

SPRACHE IM BERUF 1, 2018/1, 27–49

FRANZ KAISER / HARTMUT REINKE

Schriftsprache und kaufmännische Tätigkeit – Wie erforscht man die Prozesse beim Erstellen individueller Kundenscheiben?

Written language and commercial activity – how to explore the processes of creating individual customer letters?

KURZFASSUNG: Basierend auf einem Vortrag während der „Hochschultage Berufliche Bildung 2017“ in Köln, befasst sich der Beitrag mit der Bedeutung der Schriftsprache in der kaufmännischen Kundenkorrespondenz. Das zugrundeliegende Forschungsdesign versucht, nah an die Akteure zu gelangen und ihre Perspektive einzunehmen. Diese subjektorientierte Arbeitsprozessstudie konzentriert sich auf die Tätigkeit der beruflich Handelnden. Wie entsteht individuelle Kundenkorrespondenz? Der Beitrag gibt Hinweise sowohl zum methodischen Diskurs berufsbezogener Sprachforschung als auch zur Berufsbildungsforschung.

Schlagworte: Schreibforschung, Subjektorientierte Arbeitsprozessforschung, Schriftsprache, Kundenkorrespondenz, kaufmännische Berufsbildungsforschung

ABSTRACT: Based on a presentation during the „Hochschultage Berufliche Bildung 2017“ in Cologne, the contribution probes the importance of written language in commercial activities. A subject-oriented research design is outlined which attempts to adopt the perspective of the acting persons. This allows analysing the individual actors as well as their operational context. How do they create individual customer-correspondence? This contributes to the methodical discourse of work-related linguistic research as well as on commercial vocational education and training research.

Keywords: writing research, subject-oriented research on operational processes, written language, customer correspondence, research on commercial vocational training

Überblick

Basierend auf einem Vortrag im März 2017 auf der Fachtagung „Sprachen“ der „Hochschultage Berufliche Bildung“ in Köln, geht der vorliegende Beitrag der Bedeutung der Schriftsprache im kaufmännischen Handeln nach. Nach einer kurzen Vergegenwärtigung der Funktion von Bild und Sprache als zeitüberdauerndes Verständigungssystem und der Beschreibung der zunehmenden Bedeutung der Schriftsprache für kaufmännisches Handeln in der historischen Entwicklung (Reinisch 2011), werden Befunde aus der Analyse bestehender kaufmännischer Berufe aufgegriffen (Brötz/Kaiser 2015).

Die hohe Bedeutung der Sprache und der schriftlichen Kommunikation für das kaufmännische Handeln ist der Bezugspunkt für die Untersuchung des Schreibens kaufmännisch Handelnder in der spezifischen Situation des Abfassens individueller Kundenkorrespondenz. Kundenkorrespondenz ist ein Marketinginstrument und Marketing ein Referenzbereich kaufmännischen betriebswirtschaftlichen Handelns, der von kaufmännisch Tätigen ausgestaltet wird (Brötz/Kaiser 2015).

Dabei wird ein Forschungsdesign skizziert, das weniger sprachwissenschaftlichen und -didaktischen Fragestellungen folgt als vielmehr dem Versuch, bei der Untersuchung möglichst nah an die handelnden Personen und ihr spezifisches Tätigkeitssystem zu gelangen und – so gut als möglich – ihre Perspektive einzunehmen, um bei der Analyse sowohl den individuellen als auch den betrieblichen Kontext der jeweiligen Situation einzubeziehen. Diesem Ansatz einer subjektorientierten Arbeitsprozessstudie (Engeström 2008, Schapfel-Kaiser 2008) zufolge werden keine Texte analysiert, sondern die Tätigkeit der beruflich Handelnden steht im Vordergrund; den Menschen wird beim Schreiben zugesehen und es wird mit ihnen über ihre aktuelle Schreibaarbeit gesprochen. Der Entstehungsprozess individueller Korrespondenz zwischen kaufmännisch handelnden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verschiedener Unternehmen und ihren Kundinnen und Kunden gerät somit aus der Perspektive der schreibenden Person in den Blick. Die Situationsbeschreibung macht sich auf die Spurensuche nach den Prozessen und Einflüssen auf Autorensseite, wenn individuell an Kundinnen und Kunden gerichtete Schreiben entstehen.¹

Damit soll eine Forschungslücke geschlossen werden, der Perrin (2003) hinsichtlich ähnlicher Fragen im journalistischen Bereich nachgegangen ist; kaufmännische nicht-journalistische Korrespondenzsituationen sind bisher kaum in den Fokus wissenschaftlicher Forschung gelangt. Der Beitrag gibt Hinweise sowohl zum methodischen Diskurs berufsbezogener Sprachforschung als auch zur kaufmännischen Berufsbildungsforschung.

