

# Anne Amtmann & Julia Dopslaf

(Univ. Erfurt)

## Verwendung englischer Berufsbezeichnungen in deutschen Stellenmarktanzeigen

(Seminararbeit)

### 1 Einleitung

Blitzlichtgewitter, ein Wirrwarr an Stimmen und das Klirren von Sektgläsern erfüllen den Raum. Eine Meute an Journalisten umzingelt Jil Sander nach einer gelungenen Modenschau. Über ihre neue Kreation sagt Sander: „meine Idee war, die hand-tailored-Geschichte mit neuen Technologien zu verbinden. Und für den Erfolg war mein coordinated concept entscheidend, die Idee, dass man viele Teile einer collection miteinander combinieren kann.“ Sie betont außerdem, dass Menschen, die bei Jil Sander „searchen“, Sinn für das „magic“ ihres Stils haben (Zimmer 1997 S. 22).

Jil Sander ist „en vogue“ und ebenso repräsentiert sie einen Sprachstil, der derzeit „en vogue“ ist. Es ist in heutiger Zeit wohl kaum möglich das Haus zu verlassen und an einem Tag keinem englischen Wort zu begegnen, sei es beim Einkaufen, der Arbeit oder abendlichen Fernsehfilm mit Werbeunterbrechung. Den auffällig starken Gebrauch an englischen Worten von Jil Sander verteidigt eine Interviewerin der Frankfurter Allgemeinen mit deren enger Zusammenarbeit mit Menschen verschiedener Nationalitäten. Wäre es dann aber, apropos „en vogue“, nicht gerade im Modeetablissement günstiger französisch zu sprechen, sind doch die „grands podiums“ in Paris „situé“. Schwedisch könnte dem Französischen jedoch durchaus „konkurrens“ bieten mit Stockholm als derzeitige „modehuvudstad“. Man hat sich allerdings, wie scheinbar in allen Bereichen, die in irgendeiner Weise den Alltag mitbestimmen, auf die Nutzung des Englischen geeinigt.

Den Anteil an Anglizismen im täglichen Sprachgebrauch des Deutschen schätzt Kettemann auf rund 1% (vgl. Kettemann 2001 S. 6). Wir erachten, wie auch Kettemann selbst, eine genaue Zählung jedoch als schwierig. Dies vor allem durch die fast täglichen Neuerscheinungen auf dem „Wortmarkt“, aber auch durch die verschiedensten Bereiche, in denen Anglizismen zu finden sind, in unterschiedlich hohem Anteil. Denn vermutlich verwenden zwei Computerspezialisten während eines Gespräches mehr Anglizismen, als zwei Kindergärtnerinnen. Außerdem ist zwischen der Anzahl an dargebotenen Anglizismen in Medien oder Fachsprachen und dem konkreten persönlichen Sprachgebrauch zu unterscheiden. Kettemann nennt das Beispiel Werbung, welches verdeutlicht, dass niemand die Werbesprache tatsächlich übernimmt, „denn niemand spricht beispielsweise so, wie die Werbung schreibt.“ (Kettemann 2001 S. 6) Dieses Argument trifft auch auf den Bereich an Sprache zu, den wir in der vorliegenden Arbeit genauer betrachten möchten: Berufsbezeichnungen.

Folgt man Medienberichten scheint der Anteil an englischen Berufsbezeichnungen stark zuzunehmen und sorgt für Verwirrung. Fernsehberichte zeigen, wie Angestellte ihre Berufe kaum aussprechen können<sup>1</sup>, eine Studie unter Ausbildungssuchenden veranschaulicht deren Hilflosigkeit beim Entziffern von Stellenausschreibungen<sup>2</sup> und der Spiegel beschrieb den Inhalt von Stellenanzeigen schlichtweg als „Kauderwelsch“ (vgl. Friedmann 2004). In einer eigenen Studie wollten auch wir uns mit dem Gebrauch von englischen Berufsbezeichnungen und Anglizismen in Stellenanzeigen beschäftigen, unter der Fragestellung, ob diese noch verständlich sind für jene Menschen, die mit ihnen umgehen, sie also verstehen müssen. Um einer Beantwortung näher zu kommen, haben wir einen Fragebogen erstellt, auf Grundlage aktueller Stellenmärkte in Tages- und Wochenzeitungen.

Bevor wir unser Projekt jedoch im zweiten Teil unserer Arbeit genauer vorstellen und auf die Methodik, Durchführung sowie Darstellung der Ergebnisse eingehen möchten, soll zunächst der allgemeine Begriff „Anglizismus“ im Mittelpunkt der Betrachtung stehen. Nach einer Definition und der Vorstellung bereits erfolgter Studien, soll das Aufeinandertreffen von Anglizismen und Berufsbezeichnungen untersucht werden. Beide Teile dienen als Grundlage für die Auswertung der Studienergebnisse, die zeigen wird, dass es große Unterschiede beim Verständnis, aber auch bei der Sinnhaftigkeit in der Verwendung von Anglizismen im Stellenmarkt gibt und Generalisierungen zu diesem Themenkomplex erschwert.

---

<sup>1</sup> Gemeint ist hier ein Bericht von RTL, bei dem ein sächsischer Hausmeister zum Facility Manager ernannt wurde, selbst jedoch mehrere Anläufe braucht, um diese Bezeichnung auszusprechen.

<sup>2</sup> 2004 wurden im Namen des Bundesinstitutes für Berufsbildung 2400 Jugendliche zur „Verenglischung“ von Berufsbezeichnungen befragt. Der Großteil führte Argumente gegen „Denglisch“ an. (vgl. Ulrich / Eberhard / Krewerth 2007)

## 2 Anglizismen im deutschen Sprachgebrauch

### 2.1 Was sind Anglizismen und warum nutzen wir sie?

Ein Anglizismus ist ein Wort aus dem britischen oder amerikanischen Englisch im Deutschen oder eine nicht übliche Wortkomposition, jede Art der Veränderung einer deutschen Wortbedeutung oder Wortverwendung (Lehnbedeutung, Lehnübersetzung, Lehnübertragung, Lehnschöpfung, Frequenzsteigerung, Wiederbelebung) nach britischem oder amerikanischem Vorbild. (Zindler zit. nach Busse 1993 S. 15)

Diese Definition Zindlers ist eine sehr weit gefasste und schließt Wörter wie „Flutlicht“ (Lehnübersetzung) und „Slip“ (Pseudo-Anglizismus) ebenso ein, wie „Meeting“ und „Krisenmanagement“ (Lehnwort und Mischkompositum) (vgl. Spitzmüller 2005 S. 172). Sie verweist außerdem auf eine Trennung zwischen Anglizismen und Amerikanismen. Wir möchten im Rahmen dieser Arbeit jedoch nicht näher auf die Unterschiede zwischen den Termini eingehen und auf Spitzmüller<sup>3</sup> verweisen, der eine ausführliche Analyse vorstellt. Der Großteil der Sprachwissenschaftler sieht eine Definition des Anglizismusbegriffes enger und versteht darunter lexikalische Entlehnungen, „wobei oftmals diejenigen Lehnwörter, deren Herkunft nicht mehr erkennbar ist, ausgeschlossen sind“ (Spitzmüller 2005 S. 173). Fischer ist jedoch der Meinung, dass Anglizismen letztendlich nur aus dem Kontext heraus erkennbar sind. „Zum Beispiel können damit auch Wörter oder Wortgruppen bezeichnet werden die in Lautung und/oder Schreibung teilweise oder ganz dem englischen, vom Deutschen abweichenden Muster folgen und in ansonsten deutsche Texte eingebettet sind“ (Fischer zit. nach Spitzmüller 2005 S. 174). Anglizismen werden demnach als etwas beschrieben, was fremd wirkt und führen deshalb nach Spitzmüller zu dem Stigma des Störfaktors (vgl. Spitzmüller 2005 S. 174). Denn wie bereits in der Einleitung angedeutet stehen dem steigenden Gebrauch von Anglizismen zahlreiche Kritiker gegenüber. So ist es kaum verwunderlich, dass sich Vereine, wie „Deutsche Sprache e.V.“, herausbildeten, mit dem Ziel die deutsche Sprache vor dem Zerfall zu schützen (vgl. Zabel 2003 S. 223-228).

