

Um herauszufinden, welche wirtschaftsbezogenen Themenbereiche für die Zielgruppe des DTS in der späteren Berufspraxis relevant sind, hielt ich zunächst Kontakt zur Deutschen Kaufmannschaft Shanghai, stellte auf deren Treffen wiederholt den DTS vor, fragte nach möglichen Praktika und Arbeitsplätzen für die Studenten, in welchen Bereichen chinesische Mitarbeiter in der chinesisch-deutschen Joint-Venture-Industrie eingesetzt werden, welche Fachinhalte aus dem

Wirtschaftsbereich vermittelt und welche Fertigkeiten trainiert werden sollten. Es galt, einen möglichst großen gemeinsamen Nenner zu finden, um Inhalte abzudecken, die möglichst viele unterschiedliche Industriebranchen voraussetzen. Dies mußte so rasch wie möglich erfolgen.

Nach Aussagen der befragten Mitglieder der Kaufmannschaft stellte ich einen Themenkatalog auf. Betriebswirtschaftliche Kenntnisse wurden durchweg nicht gefordert. Für Managementaufgaben der mittleren und höheren Ebene werden entweder deutsches Personal oder betriebsintern geschulte Chinesen, die i. d. R. ihre Universitätsausbildung in Deutschland absolviert haben, eingesetzt.¹ Der Einsatzbereich, der am häufigsten für Chinesen, die in China einen Universitätsabschluß erlangt haben, genannt wurde, ist der untere kaufmännische Bereich: die Sekretariatsebene, wobei noch betont werden muß, daß die Anforderungen, die in China an kaufmännische Angestellte gestellt werden, mit denen, die an Mitarbeiter im kaufmännischen Bereich in Deutschland gestellt werden, nicht vergleichbar sind. Die kaufmännischen Ausbildungslehrgänge in Deutschland, die i. d. R. mit einer Prüfung vor der Industrie- und Handelskammer abschließen, liegen auf einem höheren Niveau. Entsprechend höher sind die Anforderungen und die Verantwortung der kaufmännischen Mitarbeiter in Deutschland. Herr Dr. Kreuzberger von der Handelsförderungsstelle der Deutschen Botschaft in Peking bestätigte in seinem Vortrag auf

1 An der 1994 in Shanghai gegründeten »China Europe International Business School« ist u. a. der Studiengang zum »»Master of Business Administration« eingerichtet worden, um qualifizierte Führungskräfte für den chinesischen Markt auszubilden. Die Studienplätze sind sehr gefragt (vgl. hierzu Schwertfeger 1996). Es ist anzunehmen, daß sich chinesische und ausländische Unternehmen aus dem Pool der Business School-Absolventen zukünftig bedienen werden.

der DAAD-Tagung im November 1996 in Peking u. a., daß der Einsatz chinesischer Mitarbeiter in der Joint-Venture-Industrie überwiegend im Sekretariatsbereich liegt. Er betonte ausdrücklich, daß ein Einstieg in die obere Managementebene fast ausschließlich über die Personalabteilung in Deutschland erfolge. Es gebe nur sehr wenige Ausnahmen, die über eine Bewerbung von China aus als Ortskraft den Einstieg geschafft hätten.¹

Von den befragten Mitgliedern der Kaufmannschaft wurden im wesentlichen folgende Wünsche hinsichtlich des Kenntnisstandes und der Fähigkeiten der Studenten genannt:

- Erledigung leichter kaufmännischer Tätigkeiten
- Durchführung des Geschäftsbriefverkehrs
- angemessene Entgegennahme von Telefonaten
- angemessener Umgang mit Kunden (Gesprächsführung, Betreuung)
- ein höchstmögliches Maß an Flexibilität, Mobilität und Kontaktfreudigkeit
- korrektes Äußeres, gute Umgangsformen.