1. Schriftsprachliche Anfänge kaufmännischen Handelns

Der graphische Ausdruck, so wird nicht nur in prähistorischen Abbildungen wie bspw. in Alta (Abb.1) deutlich (Leroi-Gourhan/Bischoff 2000: 247), ist Ausdruck eines Jahrtausende alten Abstrahierens. Menschen „übersetzten“ ihre Bilder der Wirklichkeit in die in Felsen geritzten Abbildungen. Sie „verewigten“ Abbilder ihrer Lebenswelt und trugen sie als erinnerbare Formen und Grafiken durch die Zeit.

1 Vgl. dazu auch den Aufsatz „Über die allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden“ von Heinrich von Kleist. Er erkannte zu Beginn des 19. Jhd., dass Ideen beim Sprechen entstehen, dass Gedanken sich im Sprechen finden und formen. Ist dies eine Analogie zum Schreiben? Was bedeutete es für die Entstehungsprozesse von Kundenkorrespondenz? Wie „schreibenden“ kaufmännisch Tätige? (Tieste 2009)



Abb. 1: Felszeichnung aus Alta Hjemmaluft: Jagdszene mit Pfeil und Bogen.
Um 4.200–3.300 v. Chr. (Foto: Hartmut Reinke)

Kulturelle Bildung erfährt Vermittlung durch Austausch, initiiert durch Bilder und Symbole. Bilder sind die älteste generationenübergreifende und Bildung ermöglichende Sprache des Menschen² und diese Bilder stiften Gespräche und Austausch. Der Wunsch, Raum und Zeit in der Überlieferung von Information und Inhalten zu überwinden, führt zu einer „Zerdehnung der Sprechsituation“ (Ehlich 1983: 31). Schreiben ist folgerichtig Element eines evolutionären Prozesses (Perrin 2003: 15), da die „zerdehnte“ Überlieferung zu einer möglichst verlustfreien Verständigung über Raum und Zeit hinweg zueinander kompatible Kommunikatoren brauchte und braucht. Normierungen und Fixierungen schriftsprachlicher Muster verleihen der Evolution der Schriftsprache durch alle Kulturepochen hindurch prägenden Ausdruck. Für Leroi-Gourhan und Bischoff ist die Entwicklung – von der Bildsprache hin zu einer Alphabetschrift – das Ausdrucksbemühen, das der Zusammenkunft aller sich entwickelnden Faktoren entsprach (Leroi-Gourhan/Bischoff 2000: 244).

Auch die schriftliche Kommunikation mit Kundinnen und Kunden ist historisch gewachsen und ein Identität stiftendes Element kaufmännischen Handelns. Zur Veranschaulichung führen wir nachfolgend einige Ereignisse auf, die die Entstehung und

2 Die etymologische Nähe von Bild und Bildung ist in der deutschen Sprache unübersehbar. Das althochdeutsche *bilidon* (‘etwas nachbilden’) ist darin enthalten.

Entwicklung der Kontexte des Schreibens kaufmännisch Tätiger mit Kunden und Kundinnen charakterisieren.³

Zu den ältesten bekannten Schriftzeugnissen unseres Kulturkreises gehören die Aufzeichnungen, die auf Tontafeln in sumerischen Städten um ca. 3.000 v. Chr. gefunden wurden. Priester dokumentierten wirtschaftliche Ereignisse der mesopotamischen Tempelwirtschaften, die das Monopol über die Handelsaktivitäten innehatten. Sie schufen das vermutlich erste schriftliche Buchhaltungs- und Wirtschaftsadministrationssystem der Welt, indem sie Warenströme, Abrechnungen, Abgaben, Lagerbestände und Aufgaben der Arbeitsaufsicht schriftlich aufzeichneten (Damerow 1981). Was vorher überwiegend im gesprochenen Wort kommuniziert worden war, erfuhr somit eine markante Veränderung. Die neue Schriftsprachlichkeit war zunächst Herrschaftswissen des Priesterstands und blieb über lange Zeit auf Wenige konzentriert.