Trotz dieser Kritiken scheint es nunmehr ausreichend Gründe geben zu müssen, die eine zunehmende Verwendung von Anglizismen erklären. Wir möchten hier Zimmer zitieren, der Motive für den heutigen Fremdwortimport zusammengetragen hat:

- 1) „Es kommen neue Sachen, und sie bringen erst einmal ihren Namen mit, der genau so neu ist wie sie selber.“ Beispiel: Scanner.

---

<sup>3</sup> Spitzmüller, Jürgen (2005): Metasprachdiskurse – Einstellungen zu Anglizismen und ihre wissenschaftliche Rezeption. Berlin / New York: De Gruyter.

- 2) Englische Wörter „sind oft weniger umständlicher, sind zupackender als etwaige deutsche Entsprechungen“. Beispiel: Stress vs. Anstrengung.
- 3) „Seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges ist Amerika die Leitkultur, Punkt.“
- 4) „Die deutsche Identitätskrise“ (Zimmer 1997 S. 27-30)

Vor allem die ersten beiden Motive werden noch in den folgenden Abschnitten dieser Arbeit eine Rolle spielen, wenn es konkret um den Gebrauch englischer Berufsbezeichnungen geht. Weinreich führt noch weitere Entlehnungsmotive an, wie etwa Imponiergehabe, Prestige, Semantische Differenzierung sowie Wortschatzerweiterung durch Synonymie (vgl. Béchet-Tsarnos 2005 S. 141). Zimmers und Weinreichs Aufzählungen sind unserer Auffassung nach die dominante Rolle von Englisch als Lingua Franca hinzuzufügen, die im Rahmen der Globalisierung eine immer größere Rolle spielt. Außerdem erfüllt Englisch besonders in Fachsprachen den Zweck ökonomischer Verständigung, als Beispiel sei hier der Gebrauch von Wirtschaftsanglizismen, die zusätzlich zum bereits genannten die Konzentration von englischen Berufsbezeichnungen im Stellenmarkt erklären.

## **2.2 Studien zu Anglizismen**

Studien zu Anglizismen sind inhaltlich betrachtet so vielfältig wie deren „Einsatzgebiete“. So untersuchte Spitzmüller in seiner Studie die Einstellung von Textautoren gegenüber Anglizismen und ermittelte eine recht kritische Gesamttendenz (vgl. Spitzmüller 2005 S. 142). Busse wiederum analysierte die Häufigkeit von Anglizismen im Rechtschreibduden durch gezählte Stichwörter (vgl. Busse 1993 S. 3-6). Fink stellte unter dem Titel „Amerikanisierung in der deutschen Wirtschaft: Sprache, Handel, Güter und Dienstleistungen“ unter anderem verschieden Studien zum Gebrauch von Englisch als Wirtschaftssprache zusammen, auf welche hiermit verwiesen sei (vgl. Fink 1995). Die Liste an durchgeführten Studien zum Gebrauch von Anglizismen im Deutschen könnte durchaus fortgesetzt werden. Die Untersuchungsmöglichkeiten scheinen schier unerschöpflich und umfassen sämtliche Bereiche des Sprachgebrauchs. Diese große Anzahl an durchgeführten Forschungen ist beachtlich und spiegelt sich in der Vielzahl an Veröffentlichungen zum Thema wieder. Einen Überblick erhält man durch die Internetseite Bernhard Kettemanns, welcher eine „Anglizismus-Bibliographie“ zusammenstellte<sup>4</sup>.

Dennoch lassen sich Sprachfelder finden, welche zwar ebenfalls einen immer höheren Anteil an Anglizismen vorweisen, jedoch in Forschungsprojekten kaum beachtet werden.

---

<sup>4</sup> Kettemanns „Anglizismen Bibliographie“ findet man unter [www-gewi.uni-graz.at/staff/kettemann/](http://www-gewi.uni-graz.at/staff/kettemann/)

Eines dieser Gebiete sind Berufsbezeichnungen. Die Menge an Studien zu Stellenmarktanzeigen, wo Berufsbezeichnungen schließlich gehäuft auftreten, oder zum Verständnis von diesen ist überschaubar. Wir konnten die bereits erwähnte Untersuchung des Bundesinstitutes für Berufsbildung ausfindig machen, welche zeigte, dass auch Jugendliche, die doch recht eng mit dem Gebrauch von Englisch in Verbindung stehen, zumindest im Vergleich zu vorangegangenen Generationen, durch die steigende Nutzung englischer Namen verwirrt sind (vgl. Ulrich / Eberhard / Krewerth 2007). Eckkramer und Eder verweisen letztendlich darauf, dass die europäische Stellenanzeige nur sehr wenig erforscht ist (vgl. Eckkramer / Eder 2000 S. 129). Das zieht folglich nach sich, dass auch Studien zum Gebrauch von Anglizismen in Stellenanzeigen nicht zu finden sind, was verwunderlich ist, folgt man Zimmer. Denn er verweist darauf, dass im Vergleich zum Anteil an Anglizismen in allgemeinen Zeitungs- oder Radiotexten, welcher noch mäßig ist, in Stellenanzeigen zunehmend der „Finance Director für Tochter eines Global Players im Health-Care-Bereich, ein Key Account Manager [oder] ein QM/Regulatory Affairs“ präsent sind (vgl. Zimmer 2005 S. 111). Abschließend ist zu sagen, dass sich auch zum Grund für den Gebrauch von Anglizismen und der Mengenverteilung weder Literatur noch Studien finden lassen. Aufgrund dieser Feststellung versuchten wir in unserer Studie und durch weitere Recherche diese Felder abzudecken. In den folgenden Abschnitten unserer Arbeit möchten wir daher den Einfluss von Anglizismen auf Berufsbezeichnungen näher eingehen sowie unsere Studie zu diesem Themenkomplex vorstellen.

### **3 Forschungsprojekt zu englischen Berufsbezeichnungen im Stellenmarkt**

#### **3.1 Anglizismen bei Berufsbezeichnungen**

Sie werden stets kritisiert und dennoch immer häufiger genutzt: englische Berufsbezeichnungen. Tatsächlich konnten wir selbst nach ausführlicher Recherche keinen Artikel finden, der Anglizismen in Stellenmarktanzeigen als positiv bewertete. So ist Eichinger davon überzeugt, dass die englischen Bezeichnungen lediglich der „Schönfärberei“ dienen, „das Image eines verstaubten Berufsbildes etwas [aufpoliert]“ werden soll (Eichinger zit. nach Kros 2005). Dies hat natürlich zur Folge, dass vor allem Berufs- und Studienanfängern keine Transparenz mehr geboten wird, was wirklich hinter dem Berufsbild steht und wie viel Wert es hat. Die Studie des Bundesinstitutes für Berufsbildung zeigte, dass die Bezeichnungen auf die befragten Jugendlichen entweder fremd und verwirrend wirken sowie Verunsicherung hervorrufen oder wichtig-tuerisch beziehungsweise albern wirken.

„Berufe leiden also möglicherweise auch deshalb unter einem Bewerbermangel, weil ihre Bezeichnungen als nichtssagend empfunden werden und die Jugendlichen sich nicht mehr die Mühe machen, sich über den unbekannt Namen näher zu informieren“ (Ulrich / Eberhard / Krewerth 2007). In genau diesem Punkt wird jedoch die Aufgabe von Mitarbeitern sogenannter Berufsinformationszentren und der Agentur für Arbeit deutlich, nämlich, dass diese Jugendliche bezüglich der Berufsbedeutungen aufklären müssen und sich folglich mit den englischen Bezeichnungen auseinander setzen müssen. Inwiefern diese Überlegung in der Realität umgesetzt wird und wie die Kenntnis von Angestellten in diesem Bereich aussieht, zeigen unsere Fragebogenauswertungen (vgl. 3.6).

Grundlegend haben Stellenanzeigen zum Ziel, „den richtigen Kandidatenkreis für die zu besetzende Position zu interessieren und zur Einreichung einer Bewerbung zu motivieren“ (Rohde 1992 S. 46). Rohde fügt dieser Formulierung jedoch den gewissen Grad an Schwierigkeit der Erfüllung dieser Zielsetzung hinzu. Denn mehrere Faktoren, wie Anzeigengröße und die Gestaltung sowie der Anzeigentext müssen die Bewerber ansprechen sowie die Wünsche der Auftraggeber widerspiegeln. Anstatt sich jedoch diesem Ziel zu nähern, scheinen sich einem Bericht von Friedmann zu Folge Unternehmen zunehmend davon zu entfernen, da sie ihre Stellenanzeigen vermehrt mit „Wortungetümen, Leerformen und krausem Denglisch“ spicken (Friedmann 2004). Die Konsequenz ist, dass manche Anzeigentexte schier unverständlich sind.