Für potentielle Arbeitnehmer auf Sekretariatsebene ist kaufmännisches Basiswissen (gerade auch im Außenhandel) nicht nur sinnvoll, wenn sie sich bei einem Joint-Venture-Unternehmen bewerben. Vor allem wird es auch in solchen chinesischen Betrieben gebraucht, die bereits mit Deutschland in Handelsbeziehung stehen oder dies beabsichtigen. So müssen sich die Studenten einer-

seits *Hintergrundwissen* aneignen (z. B. Betriebsorganisation, Aufbau und Funktion kaufmännischer Abteilungen, Ablauf kaufmännischer Tätigkeiten, die im Betriebsalltag anfallen), andererseits müssen Fertigkeiten trainiert werden, wie z. B. Telefonate entgegennehmen, Gesprächsnotizen verfassen, Besucher betreuen usw. Vermittelt werden müssen z. B. auch Grundkenntnisse im Rechnungswesen, Methoden der modernen Korrespondenz, Kenntnisse über die Abwicklung von Außenhandelsgeschäften, die Form des deutschen Geschäftsbriefs und die berufsspezifische Fachsprache (d. h. hier: Fachsprache des Sekretariatsbereiches).

Hinsichtlich der Methoden der modernen Korrespondenz nehmen die EDV, das Fax und neuerdings auch verstärkt die e-mail einen immer größer werden den Platz ein. Potentielle Arbeitnehmer sollten unbedingt mit dieser »neuen« Technik umgehen können.

Viele Unternehmen arbeiten im Bereich Handelskorrespondenz mit Satzbausteinen, d. h. Satzteile zu bestimmten Brieftypen sind elektronisch abgespeichert und können zu einem Brief kombiniert werden. Auf diese Art und Weise können in einem Betrieb häufig zu schreibende Briefarten, die in ihrem Inhalt nur leicht variieren, effizient erstellt werden. Im Unterricht haben wir deshalb verstärkt mit solchen Satzbausteinen gearbeitet. Mit Hilfe der Bausteine können die Studenten Brieftypen leicht üben und sind in der Lage, in kurzer Zeit Briefe zu erstellen. Eine beliebte prakti-

1 Hinsichtlich der DTS-Absolventen muß an dieser Stelle noch einmal darauf hingewiesen werden, daß es sich um Studenten der Ingenieurwissenschaften handelt, d. h. diese Studenten könnten sich auf eine ihrer Ausbildung entsprechende Stelle bewerben. Von den Absolventen, die ich während meiner zweijährigen Tätigkeit in Hangzhou unterrichtet habe, hat meines Wissens *keiner* einen Arbeitsplatz angenommen, an dem er seine Deutschkenntnisse nutzen kann. Eine Untersuchung darüber, in welchen Arbeitszusammenhängen die Absolventen tätig sind, wäre begrüßenswert.

sche Übung unter den Studenten war z. B. das Formulieren des Brieftyps »Informationen einholen«. Die Studenten haben an deutsche Unternehmen und Organisationen geschrieben, um Informationen zu erhalten. Die Resonanz aus Deutschland war beachtlich. Den Studenten wurde i. d. R. ausführlich geantwortet. Ein großes Unternehmen und zwei große Organisationen schickten sogar Pakete mit Informations- und Werbematerial. Natürlich kann diese Übung nicht mit jedem Jahrgang wieder neu durchgeführt werden. Wünschenswert wären chinaweite Übungsbetriebe, die miteinander in Kontakt stehen und Geschäftsvorgänge simulieren. Für die Durchführung eines solchen Projekts müssten allerdings die entsprechenden technischen und organisatorischen Voraussetzungen gegeben sein.

Aufgrund der Erfahrungen, die ich in Hangzhou gemacht habe, gehe ich davon aus, daß eine erfolgversprechende Ausbildung der Studenten auf drei Säulen beruhen sollte: 1. Wissensvermittlung (Hintergrundwissen, berufsspezifisches Wissen), 2. interkulturelles Training (z. B. Umgang mit Personen aus der Fremdkultur), 3. Sprachvermittlung (Fachsprache). Es handelt sich hierbei um eine Idealvorstellung, die in Hangzhou aufgrund des vorgegebenen Zeitrahmens¹ nur in Teilbereichen realisierbar war. Da die Studenten, die ich unterrichtet habe, aus ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen kamen, mußte die Wissensaneignung im Bereich Wirtschaft in der Fremdsprache Deutsch erfolgen, was sehr zeitaufwendig war. Idealerwei-

se hätte ein großer Teil der Wissensvermittlung und teilweise auch das interkulturelle Training (hier wäre Teamteaching wünschenswert) auf Chinesisch erfolgen sollen.