Für die Masse der antiken Kleinhändler galt dies jedoch nicht. Ihr gesellschaftlicher Status war labil und ihr Einkommen ebenso bescheiden wie ihre Kenntnisse im Rechnen, Schreiben und Lesen – wenn sie nicht gänzlich schriftunkundig waren. (Reinisch 2011: 23)

Mit dem Wachsen der Bevölkerung und zunehmender Ausbreitung der Besiedlungen und damit zu überwindenden Distanz innerhalb der Handelsräume eines Unternehmens, wuchs der Bedarf auch an Kontrollsystemen der wirtschaftlichen Arbeiten. Es besteht ein Zusammenhang zwischen der Entwicklung der schriftlichen Aufzeichnungen wirtschaftlicher Vorgänge, dem Dokumentieren von Eigentumsverhältnissen und Besitzständen sowie dem Wunsch nach „Memorierung von Zahlenwerten“ (Leroi-Gourhan/Bischoff 2000: 244).

Im Kontext des kaufmännischen Handelns erlangte Schriftsprachlichkeit im Übergang des wandernden Fernkaufmanns zum selbständigen Handelsherrn an Bedeutung (Pohl 1989). Verbunden mit der im 12. Jahrhundert beginnenden Kaufmannshanse und der Agglomeration der Konsumenten in den wachsenden Städten, wird die persönliche Begleitung des Warenhandels entbehrlich. Kaufmännische Prozesse können durch den Kaufmannsherrn an anderen Orten aus der Schreibkammer gesteuert werden (Rörig 1971). Es entsteht ein spezifisches Kontroll- und Kommunikationssystem, das nun zunehmend der systematischen Vermittlung bedarf (Bruchhäuser 1989).

Die Kaufleute des Spätmittelalters taten dies [...] über das Medium von sogenannten Handelspraktiken, kaufmännischen Notiz- und Handbüchern, die das Erfahrungswissen von Kaufleuten in konzentrierter Weise zusammenführten. (Denzel 2001: 75)

Die Sprache der Kaufleute erhält den Charakter eines berufsfachlichen Registers, wie Efig es beschrieben hat:

3 Einen ausführlicheren Eindruck über die Zusammenhänge von Schriftsprachentwicklung und Kaufmannswesen gibt Reinisch 2011 in seiner Studie zur „Geschichte der kaufmännischen Berufe“, die wir um einige korrespondenzbetreffende Details ergänzen – ohne der Evolution des Schreibens im Sinne kulturhistorischer und soziokultureller Betrachtungen vollumfänglich nachzugehen.

Geht man davon aus, dass berufssprachliches Handeln immer unter institutionellen Bedingungen und zu institutionellen Zwecken in immer wiederkehrenden typischen Kommunikationssituationen und -Konstellationen (der Interaktionspartner und -rollen) stattfindet, dann ist davon auszugehen, dass sich für die funktionale Bewältigung dieser berufssprachlichen Aufgaben feste, ebenfalls wiederkehrende kommunikative Muster herausgebildet haben, die man der hier vorgenommenen Charakterisierung nach als Register bezeichnen kann. (Efing 2014: 418)

Inwiefern Sprache als berufsspezifisches Werkzeug die kaufmännischen Berufe prägt, zeigen nicht nur die erwähnten historischen Analysen kaufmännischen Handelns und seiner Qualifizierung, sondern auch die aktuellen Qualifikationsprofile kaufmännischer Aus- und Fortbildungsberufe.

2. Sprache als bedeutsames Werkzeug der Kaufleute

Von 2009 bis 2014 untersuchte ein Forschungsprojekt des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) die Gemeinsamkeiten und Unterschiede kaufmännischer Berufe, um Hinweise für die Bildung von Berufsgruppen und die gemeinsame Beschulung kaufmännischer Berufe in der Berufsschule angesichts des demografischen Wandels zu erhalten. Es analysierte hierbei neben der Geschichte der kaufmännischen Berufe, auf die bereits hingewiesen wurde, die Situation kaufmännischer Tätiger mittels einer repräsentativen Erwerbstätigenbefragung (Kaiser/Annen/Tiemann 2017) sowie mittels umfangreicher Dokumentenanalyse die Inhalte kaufmännischer Aus- und Fortbildungsberufe (Kaiser/Brötz 2013). Dabei zeigte sich, dass neben dem Rechnungswesen und den damit verbundenen Kompetenzen, der Sprachfähigkeit ein ganz entscheidender Stellenwert in der kaufmännischen Tätigkeit und Qualifizierung zukommt. Dies ist sowohl in den historischen Dokumenten nachweisbar als auch bei den aktuellen Rahmenplänen der schulischen und betrieblichen Ausbildung sowie in den Prüfungsanforderungen kaufmännischer Fortbildungsberufe (Brötz et al. 2015, Kaiser/Kock 2015).