Ebenso zeigt der folgende Auszug aus einem Roman, wie alltäglich und dennoch etwas fraglich englische Bezeichnungen (hier jedoch auch Entlehnungen anderer Sprachen) sind, sobald man beginnt diesen Themenkomplex zu reflektieren:

Heutzutage spricht keiner mehr von einer Krebsstation, denkt Dr. Adrian King. Der Begriff ist Mitte der achtziger Jahre aus der Mode gekommen, ungefähr zur gleichen Zeit, als aus Huren Hostessen wurden. Und es waren nicht nur die Huren, die zumindest terminologisch ausgemustert wurden. Aus Müllmännern wurden Entsorgungsfachkräfte, aus Rentnern Senioren, aus Ausländern Menschen mit Migrationshintergrund. Anscheinend war nur der Glockenspielmacher der euphemistischen Entwürdigung entgangen.

Wieso sagt man nicht mehr Krebsstation? Adrian fielen zwei Gründe ein. Zum einen galt es als geschmacklos, die Kranken daran zu erinnern, dass sie Krebs hatten. Zum anderen dachte man bei dem Wort allzu leicht an jahrelanges hoffnungsloses Leiden, an eine Reise ohne Rückfahrkarte. Das lateinische Wort Onkologie sollte all das in Ordnung bringen, es sollte nach Wissenschaft klingen, nach Schweizer Effizienz, nach dauerhafter Heilung und Pfizer-Forschungsstipendien, eine Industrie der Hoffnung, obwohl – schwer zu glauben – weder Fortschritt noch Wissenschaft noch Terminologie die Überlebenschancen nennenswert verbessert hatten. Die Krankheit reagiert nicht auf semantische Heilmittel, sie ist immun gegen Werbeslogans und taub für die neuesten technischen Errungenschaften. Es ist immer noch der gleiche tödliche Fluch wie vor hundert Jahren. Krebs bleicht Krebs. Eine Station bleibt eine Station. (McCarten 2007 54f.)

Folgt man den Gedanken von Dr. Adrian King und bezieht diese in Überlegungen zum Wandel der deutschen Sprache ein, fragt man sich: Warum werden Deutsch-Englisch-

Kombinationen oder komplett englische Berufsbezeichnungen weiterhin verwendet, wenn sie scheinbar ausschließlich für Verwirrung und Kritik sorgen oder belacht werden? Nur um uns die Dinge angenehmer zu machen als sie eigentlich sind? Mögliche Gründe für die Verwendung von Bezeichnungen nichtdeutschen Ursprungs, und damit auch für den steigenden Anteil an Anglizismen im Stellenmarkt, können folgende sein, wobei sich manche mit den Gründen der Verwendung von Anglizismen im allgemeinen Sprachgebrauch überschneiden:

- Neue Berufe entstehen und bringen ihren Namen mit, die aufgrund der Globalisierung von vornherein englisch sind. Beispiel: *Softwareentwickler*.
- Die englischen Bezeichnungen sind knapper und weniger „umständlich“ als deutsche Entsprechungen. Beispiel: *Stewardess* statt *Flugbegleiterin*, *Manager* statt *Geschäftsführer*.
- Traditionelle Berufe versuchen veralteten Vorstellungsbildern entgegenzuwirken. Beispiel: *Facility Manager* statt *Hausmeister*.
- Berufe, die in der Allgemeinheit negative Assoziationen hervorrufen, sollen aufgewertet werden. Beispiel: *Cleaning Assistant* statt *Reinigungskraft*.
- „Amerikanische Geschäftspraktiken, Marketing- und Managementtheorien [spielen] heute überall in der Welt eine dominierende Rolle“ (Fink 1995 S.12). Diese Beobachtung spiegelt sich nunmehr auch in Stellenausschreibungen wieder.
- Politische Entscheidungen, vor allem zur Vereinheitlichung europäischer Abschlüsse (Bologna-Prozess) verlangen international vergleichbare, europäisch einheitliche und damit englische Ausbildungs- und Studienbezeichnungen.
- Die deutsche Gegenwartssprache und damit auch die in der Presse, sowie in Stellenanzeigen verwendete Sprache unterliegt nach Wilss unter anderem Internationalisierung, Ökonomisierung, Marginalisierung, Digitalisierung, Industrialisierung, Flexibilisierung, Technisierung, Spezialisierung, ... und verlangt demnach eine „moderne“ Sprache (Wilss 2005 S. 276). Nur Englisch als Lingua Franca scheint bisher dazu in der Lage.
- Sprachkenntnisse werden immer häufiger verlangt, sodass englische Bezeichnungen eine Art selektive Wirkung haben.
- Die Unternehmen repräsentieren sich durch ihre Großanzeigen. Dabei dient Englisch, wie auch in der Werbung, der Aufwertung.

- Zahlreiche Firmen sind internationaler Ausrichtung oder haben Niederlassungen in anderen Teilen der Welt. Englisch bietet sich deshalb erneut wegen dem Aspekt der Lingua Franca an.
- Die Fach- und Wissenschaftssprache sowie Medien- und Wirtschaftssprache ist Englisch. Dies wird in Stellenanzeigen widerspiegelt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der großen Menge an Kritik gegenüber zunehmender Verwendung von Anglizismen, unter anderem in Stellenanzeigen, wie die vorgestellten Artikel von Kros und Ulrich et al. zeigten, durchaus Gründe für eine Verwendung entgegengebracht werden können. Es scheinen sich auch zukünftig englische Berufsbezeichnungen durchzusetzen, was die Kritik ohnehin in den Hintergrund der Betrachtung des Themenkomplexes stellt. Vielmehr scheint die Frage im Vordergrund zu stehen, wie auf diese Erscheinung zu reagieren ist, wie man zum Beispiel Jugendlichen aus ihrer Verwirrung aufgrund von Anglizismen bei der Ausbildungsplatzsuche unterstützen kann und ob beziehungsweise wer sich mit den Bezeichnungen eigentlich auskennen muss? Schließlich sollen Stellenanzeigen, wie Rohde anmerkte, zum Ziel haben, den Kandidatenkreis, der für diese Arbeit geeignet ist, anzusprechen. Und diese Menschen sollten in der Lage sein, die sie betreffenden Berufe zu verstehen beziehungsweise motiviert sein, sich zu informieren. Diese Überlegung führt uns direkt zur Beschreibung unseres Projektes.

### **3.2 Darstellung des Themas unseres Forschungsprojektes**

In Anlehnung an die bisherigen theoretischen Vorüberlegungen wollten wir im Rahmen unseres Forschungsprojektes eine Befragung mittels Fragebogen durchführen. Unsere Ausgangshypothese war, dass Deutsche nicht mehr verstehen, was in den Stellenanzeigen deutscher Tages- und Wochenendzeitungen steht, da diese, wie wir bereits erwähnt haben, zunehmend englische Bezeichnungen beinhalten. Wir erwarteten, dass sich bei genauerer Untersuchung dieser Hypothese sowohl Unterschiede bezüglich des Alters als auch des erlangten Ausbildungsgrades zeigen werden. Es kam jedoch die Frage auf, ob denn wirklich jeder die englischen Berufsbezeichnungen verstehen muss? Und wie wir bereits im letzten Kapitel zeigen konnten, scheint dies irrelevant zu sein, sodass wir unsere Befragung auf den Bevölkerungskreis einschränkten, die imstande sein müssen den englischen Begriffen eine deutsche Übersetzung zuzuordnen zu können. So begrenzten wir letztendlich unsere Befragung auf Mitarbeiter in Bildungsinformationszentren und der Agentur für Arbeit. Trotz dieser Einschränkung erwarteten wir kaum andere Forschungsergebnisse. Unsere Hypothese besteht



weiterhin, dass selbst Personen, die im direkten Kontakt mit Berufsbezeichnungen stehen, oftmals keine konkrete Vorstellung von den Berufen hinter der Stellenanzeige haben. Und auch hier ist ein Unterschied bezüglich des Alters denkbar.