3. Stellenwert des Deutschen

Betenen möchte ich an dieser Stelle, daß die Relevanz der deutschen Sprache im Wirtschaftsbereich von vielen Studenten und auch Lehrkräften zu hoch eingeschätzt wird. Englisch ist und bleibt auch in Zukunft die dominierende Geschäftssprache auf der Welt. Deutsche Sprachkenntnisse können allenfalls eine Zusatzqualifikation sein. Dies muß den Studenten in aller Deutlichkeit gesagt werden.

Es gibt bereits Organisationen, die dem Umstand, daß Englisch an erster Stelle steht, Rechnung tragen, wie z. B. das Berufsbildungszentrum der Hanns-Seidel-Stiftung für Elektroberufe Shanghai, das seit September 1993 als bislang einzige Bildungseinrichtung den Ausbildungsbereif des Industriekaufmanns anbietet. Seit September 1996 erhalten die Absolventen des Lehrgangs bei erfolgreicher Abschlußprüfung das Zertifikat der Industrie- und Handelskammer München. Die Ausbildung erfolgt in Anlehnung an das duale Bildungssystem in Deutschland, d. h. die Teilnehmer werden schulisch (theoretisch) und betrieblich (praktisch) ausgebildet.

»Kern der schulischen Ausbildung sind die Unterrichtsfächer ›Allgemeine Wirtschaftslehre‹, ›Industriebetriebslehre‹ und ›Rechnungswesen‹. Auf ›Elektronische Datenverarbeitung‹ und ›Kaufmännisches Englisch‹ wird außerdem großer Wert gelegt«. (Koor-

1 Während meiner zweijährigen Tätigkeit an der ZZhrjiang-Universität habe ich in zwei Jahrgängen in der Oberstufe des DTS (Dauer in der Regel 32 Unterrichtswochen) Wirtschaftsdeutsch bzw. Wirtschaftsthemen unterrichtet. Im ersten Jahr entfielen auf die insgesamt acht Wochenstunden Deutschunterricht im DTS lediglich zwei Wochenstunden Wirtschaft; im zweiten Jahr waren es vier Wochenstunden von den insgesamt acht Wochenstunden.

dinierungs- und Informationszentrum der Hanns-Seidel-Stiftung Beijing: KOORD-Blatt 11)¹

Auch viele Unternehmensvertreter betonen, wie wichtig die englische Sprache im internationalen Geschäftsverkehr sei. Deutlich wird dies auch, wenn man die Stellenanzeigen in chinesischen Zeitungen liest. In der Regel werden – auch von deutsch-chinesischen Joint-Ventures – sehr gute Sprachkenntnisse im Englischen verlangt, und auch Bewerbungen sollen normalerweise auf Englisch einge-reicht werden (Ausnahmen sind hier Unternehmen mit deutscher Beteiligung).

4. Relevanz eines Bewerbungstrainings für den chinesischen Arbeitsmarkt – Erfahrungen im Unterricht

Wie Gespräche mit deutschen Unternehmensvertretern, aber auch Erfahrungen in der Praxis, so z.B. Stellenausschreibungen deutscher Organisationen und Unternehmen im »Shanghai Coordination Office for International Cooperation« und auch Stellenanzeigen in regionalen und überregionalen Zeitungen zeigen, sind Einstellungsverfahren deutsch-chinesischer Joint-Ventures, die sich nach in Deutschland bzw. im Westen üblichen Methoden richten, durchaus gängig. D. h. es werden Bewerbungsunterlagen ange-

fordert, aus denen eine Auswahl an Kandidaten getroffen wird, die zu einem ausführlichen Vorstellungsgespräch eingeladen werden. Wie bereits erwähnt, wird von vielen Unternehmen bei zukünftigen Mitarbeitern – abhängig von dem Einsatzgebiet – großer Wert auf ein korrektes Äußeres und gute Umgangsformen gelegt. Bei diesen Vorstellungsgesprächen wird überprüft, ob ein Kandidat die gewünschten Anforderungen erfüllt, für die ausgeschriebene Position fachlich und persönlich geeignet ist und auch von der Persönlichkeitsstruktur her zu dem entsprechenden Unternehmen paßt. Hinsichtlich dieser Kriterien bin ich bei der Heranführung an das Thema Bewerbung bei den meisten Studenten auf große Probleme gestoßen, die auch von seiten vieler Unternehmen genannt werden. Im wesentlichen sind dies folgende Probleme:

- Unverständnis darüber, daß Bewerbungstraining eng mit der Wirtschaftsordnung »Marktwirtschaft« zusammenhängt
- die Erwartung, daß der Staat bzw. das Lehrpersonal Kontakte knüpfen und Arbeitsplätze beschaffen soll
- das »white-collar-Denken« vieler Akademiker

1 Das Berufsbildungszentrum und seine Außenstellen führen Lehrgänge für drei Ausbildungsberufe durch, die mit dem Zertifikat der Industrie- und Handelskammer abschließen: Kommunikationselektroniker/Funktechnik; Kommunikationselektroniker/Informationstechnik und Industriekaufmann. Zwanzig deutsch-chinesische Joint-Venture-Unternehmen haben zu Beginn der Ausbildung 1996/97 mit 64 Auszubildenden der Berufe Industriekaufmann und Energieelektroniker/Anlagentechnik Berufsausbildungsverträge abgeschlossen, die auf dem deutschen Ausbildungsvertrag basieren. Die Ausbildungslehrgänge sind für Schulabgänger der Mittelschule/Oberstufe und der Mittelschule/Unterstufe gedacht (vgl. KOORD-Blatt 11). Ein Berufsausbildungssystem nach Vorbild des deutschen dualen Systems ist bereits mit Unterstützung der GTZ im Aufbau. Diese Entwicklung halte ich für sehr begrüßenswert. Wenn aber Absolventen kaufmännischer Ausbildungslehrgänge auf den Arbeitsmarkt drängen, so sind sie eine ernstzunehmende Konkurrenz für Universitätsabsolventen mit Deutschkenntnissen, die im kaufmännischen Bereich von (deutsch-chinesischen Joint-Venture-) Unternehmen einen Arbeitsplatz finden wollen, denn die ausgebildeten Kaufleute sind in jedem Fall besser qualifiziert, weil zielgerichtet ausgebildet.

- die chinesische »danwei-Mentalität« (Der Arbeitgeber hat seine Mitarbeiter wie eine Art Familienoberhaupt rundum zu versorgen).

Es zeigt sich also ganz deutlich, daß das Thema Bewerbung ausführlich im Unterricht behandelt werden sollte. Erstaunlich ist allerdings, daß es in der Praxis oft ganz klar von Wirtschaftsthemen getrennt wird und eine eher untergeordnete Rolle spielt, wo es doch so eng mit Wirtschaftsdeutsch bzw. mit der Wirtschaftsordnung »Marktwirtschaft« zusammenhängt. Denn auf dem Arbeitsmarkt biete ich meine Arbeitskraft an. Die Grundmechanismen sind ähnlich wie auf anderen Märkten, auf denen für Produkte, Dienstleistungen (wie z. B. auch Bildung) geworben wird. Ich muß also bei Unternehmen, die ich zuvor gemäß meinem Wunsch und meinen Vorstellungen gewählt habe, Aufmerksamkeit erregen, Interesse wecken, Informationen vermitteln und den Wunsch anregen, sich für meine Person zu entscheiden und mich einzustellen.

Wie sieht denn aber der Arbeitsmarkt in China aus? Gibt es überhaupt einen »freien Arbeitsmarkt«? Es ist allgemein bekannt, daß die Öffnung Chinas zum Ausland, der neue chinesische Wirtschaftskurs zu wirtschaftspolitischen, gesellschaftspolitischen und sozialen Umbrüchen führte und weiterhin führen wird. Desorientierungen breiter Bevölkerungsschichten, hervorgerufen durch den Wandel und Werteverlust, der mit dem Modernisierungs- und Industrialisierungsprozeß zwangsläufig einhergeht, sind überall – auch an den Universitäten und unter den Studenten – mehr oder weniger spürbar.