Abb. 2: Sprachanwendungsfelder in kaufmännischen Berufen aus: Kaiser 2012b: 16

Die in Abbildung 2 aufgezeigten Sprachanwendungsfelder zeigten sich bei einer Sonderauswertung der Analysen der kaufmännischen Aus- und Fortbildungsordnungsmittel (Lehr- und Prüfungspläne). Es werden nur jene aus der Materialanalyse gewonnenen Oberkategorien sichtbar, in denen Codierungen mit Bezügen zur Sprachanwendung erfolgt sind. Sie bestätigen die Befunde, die sich bereits bei der unspezifischen Analyse der Gemeinsamkeiten der Berufe gezeigt hatten.

Im Hinblick auf Kompetenzen für die spezifisch kaufmännische, schriftsprachliche Kommunikation sind die Hinweise allerdings spärlich. So finden sich bspw. bei der aktuellen Verordnung zur Kauffrau und zum Kaufmann für Büromanagement die Lernzielformulierung bei der Berufsbildposition 2.2 „Auftragsbearbeitung und -sachbearbeitung“: „c). Auftragsabwicklung mit Kunden festlegen; d). Begleitdokumente und Rechnung erstellen.“ (BIBB 2014) Die Hinweise in anderen kaufmännischen Ausbildungsberufen sind noch spärlicher. Auch die Analyse der Fortbildungsordnungen, bspw. zu erwarten als Kompetenz beim Fachwirt für Büroorganisation, der mittleren Führungskraft, der erhebliche Kompetenzen für die Gestaltung der Geschäftskundenbeziehungen attestiert werden, führt zu keinem einschlägigen Befund.

So scheint in den Unternehmen erwartet zu werden, dass die schriftsprachliche Kommunikation im berufsschulischen Fach Deutsch vermittelt wird, wenn sie nicht bereits als hinlänglich aus der allgemeinschulischen Vorbildung hervorgebracht, vorausgesetzt wird.⁴ Betrachten wir diese Befunde im Vergleich mit den historischen, so spiegelt sich in ihnen der massiv gestiegene Qualifikationslevel im schriftsprachlichen Gebrauch vor dem Einstieg in eine kaufmännische Ausbildung seit dem Mittelalter.

4 Nicht ohne Relevanz ist hier sicherlich, dass die Mehrheit der kaufmännischen Auszubildenden heute mit einer Hochschulzugangsberechtigung in die Ausbildung einmündet.

In der Befragung von über 2000 tätigen Kaufleuten, die an die BIBB-BAuA-Erwerbstätigenbefragung gekoppelt war, zeigten, bezogen auf die Frage, welche Fähigkeiten „für Ihre Berufstätigkeit sehr wichtig oder wichtig sind?“, die nachfolgenden Befunde zusätzlich die hohe Bedeutung von „Information und Kommunikation“ (Abbildung 3).