Vor der Konzeption und Durchführung der Befragung wollten wir jedoch eine Analyse von Stellenmärkten in verschiedenen Tages- und Wochenzeitungen, sowohl regionaler als auch überregionaler Art durchführen. Dies sollte nach quantitativer Methode stattfinden, um herauszufinden, wie groß der Anteil an Stellenanzeigen mit englischen Begriffen oder komplett englischen Anzeigen in diesen Zeitungen ist. Da nach unserem Wissen noch keine solche Studie durchgeführt wurde, empfanden wir es als Ausgangspunkt für die Durchführung der Befragung notwendig, um zu überprüfen, ob diese repräsentativ ist oder ob die Anzahl englischer Bezeichnungen so gering ist, dass sich eine solche Studie erübrigt.

Aus den untersuchten Zeitungen dienten verschiedene Stellenanzeigen als Vorlage für den Fragebogen, die genaue Konzeption des Fragebogens soll jedoch in den folgenden Abschnitten der Arbeit näher erläutert werden. Des Weiteren sollen sowohl unsere Untersuchungsergebnisse bezüglich der Häufigkeit von Anglizismen in Stellenanzeigen, als auch die Auswertung der Fragebögen thematisiert werden. Letzteres besonders unter dem Gesichtspunkt, ob sich unsere Vermutung, dass die Anglizismen hauptsächlich für Unverständnis sorgen, bestätigt hat. Zunächst soll jedoch die methodische Umsetzung des Projektes erläutert werden.

### **3.3 Methodische Umsetzung des Projektes**

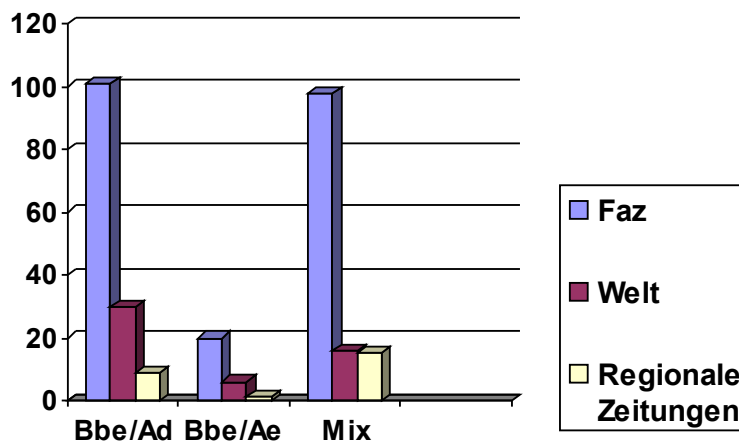
Wir beabsichtigten unter dem Gesichtspunkt, dass großes Unverständnis bei Deutschen bezüglich dem Lesen von Stellenanzeigen besteht, die immer mehr von englischen Bezeichnungen bestückt sind, zu untersuchen, inwieweit bei Angestellten der Agentur für Arbeit und in Berufsinformationszentren Fachkenntnisse über Anglizismen in Stellenanzeigen und deren Deutung vorliegen. Inwiefern sind sie in der Lage, Bewerbern Einblick in die jeweiligen Berufstätigkeiten, die für diese meist undurchsichtig sind, zu verschaffen und für die jeweilige Person geeignete Berufe zu empfehlen? Das Ziel dieser Forschungsarbeit basierte folglich darauf, Mitarbeitern der Agentur für Arbeit mit spezifischen Anglizismen in der deutschen Sprache zu konfrontieren und zu untersuchen, ob und inwieweit derartige Begriffe richtig verstanden werden und bekannt sind. Wie bereits erwähnt hielten wir es für wichtig diese Zielgruppe zu befragen, da sie für die Vermittlung von Arbeitsstellen Verantwortung tragen und englische Fachausdrücke unter diesem Aspekt beherrschen sollten.

Für unsere Untersuchung beschäftigten wir uns zunächst mit regionalen sowie überregionalen Zeitungen, insbesondere mit den enthaltenen Stellenanzeigen. Wir wählten neun Anzeigen, zusammengestellt aus unterschiedlichen Zeitungen, die auf englischen Berufsbezeichnungen basierten. Unter anderem fügten wir zusätzlich zwei Stellenanzeigen ein, bei denen die komplette Anzeige in Englisch verfasst war, da auch dieses Anzeigenformat immer häufiger in den größeren Zeitungen zu finden ist. Zur Stützung unserer Untersuchung entschlossen wir uns eine Befragung mittels des schriftlichen Fragebogens durchzuführen. Mit dieser Methode war es für uns interessant festzustellen, ob und in welchem Umfang die englische Fachterminologie bekannt ist und richtig verstanden wird. Da die Befragung zum Verständnis von Anglizismen in deutschen Stellenanzeigen in der Agentur für Arbeit durchgeführt werden sollte, wandten wir uns zunächst an verschiedene Sitze der Arbeitsagentur in Sachsen-Anhalt. Von dort wurden wir zunächst an die zuständige Pressestelle geleitet, um uns eine Genehmigung für die Befragung einzuholen. Somit stellten wir unser Projekt dem Leiter der Pressestelle vor und baten um Unterstützung bei der Umsetzung unseres Vorhabens. Um nicht den Eindruck zu erwecken, den Stand der Englischkenntnisse überprüfen zu wollen, gaben wir an, eine allgemeine Untersuchung zum Verständnis von Anglizismen in Stellenanzeigen durchzuführen. Allerdings wurde unsere Bitte, die Befragung in der von uns gewünschten Form vorzunehmen aufgrund zeitlicher und vermutlich datenschutzrechtlicher Bedenken abgelehnt. Somit wandten wir uns an eine weitere Arbeitsagentur, ebenfalls in Sachsen-Anhalt, um dort auf Unterstützung zu hoffen. Hier wurde uns die Möglichkeit gegeben, 24 Befragungen mittels des schriftlichen Verfahrens durchzuführen. Gleichzeitig kontaktierten wir per E-Mail die Pressesprecherin für Sachsen-Anhalt und Thüringen in Halle um unser Projekt vorzustellen und um Mithilfe bei der Umsetzung zu bitten. So erhielten wir eine kurze Stellungnahme und Einschätzung über den Einfluss von Anglizismen in deutschen Stellenanzeigen. In den folgenden zwei Kapiteln werden wir uns nun genauer der Analyse der Stellenanzeigen und der Konzeption des Fragebogens widmen, um unsere Aussagen zu stützen und zu bekräftigen.

### **3.4 Stellenanzeigen in deutschen Tages- und Wochenzeitungen**

Zur Umsetzung unseres Vorhabens befassten wir uns mit dem Stellenangebot in deutschen Zeitungen. Dazu analysierten wir die Anzeigen vom 26.05.2007 und vom 09.06.2007 aus zwei überregionalen Zeitungen, der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ (FAZ) und der „Welt“, sowie einer regionalen Zeitung, der „Thüringer Allgemeinen“. Im weiteren Vorgehen

differenzierten wir die Anzeigen in drei Rubriken, um festzuhalten, inwieweit Anglizismen auf die Stellenangebote Einfluss nehmen. Dabei unterschieden wir die Anzeigen in drei Rubriken. Erstere umfasst jene Anzeigen, bei denen die Berufsbezeichnung in Englisch und die Anzeige selbst in Deutsch verfasst ist (Bbe/Ad). Die zweite Rubrik beinhaltet die Stellenanzeigen, welche komplett Englisch sind (Bbe/Ae) und die dritte zeigt die Anzeigen, bei denen die Berufsbezeichnung ein Mix aus Englisch und Deutsch ist (Mix). Aus diesen Ergebnissen erstellten wir ein Diagramm, das für unsere Analyse repräsentativ ist und uns eine Auswertung der Ergebnisse erleichtert:



Bei der genauen Betrachtung geht eindeutig hervor, dass ein starker Einfluss von Anglizismen zu verzeichnen ist und selbst in regionale Stellenangebote übergegriffen hat. Weiterhin wird ersichtlich, dass in überregionalen Zeitungen, besonders in der „FAZ“, ein hoher Gebrauch von englischen Bezeichnungen in deutschen Stellenanzeigen zu vermerken ist. Dieser Aspekt wird allerdings dadurch verstärkt, dass zum größten Teil auch internationale Unternehmen und Firmen Stellen ausschreiben und in diesem Zusammenhang auch Sprachkenntnisse in Englisch vorausgesetzt werden. Aber auch in regionalen Zeitungen, die ein geringeres Stellenangebot verzeichnen, wird der Einfluss von Anglizismen deutlich.