Auch hinsichtlich der Arbeitsmarktpolitik hat sich vieles geändert und befindet sich noch vieles im Wandel. Die sogenannte »Tie Fan Wan«, die »eiserne Reisschüssel«, die einst jedem chinesischen Bürger einen lebenslangen Arbeitsplatz inklusive staatlicher Rundum-Fürsorge garantierte, existiert in der Form heute schon nicht mehr. Teile dieser eisernen Reisschüssel sind bereits weggeschmolzen, und es ist zu vermuten, daß die Schüssel in Zukunft ganz aufgelöst wird. In der Vergangenheit war es in China also nicht nötig, sich selbst um einen Arbeitsplatz zu bemühen, da dieser von staatlicher Seite zugeteilt wurde. Es war auch nicht möglich, seiner Neigung entsprechend einen Beruf oder ein Studium zu wählen. Auch in diesen Bereichen wurden die Plätze planmäßig zugeteilt. Die heutige wirtschaftliche Situation, die zwangsläufig Veränderungen in allen anderen Bereichen nach sich zieht, ist eine völlig andere, und sie fordert einen Prozeß des Umdenkens von jedem Einzelnen. Die Verunsicherungen und auch Ängste bei vielen Studenten werden im Unterricht deutlich. Ein geringer Teil der Studenten verläßt sich auf die Zuweisung von Arbeitsplätzen, die es immer noch gibt. Der größte Teil jedoch möchte selbst einen Arbeitsplatz auf dem freien Arbeitsmarkt finden, steht diesem Markt aber relativ hilflos gegenüber.¹

Es ist anzunehmen, daß im zukünftigen China die Bewerbung um einen Arbeitsplatz für Schul- und Hochschulabsolventen und natürlich auch für Arbeitnehmer, die sich verändern wollen oder müssen, eine immer größere Rolle spielen wird.

Immer mehr Unternehmen inserieren in regionalen und überregionalen Zeitun-

1 Der Prozeß des Sich-Einstellens auf die sich verändernde Marktsituation ist in einigen Regionen bzw. Städten, wie z. B. Shanghai, durchaus spürbar, betrifft aber m. E. nur eine kleine Personengruppe.

gen auf der Suche nach geeigneten Mitarbeitern. Bei diesen Unternehmen handelt es sich *nicht* ausschließlich um Joint-Ventures; es befinden sich darunter auch viele chinesische Industrie- und Dienstleistungsunternehmen. Das Shanghaier »Ren Shi Ju« (»Personalbeschäftigungsamt«, eine Art staatliches Arbeitsamt) veröffentlicht in Zusammenarbeit mit dem »Ren Cai Fu Wu Zhong Xin« (»Service-Zentrum für Fachkräfte«, eine Institution, die staatlich eingesetzt ist, aber relativ unabhängig arbeitet) zweimal wöchentlich eine vom Arbeitsministerium anerkannte und unterstützte Zeitung (»Ren Cai Shi Chang Bao« = »Arbeitsmarkt«), die zwar überregional erscheint, aber hauptsächlich Arbeitsplätze in Shanghai anbietet. In dieser Zeitung inserieren überwiegend Joint-Ventures, die Positionen für Hochschulabsolventen mit Berufserfahrung anbieten. Die Stellen liegen i. d. R. im technischen Bereich. Gelegentlich stellen sich auch einige Unternehmen vor. In der einmal wöchentlich in Shanghai erscheinenden »Aktienzeitung« findet der Leser ebenfalls regelmäßig die Beilage »Unternehmen stellen sich vor«.

Mit einer Studentengruppe habe ich in einem Zeitraum von einem Monat Stellenanzeigen in chinesischen Zeitungen sammeln lassen. Es wurden in den meisten Fällen komplett Bewerbungsunterlagen angefordert oder telefonische Kontaktaufnahmen erbeten.