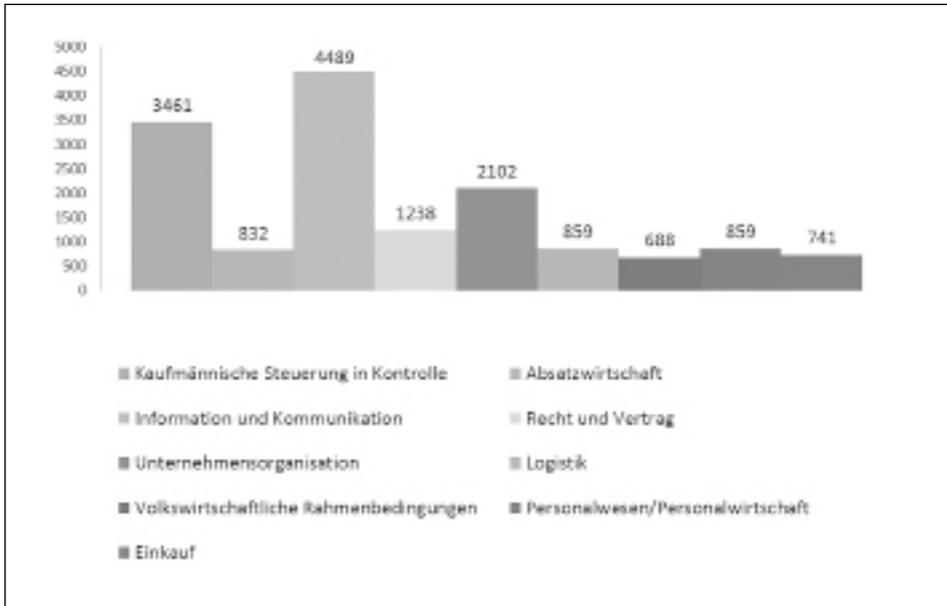


Abb. 3: Die Bedeutung kaufmännischer Qualifikationen aus Sicht tätiger Kaufleute, Mehrfachnennungen möglich (Kaiser/Brötz 2015)

„Absatzwirtschaft“ umfasst den Verkauf von Waren und Dienstleistungen sowie die Akquisition und Beratung von Kundinnen und Kunden. „Information und Kommunikation“ ist der Oberbegriff für innerbetriebliche und außerbetriebliche Kommunikation, den Austausch von Informationen und Daten ohne Festlegung auf ein konkretes Medium oder eine bestimmte Sprache. Geschäftliche Korrespondenz und Teamgespräche, Präsentationen und Planungsabstimmungen – all diese Inhalte prägen die Arbeitswelt kaufmännisch Tätiger. Die Befragung machte also deutlich, dass im Alltagshandeln der kaufmännisch Tätigen die Befähigung zu professioneller Kommunikation in der Bedeutung hochgeschätzt wird. Die Auswertung eines weiteren Items wies zusätzlich darauf hin, dass die Bedeutung von Qualifizierung zu dieser Thematik als wachsender Bereich eingeschätzt wird.

[...] dies (bedeutet) für die Kaufleute in den Unternehmen, dass der Umgang mit IT-Technologie und die Übersetzung von Logiken und Symbolen in andere Kontexte und Sprachen zunehmend zum Alltag ihres beruflichen Handelns gehört. Zugleich handeln sie in zunehmend offenen Entscheidungssituationen, deren emotionale Komponenten insbesondere an

den Kommunikationsschnittstellen innerhalb und außerhalb der Unternehmung von ihnen gestaltet werden. Die Widersprüche, die sich aus den Interessen von Unternehmenszielen, Zielen der Beschäftigten, der Kundinnen und Kunden sowie ggf. aus gesellschaftlichen Interessen ergeben, müssen von ihnen wahrgenommen, ausgehalten oder ggf. aufgelöst und in akzeptable Kompromisse überführt werden. Dies setzt die Reflexion der Zusammenhänge, die Kenntnis der Geschäftsprozesse und kreative Gestaltungskompetenz [...] zunehmend voraus [...]. (Kaiser 2012a: 171)

Kaufmännische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter interpretieren Symbole und Logiken, um sie in andere Kontexte und Sprachen übersetzen zu können. Wie diese Übersetzungsleistung zu erbringen und mit Sprache sicher umzugehen ist, wird aber nur teilweise in der kaufmännischen Ausbildung systematisch angeeignet und in Handlungssituationen trainiert. Und so mussten wir bereits 2013 konstatieren,

dass von den Betrieben in kaufmännischen Berufen Basiskenntnisse der Sprache vorausgesetzt werden, eine systematische Entwicklung der Sprachkompetenz in der betrieblichen Ausbildung nahezu nicht stattfindet und von den betrieblichen Sachverständigen des Bundes bei der Ausbildungsordnungsentwicklung auch nicht eingefordert wird. (Kaiser 2013: 10f.)

Von „Übersetzungsarbeit“ sprechen auch Meffert/Burmann/Kirchgeorg (2008) und vertiefen damit den genannten Aspekt, demzufolge Marketing als eines der „Sprachwendungsfelder in kaufmännischen Berufen“ zu verstehen ist.