Des Weiteren ist darauf hinzuweisen, dass auch Inserate vorliegen, die komplett in der englischen Sprache ausformuliert sind, was erneut auf die Ausschreibung von Stellenanzeigen durch internationale Unternehmen und die Globalisierung zurückzuführen ist.

Nach der Analyse befassten wir uns mit den inhaltlichen Aspekten der ausgewählten Stellenanzeigen, die wir für unseren Fragebogen ausgewählt haben. Auch für uns war es teilweise schwierig, die Tätigkeit, die sich hinter einer Berufsbezeichnung verbarg, richtig zu interpretieren. So könnte der „Optics Expert“ (FAZ, 26.05.07) mit dem Beruf des Augenoptikers in Verbindung gebracht werden. Beim genauen Durchlesen der Stellenanzeige wird jedoch deutlich, dass es sich hierbei um die Gestaltung von Innenräumen einer bestimmten Automarke handelt. Des Weiteren verbirgt sich unserer Interpretation nach hinter dem „Customer Care Manager“ (Thüringer Allgemeine, 26.05.07) die Tätigkeit der Kundenbetreuung. Der „Chief Information Officer“ (FAZ, 09.06.2007) übernimmt Verantwortung als ein Leiter im EDV-Bereich und ist auch für die Fortschritte in diesem Bereich zuständig. Die Tätigkeit als „Key Account Manager“ (FAZ, 26.05.07) beinhaltet ebenfalls die Aufgaben der Kundenbetreuung, zum Teil für Großkunden, wobei man hier schnell zu Fehlinterpretationen geleitet werden könnte. So wäre es möglich hinter dieser Berufsbezeichnung einen Schlüsselnotdienst zu sehen und der „Plant Controller“ (FAZ, 09.06.07) könnte durchaus etwas mit Pflanzen zu tun haben und nicht nach dem richtigen Berufsbild gerichtet für einen Werksleiter oder Betriebsdirektor stehen.

Betrachtet man diese Gesichtspunkte im Zusammenhang, lässt sich feststellen, dass der Trend in der Ausschreibung von Stelleninseraten bezüglich verschiedener Berufe deutlich weg von deutschen, hin zu englischen Berufsbezeichnungen geht und Arbeitssuchende mit Anglizismen täglich überschüttet werden. Weiterhin scheint es tatsächlich schwierig, aufgrund teilweise geringer Englischkenntnisse, die korrekte Tätigkeit, die sich hinter der englischen Bezeichnung versteckt, zu entschlüsseln.

### **3.5 Konzeption des Fragebogens**

Um unsere Aussagen qualitativ zu stützen und belegen zu können, entschieden wir uns für die Methode der Befragung, die die am häufigsten angewandte Form der Erhebung darstellt (vgl. Fink / Fijas 1996 S.35). Als Untersuchungsmethode wählten wir die schriftliche Befragung mittels eines Fragebogens.

Für die Entwicklung und Anwendung der Methode gingen wir von unserem Ausgangspunkt, der zu untersuchenden Problemstellung bezüglich zum Verständnis von

Anglizismen in Stellenanzeigen, aus. Basierend auf unserem gewonnenen Vorwissen und den aufgestellten Thesen erstellten wir den Fragebogen unter dem Aspekt, welche Art von Informationen benötigt wird und mit welchen Instrumenten sie beschafft werden kann. (vgl. Kromrey 2002 S.359) Die von uns aufgestellten Hypothesen bildeten den Bezugsrahmen unserer Forschung. Ausgehend von der Erkenntnis, dass sie der Grund sind, warum bestimmte Fragen gestellt werden. „Die Frage ist demnach das Bindeglied zwischen den Variablen der Hypothesen und den Antworten“ (Friedrichs zit. nach Kromrey 2002 S.360).

Bezüglich der Frageformen entschieden wir uns für geschlossene sowie offene Fragen. Bei den geschlossenen Fragen gaben wir vorformulierte Antwortalternativen vor. Durch nur zwei Vorgaben –ja/nein- spricht man hier von Alternativfragen. Bei den offenen Fragen überließen wir die Antwortformulierung dem Befragten und ließen somit die Kategorien, in denen er antworten kann, offen (vgl. Kromrey 2002 S.365).

Die Überschrift beinhaltete kurz das Thema des Fragebogens, um die Befragten darauf einzustimmen. Des Weiteren folgte eine kurze Einleitung, welche den Teilnehmern der Befragung erklärt, unter welchem Anliegen wir diese durchführen wollten und das wir Anonymität gewährleisten. Anschließend fügten wir eine kurze, prägnante Erklärung des Begriffes Anglizismus hinzu. Hierbei sollte abgesichert werden, dass es zu keinen Verständnisproblemen betreffs dieses Fachbegriffes kommt.

Wir leiteten die Befragung zunächst mit allgemeinen Informationen bezüglich der befragten Person ein, um später zwischen Geschlecht und Alter differenzieren zu können. Anschließend stellten wir zwei geschlossene Fragen bezüglich zur Beobachtung von Anglizismen im Stellenmarkt. Mit diesen Fragen wollten wir uns einen Überblick verschaffen, inwieweit ein vermehrter Gebrauch von Anglizismen in der Alltagssprache und in Stellenanzeigen von den Befragten eingeschätzt wird. Im nächsten Schritt war es die Aufgabe der Befragten sich mit den beigefügten ausgewählten Stellenanzeigen auseinanderzusetzen. Bei dieser dritten offenen Frage zielten wir darauf ab festzustellen, ob und in welchem Grad Verständnisprobleme auftauchen und wie diese eingeschätzt werden. Mit der vierten Frage beabsichtigten wir, das Fachwissen der jeweiligen befragten Personen zu testen. Hierbei bestand die Aufgabe darin eine kurze Übersetzung der Berufsbezeichnungen darzulegen. Mit der fünften und letzten offenen Frage wollten wir in Erfahrung bringen, welche Bewerber nach Ansicht der Befragten für den jeweiligen Beruf zu empfehlen wären. Mit dieser Fragestellung beabsichtigten wir herauszufinden, ob die Berufe aufgrund der englischen Berufsbezeichnungen aufgewertet werden, die eigentliche verlangte Tätigkeit also einen gewissen „Image-aufschub“ erhält und demzufolge der Trugschluss

entstehen könnte, dass eine höhere Ausbildung verlangt wird. Die Kenntnis der Befragten spiegelt wiederum deren Möglichkeiten wieder, ob sie Interessenten richtig beraten können und keine Fehleinschätzungen vornehmen, beziehungsweise dadurch Arbeitschancen vorenthalten.

Der fertige Fragebogen (siehe Anhang) wurde somit an die Agentur für Arbeit weitergeleitet, um dort von Mitarbeitern, darunter vor allem Arbeitsvermittler, beantwortet zu werden. Wir hofften nun auf repräsentative Ergebnisse für eine ausreichende, handfeste Ergebnisdokumentation und Diskussion bezüglich unserer Thesen.

### **3.6 Auswertung der Forschungsergebnisse**

Von den ausgegebenen Fragebögen in der Arbeitsagentur erhielten wir 24 beantwortete zurück, welche wir anschließend bearbeiteten und analysierten. In diesem Kapitel möchten wir unsere erhaltenen Ergebnisse nun dokumentieren und interpretieren.

Alle von uns befragten Personen sind im Bereich der Arbeitsvermittlung tätig. Hinsichtlich dieses Ausgangspunktes schließen wir darauf, dass sie mit der momentanen Situation auf dem Stellenmarkt vertraut sind und sich somit auch mit den aktuellen Berufsbezeichnungen auskennen und diese verstehen. Aus den allgemeinen Angaben zu Geschlecht und Alter konnten wir entnehmen, dass elf von den befragten Personen weiblich und dreizehn männlich sind. Des Weiteren ist anzumerken, dass fünf Personen im Alter zwischen 20 und 30 Jahren lagen, sieben zwischen 31 und 40 Jahren, neun im Alter zwischen 41 und 50 Jahren und drei von den Befragten im Alter zwischen 51 und 60 Jahren sind. Betrachtet man den altersspezifischen Aspekt, könnte man von der These ausgehen, dass die ältere Generation im Gegensatz zur jüngeren weniger vertraut im Umgang mit Anglizismen ist, da jüngere Personen nach unserer Vermutung öfter in der Alltagssprache mit Anglizismen in Kontakt kommen. Weiterhin könnte man davon ausgehen, dass die jüngere Generation hinsichtlich englischer Sprachkenntnisse eine andere spezifischere Ausbildung erhalten hat und somit bessere Kenntnisse im allgemeinen Sprachgebrauch sowie im Bereich Englisch als Fach- und Wissenschaftssprache vorliegt.