An vielen Universitäten gibt es zum Ende der Wintersemester oder Sommersemester eine Art Jobbörse, auf der sich interessierte Absolventen und Personalchefs treffen, um erste Kontakte aufzunehmen. Diese Jobbörsen werden von den staatli-

chen Arbeitsämtern durchgeführt. Bei bestehendem Interesse seitens der Arbeitgeber werden auf diesen Börsen ebenfalls komplett Bewerbungsunterlagen angefordert.

Es zeigt sich also, wie wichtig es ist, daß Studenten sich mit der Bedeutung einer Bewerbung auseinandersetzen und lernen, ihre Kenntnisse und Fähigkeiten zu erkennen und zu formulieren. Sie müssen Stellenanzeigen richtig »lesen« lernen und erkennen, ob sie für die angebotene Stelle auch geeignet sind. Sie müssen wissen, welche Unterlagen zu einer schriftlichen Bewerbung gehören und welche Form Bewerbungsunterlagen haben sollen. Sie müssen auch ausführlich auf Vorstellungsgespräche und telefonische Kontaktaufnahmen vorbereitet werden. Bewerbungstraining bedeutet *nicht*, die bloße formale Gestaltung von Bewerbungsunterlagen beherrschen zu lernen. Vielmehr geht es um die Fähigkeit, sich auf dem Arbeitsmarkt zu bewegen und mit den dort herrschenden Mechanismen umgehen zu lernen. Die persönliche Einstellung, die Kenntnis über sich selbst, den Markt und den potentiellen Arbeitgeber und gerade auch das Sich-Verkaufen-Können sind entscheidend.¹ Dieser Umstand wird m. E. nicht genügend beachtet.

Viele Lehrbücher, mit denen in China unterrichtet wird, enthalten zwar eine Lektion zum Thema Bewerbung, jedoch wird nur auf die formale Gestaltung des tabellarischen Lebenslaufs, hier und da auch noch auf den ausführlichen Lebenslauf und das Bewerbungsschreiben Wert gelegt. Häufig sind diese Angaben zum formalen Aufbau auch noch veraltet. Bei den Bewerbungsschreiben handelt es

¹ Interessanterweise entspricht diese Vorgehensweise der alten chinesischen Kriegstaktik, die besagt, daß man zunächst seine eigene Person, seine Kenntnisse und Fähigkeiten erkennen müsse und schließlich den Gegner, dessen Kenntnisse und Fähigkeiten erkennen müsse, um einen Krieg nicht zu verlieren.

sich zudem oft um die Kontaktaufnahme zu einem deutschen Professor, d.h. um eine Bewerbung um einen Studienplatz und die Betreuung durch einen deutschen Professor. Wir haben hier also einen ganz anderen Bewerbungstyp vorliegen, der wiederum auch gelernt sein will.¹

Vorhandenes Material aus Deutschland, wie z.B. aus der »Bausteinreihe« von Langenscheidt, ist auf deutschsprachige und in Deutschland lebende Ausländer zugeschnitten. Die Hauptzielgruppe sind hier jugendliche Arbeitnehmer bzw. Jugendliche, die einen Ausbildungsplatz suchen. Einen großen Teil nehmen auch arbeitsrechtliche Erläuterungen ein. Dieses Material erscheint also nur in einigen Ansätzen als geeignet für die Zielgruppen in China.

Die Materialien, mit denen ich im Unterricht gearbeitet habe, habe ich infolgedessen größtenteils selbst erstellt, was sich auch aus den oben genannten Problemen ergab, auf die ich beim ersten Unterrichtsdurchlauf gestoßen bin.

Als ich die erste Unterrichtseinheit zum Thema »Bewerbung« durchgeführt habe, sah ich mich einem völligen Unverständnis der meisten Studenten gegenüber. »Was hat das denn mit Wirtschaftsdeutsch zu tun?« »Warum sollen wir das denn lernen?«

Es zeigt sich also die Notwendigkeit, die Studenten in einem *ersten Schritt* für die Thematik zu *sensibilisieren*, die Thematik in einem Gesamtzusammenhang transparent zu machen. Wenn im Unterricht

vom Markt gesprochen wurde, so gab es für die meisten Studenten zunächst nur den Markt, auf dem sie Ge- und Verbrauchsgüter erwerben können. Problematisch war, daß auch Arbeitskraft verkäuflich bzw. käuflich ist und daß auch Dienstleistungen ge- und verkauft werden können.