Die Übersetzung der Markenidentität in ein Markennutzenversprechen und ein konkretes Markenverhalten aller Markenmitarbeiter zur Einlösung des Markenversprechens ist eine der wichtigsten Aufgaben im Rahmen der identitätsbasierten Markenführung. (Meffert/Burmann/Kirchgeorg 2008: 372)

Die bedeutende Rolle der kaufmännisch Tätigen an den Kommunikationsschnittstellen des Unternehmens ist der Ausgangspunkt für eine nähere Betrachtung des Schreibhandelns jener „Übersetzerinnen und Übersetzer“, ob sie nun explizit über eine Kaufmanns-ausbildung oder ein entsprechend wirtschaftswissenschaftliches Studium verfügen oder nicht. Hier setzt die subjektorientierte Arbeitsprozessstudie von Reinke an und fragt, ganz im Sinne Efings, auch nach den wiederkehrenden kommunikativen Mustern im Schreibhandeln kaufmännisch Tätiger. Schaffen kaufmännisch Tätige sich für die funktionale Bewältigung ihrer berufssprachlichen Aufgaben schriftsprachliche Register?

Das Untersuchen der Schreib- und Textproduktionsprozesse von kaufmännisch Tätigen in ihrer realen Arbeitswelt mit realen Handlungssituationen dient der Erhellung und der Schärfung des Blickes auf die den Qualifikationsbedarf konkretisierenden Elemente. Dies ist erforderlich, weil, wie Philipp (2015: 153) verdeutlicht, „[m]ehr als die Hälfte der Firmen [untersucht in der Studie der US-national Commission on Writing, 2004, Anm. Reinke] Einstellungsentscheidungen auf der Basis der Schreibleistungen der Bewerber trifft bzw. Schreiben dezidiert als Beförderungskriterium berücksichtigt.“ Ähnliches formuliert Jakobs (2005: 22), wenn sie, gestützt auf eine Umfrage von Kirtz und

Reep (1990), über die Karriererelevanz guter Ausdrucksfähigkeiten schreibt, dass 81,1 % der in dieser Untersuchung befragten Personen schriftsprachliche Ausdrucksfähigkeit für „sehr wichtig“ halten.

3. Theoretische Zugänge zum Schreiben kaufmännisch Tätiger

Kaufmännisch Tätige müssen keinen kaufmännischen Beruf erlernt haben, um eine kaufmännische Tätigkeit auszuüben. In strenger Auslegung des „Fachsprache-Verständnisses“ von Rauner⁵, ist aber fraglich, ob es für kaufmännisch Tätige ohne einschlägige Ausbildung im kaufmännischen Bereich eine eigene identitätsanzeigende Fachsprache gibt oder geben kann. Hilfreich und weiterführend sind hier die Ansätze von Efing (2015: 20); da er den doch engen Verständnisrahmen des Rauner'schen Fachsprachebegriffs weitet. Efing unterscheidet einerseits die Bildungssprache und die Fachsprache – beides Komponenten, deren Beherrschung maßgeblich zur Aufnahme, Annahme und Akzeptanz in einer Berufs- bzw. Fachgruppe beiträgt – und andererseits die Berufssprache. Diese Spracharten sind Elemente der kommunikativen Kompetenz, die Efing als eine eigenständige Kompetenz versteht, welche „nicht als Teilkompetenz einer Sozial- oder Interaktionskompetenz anzusehen (ist).“ (Efing 2015: 23)

Von Bedeutung ist in diesem Zusammenhang auch die Differenzierung zwischen „berufsweltbezogener kommunikativer Kompetenz“ – verstanden als Schnittmenge vieler oder sogar aller Berufe – und der „berufsspezifischen kommunikativen Kompetenz in dem Bereich eines konkreten Faches/Berufes“. (Efing 2015: 23)