Bei der Auswertung der ersten zwei geschlossenen Fragen ist zu vermerken, dass fast allen Befragten ein vermehrter Gebrauch von Anglizismen in der Alltagssprache sowie in Stellenanzeigen aufgefallen ist, bis auf einen Arbeitsvermittler im Alter von 43 Jahren, der bei den ersten zwei Alternativfragen „nein“ ankreuzte. Dies könnte auf die oben genannten altersspezifischen Aspekte zurückgeführt werden, was sich bei der weiteren Bearbeitung des

Fragebogens dieses Arbeitsvermittlers bestätigte. Er verwies darauf, keine guten Englischkenntnisse zu haben und somit auch auf die Frage, was sich hinter den jeweiligen Bezeichnungen verbirgt, keine Angaben machen konnte.

Bezüglich der dritten Frage, die sich auf das Verständnis der Stellenanzeigen bezog, stellten wir fest, dass alle der Befragten Probleme beim Verstehen der Berufsbezeichnungen hatten. Bei der Begründung für diese Verständnisschwierigkeiten gab die Mehrheit an, dass ihnen das fachspezifische Wissen hinsichtlich der Fremdsprache Englisch fehlt und ebenso Lücken bezüglich des Wirtschaftsenglisch vorzuweisen sind. Außerdem gaben viele Befragte an, dass die englischen Berufsbezeichnungen keine Assoziation zur gesuchten Tätigkeit darstellen.

Bei der Untersuchung der Ergebnisse der vierten, offen gestellten Frage, was sich hinter den jeweiligen Bezeichnungen verbirgt, stießen wir auf unterschiedliche Aussagen. Zum einen kam es zu Verständnisschwierigkeiten der Berufsbezeichnungen, wenn nicht genügend deutschsprachige Erläuterungen dargestellt wurden. Ein minimaler Anteil der Befragten versuchte zu der jeweiligen englischen Berufsbezeichnung eine deutsche Übersetzung zu geben. Hierbei ist zu vermerken, dass es dabei zu fast keinen Fehlinterpretationen kam und der Tätigkeitsbereich des jeweiligen Berufes korrekt erläutert wurde. Allerdings gab es selten Befragte, welche die gleichwertige deutsche Berufsbezeichnung angeben konnten. Dem größten Teil der Vermittler schien es schier unmöglich, zu erkennen, was sich hinter der Bezeichnung verbirgt.

Bei der Beantwortung der Frage fünf, die sich auf das erforderte Profilbild bezüglich der geforderten Ausbildungen und Abschlüsse bezog, kam es wiederum zu Problemen bei der Einschätzung hinsichtlich der Empfehlung von Bewerbern. Dies lässt sich auf die Unsicherheiten bei den bereits vorangegangenen Fragen und Berufsbezeichnungen zurückführen. Ein geringer Anteil der Befragten verwies auf den Gesichtspunkt, dass etwa „Manager“ durch die ZAV, die Zentrale Arbeitsvermittlung in Bonn oder Berlin, betreut werden und somit nicht in ihr Auftragsgebiet fallen. Weiterhin konnten wir den getroffenen Aussagen entnehmen, dass hauptsächlich ein Fach- und Hochschulabschluss bezüglich der dargestellten Berufe, gefordert wurde. Nur bei dem „Shop Manager“ und „Sales Manager“ würde, nach Ansicht einiger Befragten eine Berufsschulbildung ausreichen.

### 3.7 Ergebnisdokumentation

Aufgrund der von uns verwendeten Methode der schriftlichen Befragung mittels eines Fragebogens war es uns möglich, zu teils repräsentativen Ergebnissen zu gelangen. Basierend auf dieser Untersuchung und die zu Beginn aufgestellten Hypothese im Blick möchten wir im Folgenden Stellung nehmen und die herausgestellten Aspekte dokumentieren

In Anlehnung an die bisherigen theoretischen Vorüberlegungen und die Auswertung des Fragebogens, stellte sich für uns heraus, dass selbst Personen, die im direkten Kontakt mit Berufsbezeichnungen stehen, oftmals keine konkrete Vorstellung von den Berufen hinter der Stellenanzeige haben. Somit wurde unsere Vermutung gestützt, dass Anglizismen in deutschen Stellenausschreibungen für Verwirrung und Unverständnis sorgen, und dies würde auch die bereits vorgestellten Artikel in ihrer Aussage bekräftigen. Es bestätigte sich, dass selbst die Personen, die täglich mit dem aktuellen Stand der neuen Berufe konfrontiert sind, Verständnisprobleme bezüglich englischer Berufsbezeichnungen aufweisen. Dies ist durch Aussagen der befragten Personen darauf zurückzuführen, dass nicht genügend Fachkenntnisse bezüglich der englischen Sprache existieren. Außerdem kamen wir zu dem Ergebnis, dass auch der Aspekt des Alters eine tragende Rolle, hinsichtlich des Verständnisses von Anglizismen, übernimmt. Die Mehrheit der über 40-jährigen befragten Personen wiesen die meisten Verständnisprobleme auf. Unsere Vermutung, dass jüngere Personen über erweiterte Sprachkenntnisse verfügen oder zumindest größerer Wert auf die Ausbildung in Fach- und Wissenschaftssprachen gelegt wurde, da mit den Jahren ein immer größerer Zuwachs und Gebrauch der englischen Sprache vorzuweisen war, hat sich daher bestätigt. Eine Unterscheidung der Kenntnisse bezüglich des Bildungsabschlusses ist hier nicht möglich, denn wir vernachlässigten diesen Aspekt im Fragebogen aufgrund der ähnlichen Ausgangssituation der Befragten. Wir erwarteten in diesem Bereich keine aussagekräftigen Unterschiede.

In Bezug auf die mit Hilfe des Fragebogens erlangten Ergebnisse, stellte sich nun abschließend die Frage bezüglich der Notwendigkeit von Anglizismen in deutschen Stellenanzeigen. Die Pressesprecherin für Sachsen-Anhalt und Thüringen äußerte sich zu dieser Problematik folgendermaßen:

Der Einfluss der englischen Sprache auf die Arbeitswelt wächst aufgrund der Globalisierung ständig. [...] Die Wirtschaft in Deutschland ist in hohem Maße exportabhängig, also international orientiert. [...] Hochtechnologie-Unternehmen, weltweit agierende Firmen, Dienstleister, z. B. in der Medienbranche haben meist auch einen mehrsprachigen Internetauftritt. Wenn von solchen Unternehmen Stellen ausgeschrieben werden, ist die Beherrschung der englischen Sprache eine Mindestanforderung an die Bewerber. [...] Auch im Hochschulwesen spielen die neuen



Abschlüsse wie Bachelor und Master eine wachsende Rolle, entsprechend ändern sich dann auch die Stellenbeschreibungen. (Auszug einer E-Mail der Pressesprecherin an uns)

Demnach steht der vermehrte Gebrauch von Anglizismen und der englischen Sprache im engen Zusammenhang zu der wirtschaftlichen Entwicklung eines Landes. Es entstehen, wie wir in unserem theoretischen Teil der Arbeit bereits schilderten, neue Berufe, deren Bezeichnungen aufgrund der Globalisierung zum Teil von vornherein englisch sind, Ausbildungs- und Studienbezeichnungen sollen international vergleichbar und europäisch einheitlich gestaltet werden und internationalen Unternehmen kommt eine immer mehr dominierende Rolle zu. Hinsichtlich dieser Aspekte wird deutlich, wie viel Einfluss die englische Sprache als Weltsprache auf die wirtschaftliche Situation eines Landes nimmt und nehmen wird. Somit ist auch der steigende Gebrauch von Anglizismen in Stellenanzeigen begründet. Bezüglich unserer Untersuchung stellt sich für uns jedoch heraus, dass englisches Vokabular in der deutschen Wirtschaftssprache nicht unbedingt verstanden wird, obwohl es als bekannt vorausgesetzt wird.