In einem *weiteren Schritt* müssen die Studenten ihre Qualifikationen, ihre Kenntnisse und Fähigkeiten herausstellen und formulieren lernen. Nur so kann die Auswahl des passenden Unternehmens bzw. des passenden Arbeitsplatzes erfolgen. Im Unterricht hatte ich die sprichwörtliche chinesische Bescheidenheit erwartet und war sehr überrascht darüber, wie hoch die Selbsteinschätzung vieler Studenten war. Der erreichte Hochschulabschluß (in der Regel Bachelor Degree) wurde überwiegend mit einem allumfassenden Kenntnisstand im Fach gleichgesetzt. Der Überzeugung, mit einem Abschluß in einem bestimmten Fach automatisch alles auf diesem Fachgebiet zu können und alles darüber zu wissen, ist schwer entgegenzuwirken. Es muß ein Bewußtsein geschaffen werden, daß die persönliche und betriebliche Weiterbildung auf einem dynamischen Arbeitsmarkt mit sich wandelnden Berufsbildern unerlässlich ist und der vorhandene Bildungsstand stets ergänzt werden muß. Ebenso muß das »white-collar-Denken« vieler Studenten in Frage gestellt werden. In einem Industrieunternehmen sind praxisnahe Kenntnisse ebenso wichtig wie theoretische Kenntnisse. So sollte bei-

1 Im Rahmen dieses Beitrags möchte ich nicht näher auf die Unterscheidungsmerkmale einer Bewerbung im Wirtschaftsbereich und einer Bewerbung im Wissenschaftsbereich eingehen, da dies zu weit führen würde. Ich möchte lediglich darauf hinweisen, daß viele Studenten auch mit einer Bewerbung im Wissenschaftsbereich Probleme haben. Am Deutsch-Kolleg der Tongji-Universität reichen die Studenten Bewerbungen um ein Stipendium (DAAD, deutsche Stiftungen) ein, formulieren Forschungsvorhaben und nehmen Kontakt zu deutschen Professoren auf. Auch hier hat sich im Laufe der Arbeit mit den Studenten gezeigt, daß dieser Bewerbungstyp intensiv trainiert werden muß.

spielsweise ein Ingenieur für Drucktechnik auch mit dem Produktionsablauf vertraut sein und die Druckmaschinen kennen und bedienen können. Die Trennung von Intelligenz und Arbeiterschaft ist in China extrem. Mit Erstaunen mußte ich feststellen, daß sich z. B. ein Ingenieur für Elektrotechnik nicht in der Lage fühlt, einfache elektrische Geräte zu reparieren. Vermutlich wäre er schon in der Lage dazu, aber er würde sich nur ungern unter sein Niveau begeben und eine einfache handwerkliche Tätigkeit ausüben. Bei der Übung von Vorstellungsgesprächen zeigt sich auch oft das »Danwei-Denken« vieler Studenten. Wie bereits oben erwähnt, diente die Danwei, die Arbeitseinheit, früher als eine Art Versorgungsinstanz. Sie hatte auf jeden Mitarbeiter zu achten, eine Wohnung bereitzustellen, die Wohnberechtigung für eine Stadt zu besorgen und begrenzte Nahrungsmittel bereitzustellen. Mittlerweile gibt es auch hier einen Umbruchprozeß. Eine private »Danwei« stellt nur noch den Arbeitsplatz zur Verfügung, wohingegen eine staatliche Danwei immer noch eine Wohnung bereitstellt, sich um die Wohnberechtigung kümmert und ausgeschiedenen Mitarbeitern eine Rente zahlen muß. Interessant für viele chinesische Bewerber sind lediglich Fragen nach dem Versorgungsangebot eines Arbeitgebers, d. h. viele Studenten sehen in dem Vorstellungsgespräch nicht den Prozeß des Sich-Verkaufens, sondern eher die Möglichkeit der Forderung nach Versorgung.