Efing prägt somit das Verständnis von Register- und Berufssprache. Registersprache lässt sich als die dem Zusammenspiel der Rollen eines institutionalisierten (sozialen) Feldes entsprechende Sprache verstehen: Es wird zu institutionellen Zwecken und unter ebensolchen Bedingungen in immer wiederkehrenden typischen Situationen kommuniziert – und es kann davon ausgegangen werden, dass für die „funktionale Bewältigung“ dieser Arbeiten Muster gefunden wurden, die sich wiederholen, die zur Routine werden (Efing 2015: 34). Berufssprache hingegen ist nicht als „kohärentes Register“ anzusehen, sondern umfasst ein weites Spektrum polyvalenter Wörter und Begrifflichkeiten, das „berufsfeldübergreifend und frequent“ von besonderem Interesse ist. Als solches Spektrum ist Berufssprache auch als eigenes Register denkbar – das Individuum bedient sich beruflicher Sprachhandlungskompetenzen, um die sprachlichen und kulturellen Anforderungen des Alltags zu meistern und greift dabei auf die Sprache zurück, die als praxisnahe Schnittmenge vieler Berufe vorhanden ist: die Berufssprache, die eben nicht aus „Fachwortschatz und Berufsjargonismen“ besteht, sondern aus einem Fundus „typischer berufsbezogener Sprachhandlungen“. (Efing 2014: 38)

5 Die entwickelte Fachsprache ist, nach Rauner, sowohl Medium des Austausches innerhalb des spezifischen beruflichen Umfelds als auch des Transfers, um „in Abwesenheit der konkreten Arbeitssituationen über diese möglichst differenziert sprachlich zu verfügen und [...] mit anderen arbeitsbezogenen Zusammenhängen in Beziehung zu bringen.“ (Rauner et al. 2009: 12)

Die nachfolgend dargestellte Untersuchung individueller schriftsprachlicher Kundenkorrespondenz betrachtet kaufmännisch Tätige aus verschiedenen Branchen, verschiedenen Organisationsformen und -größen; was vereint, was unterscheidet das Schreiben der kaufmännisch handelnden Menschen des Feldes? Lässt sich die Schriftsprachlichkeit der Autorinnen und Autoren in den Begriffen der Register- oder Berufssprache verorten? Greifen diese Begrifflichkeiten oder bedienen sich kaufmännisch Handelnde einer „universellen“, d. h. Branche und Unternehmen übergreifend genutzten Schriftsprache, wenn sie mit Kunden und Kundinnen korrespondieren? Zeigen sich typisch berufsbezogene Sprachhandlungen, um Efings Begriff aufzugreifen, auch in verschiedenen, zueinander sehr unterschiedlichen Arbeitswelten?

Gibt es Muster und wenn ja, welche? Wie ist was in der Praxis verschiedener Arbeitswelten definiert, verstanden, erkennbar? Welche Bedeutung hat diese Differenzierung für die Autorinnen und Autoren? Wie empfinden diese ihr Schreiben, wie betrachten sie ihre Texte? Wer bringt ihnen im Unternehmen bei, wie das Unternehmen schriftlich kommuniziert und sprachlich in Erscheinung tritt?⁶

Im Unterschied zu Efings Herausarbeitungen von Registern folgt die Auseinandersetzung von Reinke einer subjektorientierten Arbeitsprozessforschung, welche das individuelle Tätigkeitssystem in den Blick nimmt, in das die Sprachhandlung eingebettet ist. Kommunikation ist in seinem Verständnis an die individuelle Genese des Subjekts und an das spezifische Arbeitsumfeld gebunden. Letzteres findet sich auch bei Efing, wenn das Erreichen des Ziels einer

effektiven, angemessenen Kommunikation in beruflichen Kontexten, (die) nicht nur das berufliche (Sprach)-Handeln, sondern auch die soziale Integration des Sprechers in den Betrieb und das Arbeitsumfeld gewährleisten soll [...]; das Register der Berufssprache ermöglicht es demnach, im Beruf sprachlich zweckrational erfolgreich und angemessen handeln zu können – auch ohne zwangsläufig auf Fachsprache zurückzugreifen. (Efing 2015: 39)

Bereits für Vygotskij wird Sprache aus dem sozialen Kontext hervorgebracht und ist zugleich Quelle des Sozialverhaltens und des Bewusstseins (Schapfel 1995). Sprache ist kommunikatives Element und verkörpert als solches die

Fähigkeit des Menschen sich selbst Reiz zu sein für sich selbst – das ist die Grundlage des Bewusstseins. Bereits jetzt kann man mit Sicherheit von einer Wechselwirkung der einzelnen Reflexsysteme sprechen, davon, dass sich die einen Systeme in den anderen widerspiegeln. (Papadopoulos 2010: 41)

6 Zwar gibt es bereits verschiedene, privatwirtschaftlich organisierte Angebote, die sich mit „Markensprache“ befassen. Eine wissenschaftliche, berufsbildnerisch orientierte Auseinandersetzung mit den Inhalten der Angebote und den Qualifikationen des Bildungspersonals dieser Angebote liegt nicht vor. Vgl. bspw. die Internetangebote der österreichischen Agentur „wortwelt“ (www.wortwelt.de) oder des deutschen Anbieters www.wording.de. Beide entwickeln „Sprachwelten“. Die Autorenperspektive wird dabei nicht besonders betrachtet. Sprache wird verstanden als „Marketinginstrument“, das von den Mitarbeitern entsprechend zu erlernen ist.