#### **4 Zusammenfassung**

Betrachtet man unser Projekt basierend auf den vorangegangenen Untersuchungen, der Fragebogenkonstruktion, der Auswertung der Ergebnisse sowie die Dokumentation dieser, stellt sich für uns heraus, dass die Anwendung der gewählten Methode des schriftlichen Fragebogens grundsätzlich zu aussagekräftigen Resultaten geführt hat. Die Ergebnisse sind teilweise wie erwartet ausgefallen und stützen somit unsere aufgestellten Hypothesen und Vermutungen.

Natürlich muss man weiterhin den Aspekt mit einbeziehen, dass wir geringe Erfahrungen bezüglich dem Aufbau und Inhalt einer Forschungsarbeit, beziehungsweise Forschungsprojekten, im Verlauf unseres Studiums sammeln konnten. Demnach mussten wir uns zunächst mit den verschiedenen Methoden empirischer Forschungen vertraut machen, sowie mit Datenerhebungen und Datenanalysen. Des Weiteren war die Unterstützung und Mithilfe bezüglich unserer Forschungsarbeit seitens der Agentur für Arbeit sehr gering und enttäuschend. Das Einholen einer Genehmigung von der zuständigen Pressestelle zur Durchführung der schriftlichen Befragung beeinträchtigte unser Vorankommen wesentlich, besonders da letztendlich Zeit für die Auswertung und Dokumentation der zu erwartenden Forschungsergebnisse fehlte. Um die Problematik bezüglich des Verständnisses von Anglizismen in deutschen Stellenanzeigen noch intensiver zu hinterfragen und zu

durchleuchten, hätte man Befragungen mündlicher sowie auch schriftlicher Art bei denjenigen Personen, die in den jeweiligen ausgeschriebenen Berufen tätig sind oder jenen, die sich für die Stellen in den Anzeigen interessieren, durchführen können, um tiefer in die Thematik einzudringen.

Zusammenfassend lässt sich unserer Meinung nach sagen, dass im Hinblick der momentanen wirtschaftlichen und politischen Entwicklung Deutschlands, den internationalen Beziehungen und der Globalisierung, das Übergreifen der englischen Sprache in den deutschen Sprachgebrauch und somit auch das Vorkommen von Anglizismen in der Alltags- und Wirtschaftssprache weiter zunehmen wird. Basierend auf diesen Ausgangspunkten sollte eigentlich gewährleistet sein, dass Personen die regelmäßig mit der Wirtschaftssprache konfrontiert sind, zumindest häufig vorkommender Bezeichnungen und bestimmter Fachausdrücke der englischen Sprache mächtig sind, was nach unseren Forschungsergebnissen jedoch nicht immer der Fall ist. Für die Orientierung im Berufsleben, für die Berufsberatung und für den Arbeitsmarkt generell müssten klare Vorstellungen über jede beliebige Berufsbezeichnung existieren. Allerdings ist zu überlegen, ob Berufe, die im deutschsprachigen Raum ausgeführt werden und deutsche Bezeichnungen haben, wirklich Anglizismen benötigen.

## 5 Literaturverzeichnis

- Béchet-Tsarnos, Valérie (2005): Wirtschaftsanglizismen – Eine kontrastive Analyse des Französischen, Deutschen und Neugriechischen. Tübingen: Gunter Narr.
- Busse, Ulrich (1993): Anglizismen im Duden – Eine Untersuchung zur Darstellung englischen Wortguts in den Ausgaben des Rechtschreibdudens von 1880-1986. Tübingen: Niemeyer.
- Eckkramer, Eva M. / Eder, Hildegung M. (2000): (Cyber)Diskurs zwischen Konvention und Revolution – Eine multilinguale textlinguistische Analyse von Gebrauchstextsorten im realen und virtuellen Raum. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Fink, Hermann (1995): Amerikanisierung der deutschen Wirtschaft: Sprache, Handel, Güter und Dienstleistungen. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Fink, Hermann / Fijas, Liane (1996) (Hrsg.): Freiburger Beiträge – zum Einfluß der angloamerikanischen Sprache und Kultur auf Europa. Frankfurt am Main: Peter Lang
- Friedmann, Jan (2004): „Sind sie im Außendienst groß geworden?“ – Kauderwelsch in Stellenanzeigen. [www.spiegel.de/unispiegel/jobundberuf/0,1518,druck-3016777,00.html](http://www.spiegel.de/unispiegel/jobundberuf/0,1518,druck-3016777,00.html) (02.06.2007)
- Kettemann, Bernhard (2001): Anglizismen allgemein und konkret: Zahlen und Fakten. [www-gewi.uni-graz.at/staff/kettemann/](http://www-gewi.uni-graz.at/staff/kettemann/) (12.07.2007)
- Kromrey, Helmut (2002): Empirische Sozialforschung – Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung. Opladen: Leske & Budrich
- Kros, Matthias (2005): Aus dem Hausmeister wird der Facility Manager – Viele Unternehmen schmücken sich heute mit englischen Berufsbezeichnungen – was auf Bewerber oft abschreckend wirkt. [www.morgenweb.de/ratgeber/geld\\_und\\_karriere/20051011\\_rfl0923000\\_28005](http://www.morgenweb.de/ratgeber/geld_und_karriere/20051011_rfl0923000_28005) (02.06.2007).
- McCarten, Anthony (2007): Superhero. Zürich: Diogenes.
- Rohde, Iris (1992): Direktansprache versus Stellenanzeige – Welches Verfahren ist bei der Such von Führungskräften durch Personalberater erfolgsversprechender? München / Mering: Rainer Hampp.
- Spitzmüller, Jürgen (2005): Metasprachdiskurse – Einstellungen zu Anglizismen und ihre wissenschaftliche Rezeption. Berlin / New York: De Gruyter.
- Ulrich, Joachim G. / Eberhard, Verena / Krewerth, Andreas (2007): Jugendliche mögen kein „Denglisch“ in den Berufsbezeichnungen. [www.bibb.de/de/16366.htm](http://www.bibb.de/de/16366.htm) (02.06.2007).
- Wilss, Wolfram (2005): Modernisierungstendenzen in der Deutschen Gegenwartssprache. In: Neuphilologische Mitteilungen CVI.2005. S. 273-287.

Zabel, Herrmann (2003) (Hrsg.): Denglisch, nein danke! Zur inflationären Verwendung von Anglizismen und Amerikanismen in der deutschen Gegenwartssprache. Paderborn: IFB.

Zimmer, Dieter E. (1997): Deutsch und anders – Die Sprache im Modernisierungsfieber. Reinbek: Rowohlt.

Zimmer, Dieter E. (2005): Sprach in Zeiten ihrer Unverbesserlichkeit. Hamburg: Hoffmann und Campe.

## 6 Anhang

### Fragebogen zum Verständnis von Anglizismen in Stellenanzeigen

*Wir sind Studentinnen der Universität Erfurt und würden gern in Ihrem Haus eine Befragung durchführen. Die Angaben dienen unserer Forschungsarbeit. Natürlich werden diese streng vertraulich behandelt und Ihre Anonymität wird gewährleistet.*

**Begriffserklärung Anglizismus:** sind in eine andere Sprache übertragene englische Wörter (Beispiele: software, boss, lipgloss, manager, ...)

#### Angaben zur Person:

Geschlecht:  weiblich  männlich

Alter: .....Jahre

momentane(r) Tätigkeit/ Beruf: \_\_\_\_\_

#### Fragen zu Beobachtungen bezüglich Anglizismen im Stellenmarkt

1. Ist Ihnen in den letzten Monaten ein vermehrter Gebrauch von Anglizismen in der Alltagssprache aufgefallen?  
 ja  nein
2. Ist Ihnen in den letzten Monaten ein vermehrter Gebrauch von Anglizismen in Stellenanzeigen aufgefallen?  
 ja  nein
3. Sehen Sie sich nun die hinten angefügten Berufsbezeichnungen genauer an! Haben Sie Probleme beim Verständnis einiger Stellenanzeigen?  
 ja  nein

Wenn ja, warum?