5. Schlußbemerkungen

Wie in Ansätzen aufgezeigt wurde, spielt im heutigen China ein gezieltes Bewerbungstraining eine nicht zu unterschätzende Rolle. Wünschenswert wäre ein Trainingsangebot an Sprachausbildungsinstitutionen. Ebenso sollten Lehrerfortbildungen auf diesem Gebiet durchgeführt werden. Denkbar wäre auch eine

Zusammenarbeit mit englischsprachigen Kollegen, da viele Unternehmen Bewerbungsunterlagen auf Englisch anfordern. Diese unterscheiden sich zwar formal von den in Deutschland geforderten Unterlagen, jedoch bildet die *Auseinandersetzung* mit der Thematik und die *Sensibilisierung* für die Mechanismen einer marktwirtschaftlich orientierten Wirtschaftsordnung die *Grundlage* für eine erfolgreiche Bewerbung.

Festgehalten werden kann, daß ein erfolgversprechender (berufsqualifizierender) Lehrgang von drei Säulen getragen werden sollte, die bei der Kurskonzeption zu berücksichtigen sind: 1. Wissensvermittlung (beide Länder, wenn nicht sogar beide Kontinente) 2. interkulturelles Training 3. Sprachvermittlung. Diese drei Säulen sind nicht voneinander trennbar und erfordern eine Akquisition von Lehrkräften aus unterschiedlichen Bereichen. Ein großer Teil des Unterrichts könnte von entsprechenden Experten (Nicht-Deutschlehrer) auf Chinesisch erfolgen, d. h. Inhalte könnten effizienter vermittelt werden. Der Zeitfaktor spielt bei den Kursen m. E. eine nicht unerhebliche Rolle. Die Zusatzqualifikation sollte innerhalb eines zeitlichen Mindestrahmens in Intensivkursen (Crash-Kursen) erfolgen, um den Absolventen einen möglichst schnellen Zugriff auf den Markt zu ermöglichen.

Fest steht, daß in China ein Berufsausbildungssystem im Entstehen begriffen ist, das sich an dem deutschen dualen Modell orientiert. M. E. könnte sich in diesem Bereich ein Markt ergeben. Es könnte beispielsweise die Möglichkeit bestehen, für Absolventen der Berufsschulen Deutsch-Intensivkurse für kaufmännische Berufe anzubieten. Denkbar wäre auch ein Fortbildungsangebot (Crash-Kurse) für Mitarbeiter in Unternehmen, die aufgrund der Betriebsgröße keine Inhouse-Trainingsprogramme durchführen.

ren, oder ein Angebot zur Zusatzqualifikation für Universitätsabsolventen, die bereits aufgrund ihrer Ausbildung über ein bestimmtes Fachwissen verfügen. Veranstaltungen für diese Zielgruppe könnten effizienter durchgeführt werden, da sich die Wissensvermittlung vermutlich nur noch auf einen Teilbereich beschränken dürfte.

Die erwähnten Kursangebote könnten von freien Trägern im Bildungsbereich, wie z. B. von Universitätsabteilungen, geleistet werden. Nach Erlangen einer solchen Zusatzqualifikation, die mit einem angesehenen Zertifikat nachgewiesen werden müßte, könnten sich die Berufschancen vielleicht erhöhen. Diese Überlegungen setzen jedoch voraus, daß eine Nachfrage bei Unternehmen besteht. So ist der erste unabdingbare Schritt eine von Experten durchzuführende Markt-

und Bedarfsanalyse, damit in einem zweiten Schritt marktgerechte Kurse angeboten werden können. Berücksichtigt werden muß auch das Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage. Sollte sich nach einer Analyse herausstellen, daß keine oder nur eine sehr geringe Nachfrage besteht, so sollten wir Ausbilder unserer Verantwortung den Studenten gegenüber sehr ernst nehmen und einem möglichen Wildwuchs von Kursangeboten entgegenwirken.

Literatur

Koordinierungs- und Informationszentrum der Hanns-Seidel-Stiftung Beijing: KO-ORD-Blatt 11, o. O., o. J.
Schwertfeger, Bärbel: »China sucht internationale Manager für eine sozialistische Marktwirtschaft«, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 14.12.1996.