---

---

---

---

---

---

---

4. Was verbirgt sich hinter der jeweiligen Bezeichnung?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

5. Können Sie, für die Ihnen gegebenen Stellenanzeigen, Bewerber empfehlen? Welche Ausbildung oder Abschlüsse werden gefordert?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

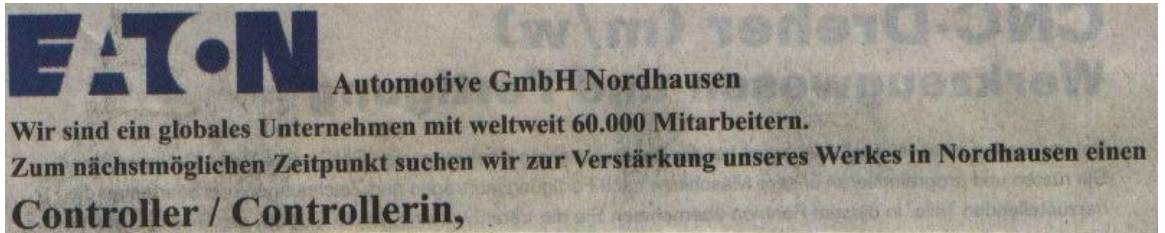
---

---

---

## Stellenanzeigen

1)



**EATON** Automotive GmbH Nordhausen  
Wir sind ein globales Unternehmen mit weltweit 60.000 Mitarbeitern.  
Zum nächstmöglichen Zeitpunkt suchen wir zur Verstärkung unseres Werkes in Nordhausen einen  
**Controller / Controlllerin,**

2)



Starten Sie Ihre Karriere mit der efinio AG

efinio Ingenieure ist Partner der internationalen Automobilindustrie. Für unseren österreichischen Standort Graz suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n

### CUSTOMER CARE MANAGER/IN

**Ihre Aufgaben:**

- Kundenbetreuung
- Personalplanung
- Erstellung kaufmännischer Angebote

3)



Johnson Controls schafft Innenräume, die begeistern ... für Automarken, die führen.

Sie sehen neue Technologien als Herausforderung - besonders, wenn Sie sie in Automobilen erleben? Dann sollten wir uns kennen lernen! Johnson Controls ist einer der weltweit führenden Partner der Autoindustrie für alle Aspekte des automobilen Innenraums – weltweit entwickeln und fertigen wir mit rund 77.000 Mitarbeitern/-innen an 250 Standorten innovative Produkte für aktuelle und zukünftige Fahrzeugmodelle. Damit unsere multikulturellen Teams immer mehr spannende Herausforderungen bewältigen können, brauchen wir qualifizierte und motivierte neue Mitarbeiter/innen.

Wir suchen Sie (m/w) für unseren Standort **Karlsruhe** als:

### Optics Expert

4)

## Werden Sie Ihr eigener Chef! Shop-Manager (w/m) in Dresden gesucht

Als kompetenter Universalanbieter haben freenet und mobilcom das komplette Produktportfolio im Angebot: Mobilfunk, Festnetz und Internet. Mit über 330 Shops sind wir Ihr optimaler Franchise-Partner für den Sprung in die Selbstständigkeit!

Unser Angebot:

- Voll ausgestatteter mobilcom Shop in attraktiver Lage
- Keine Einstiegsgebühr oder laufende Franchise-Gebühr
- Umfangreiche Marketing- und Mietunterstützung

5)

## The European Aviation Safety Agency

The European Aviation Safety Agency (EASA) is a growing, dynamic body of the European Union with devolved responsibility for specific regulatory and executive tasks in the field of aviation safety. It is a key actor in the European Union's strategy to establish and maintain a high uniform level of civil aviation safety in Europe. EASA is based in Cologne, Germany.

Within the Information Services Department, the Agency is currently seeking applications for the position of:

### Chief Information Officer

(Ref. EASA/AD/2007/010)

(Temporary Agent AD12)

The post holder will report to the Administrative Director and will be responsible for developing and managing the Information Services Department. EASA offers attractive terms of employment and remuneration with a wide range of benefits and is an equal opportunity employer.

6)

## Plant Controller

### Position

- Finanzplanung, Budgeterstellung, Controlling, Reporting und Analysen für zwei Produktionsstätten mit rund 2000 Mitarbeitern
- Unterstützung der Fachabteilungen
- Produktions-, Bestands-, Vorrats- und Kostenreporting
- Aktive Analyse der Kostensituation und Aufzeigen von Verbesserungspotentialen
- Umsetzung und Kontrolle der Durchführung der konzerninternen Richtlinien in den Werken
- Überwachung und Plausibilisierung der Key Performance Indicators
- Weiterentwicklung von Controlling- und Reportingtools
- Ad-Hoc Auswertungen sowie Erarbeitung von Entscheidungsgrundlagen
- Projektaufgaben



## Account Manager Food Industry, Germany

Responsible for Intralox' sales strategy, tactics, and execution with key Food Accounts in Germany.

### YOU ARE

- an experienced (7+ years) sales professional in an international B2B market in Germany; experience in the Food Industry is a plus.
- a sales person with a strong technical affinity, and have a minimum Bachelor level degree of education.
- able to develop and pursue strategic sales opportunities, at all levels, in a customer organization.
- a strong team player, self-managed and proactive; a good communicator.
- fluent in German and English.
- credible; able to develop strong relationships with senior management levels at key accounts.

### WE OFFER

- a challenging account manager position in a fast growing industry.
- a role that allows you to take an entrepreneurial approach to managing the business in Germany.
- a high degree of responsibility and freedom for Intralox's sales strategy, tactics, and execution with key Food accounts in Germany.
- participation in a dynamic European team focused on servicing the Food industry, with the highest added value conveying solutions.
- an extensive ongoing training program.
- a flexible home office based set-up.
- an attractive remuneration package and benefits which include a performance based profit sharing program.

### YOUR REACTION

can be sent to the attention of Ms. Siobhan Kerr, European Recruiter, Intralox Europe LLC, Lemelerbergweg 20, 1101 AJ Amsterdam Zuidoost, The Netherlands; or to Siobhan.Kerr@Intralox.com.

For more information contact Siobhan directly on +31 20 540 3638.

**A Great Place to Work.**

[www.intralox.com](http://www.intralox.com)



7)

Für die Medien der **Lebensmittel Zeitung** suchen wir eine/n

## Sales Manager/in

Wenn Sie Begeisterung für das Verlagswesen mitbringen und Spaß am Verkaufen haben, dann sind Sie bei uns richtig. Vermarkten Sie in einem engagierten Team erfolgreich die **Lebensmittel Zeitung**, die führende Wirtschaftszeitung der Konsumgüterbranche sowie die gesamte Titel-Palette der **LZ-Medien**.

8)

**PAGO**

Die Pago Gruppe ([www.pago.com](http://www.pago.com)) beschäftigt europaweit über 1000 Mitarbeitende und gehört zu den führenden Unternehmen im Bereich Etikettendruck, Etikettiersysteme sowie entsprechender branchenspezifischer Software. Ihre Gesamtlösungen und die damit verbundenen Dienstleistungen werden vor allem in den Branchen Pharma, Haar-/Körperpflege, Chemie, Getränke, Nahrungsmittel wie auch Logistik eingesetzt. Um den wachsenden Bedürfnissen der internationalen Schlüsselkunden gerecht zu werden, suchen wir weitsichtige und engagierte

## International Key Account Manager (m/w)

Optimieren Sie die Prozesse und das Ergebnis unserer Kunden!

**Ihre Aufgaben:** Direkt dem Marketing Direktor unterstellt, verantworten Sie den strategischen Auf- und Ausbau Ihrer Key Accounts (nationale Großkunden oder internationale Konzerne) in der entsprechenden Branche und tragen diesbezüglich die volle Umsatzverantwortung. Neben der Informationsbeschaffung über den bestehenden Markt, dem Erkennen von Markttrends und deren Beurteilung, arbeiten Sie eng mit den operativen Einheiten bei der Projektgenerierung und -verfolgung zusammen. Dank Ihren Marktkontakten sind Sie ein wichtiger Partner (m/w) bei der Produktentwicklung sowie der Erschließung von neuen Marktfeldern und tragen damit wesentlich zum Gesamtergebnis bei.

9)