Kommunikation ist eines dieser Systeme der Wechselwirkung; Sprache ist als Reiz verstanden, eine potentielle Quelle des persönlichen Bewusstseins und der Kontrollierbarkeit des eigenen Verhaltens:

Weil dieser Stimulus die spezifische Funktion der Rückkopplungs-Handlung besitzt, formt er die psychische Operation in eine höhere und qualitativ neue Stufe um und erlaubt dem Menschen mittels extrinsischer Stimuli, sein Verhalten von außen zu kontrollieren. (Vygotskij zit. nach Engeström 2008: 17)

Um diesen Vorgang zu veranschaulichen: Ich schreibe einen Text. Ich erzeuge Schriftzeichen auf Papier. Ich lese den Text. Der Text ist „außerhalb“ meiner selbst, er ist nicht mehr nur ein Gedanke in mir. Indem ich das Geschriebene reflektiere, (also: reflektierend handele), koppele ich die Reaktionen meiner selbst auf mein Handeln mit meinem Verhalten – und im Ergebnis bleibt der Text, wie er ist oder ich verändere ihn. Das Sprachvermögen zu erweitern, die eigene Literalität zu entwickeln, heißt in diesem Kontext die eigenen Texte zu entwickeln, die Entwicklung zu reflektieren und somit durch bewusstes, konkretes und reflektiertes Handeln das eigene Bewusstsein zu entwickeln – dies bildet wiederum die Grundlage vielfältigerer Optionen, weiterer Wechselwirkungen.⁷ Gerade in Fragen der Schriftsprachlichkeit liegt das Wesen der Rhetorik in der Anwendung des Wissens um die Vielfalt des Ausdrucks. Gilt dies auch für die kundenorientierte Schriftsprachlichkeit kaufmännisch Handelnder?

Wir stellen fest, dass trotz bereits vorhandener Theorien zum schriftsprachlichen Handeln noch kein Licht auf die konkreten Einflussfaktoren auf das individuelle Erstellen von Kundenkorrespondenz fällt.

4. Schriftsprachliche Kundenkorrespondenz – ein explorativer Ansatz

Leitend bei der Untersuchung des Erstellungsprozesses individueller Kundenkorrespondenz ist die Frage danach, welche Faktoren das Schreiben kaufmännisch Handelnder beeinflussen, wenn sie mit Kundinnen und Kunden individuell korrespondieren.

In der Datenerhebung wurden, dank teilnehmender Beobachtung und ethnographischer Feldnotizen, kurze „Momentaufnahmen“ in der Arbeitswelt verschiedener Personen erzeugt. Die Vorgehensweise orientiert sich an der Reflexiven Grounded Theory Methodology (rGTM) im Verständnis Breuers (2010).

7 Der Grund der Annahme, nur eine Möglichkeit zu haben, kann darin liegen, sich keiner weiteren Möglichkeiten bewusst zu sein. Das Bewusstsein über sich selbst und die eigenen Optionen erschließt sich auch durch reflektierte sprachliche Kompetenz und das Erkennen ihrer immanenten Stimulanz.

Das Feld

Nach einem hermeneutischen Vorlauf begann bereits 2012 die explorative Phase des Forschungsvorhabens im Feld. Der Zugang zu den schreibenden Personen gestaltet sich schwierig: Kaufmännisch Tätige mit den entsprechenden Aufgaben werden persönlich und individuell befragt. Dies ist möglich durch den beruflichen Zugang zum Handlungsfeld aufgrund der Tätigkeit des Forschenden als Kommunikationstrainer mit dem Schwerpunkt auf schriftlicher Unternehmenskommunikation. Der Zugang stellt hohe Anforderungen an den Schutz der Vertraulichkeit, der Daten, der Informationen und der Personen. Darüber hinaus erfordert das Forschen im Feld von den zu erforschenden Personen den Einsatz von Zeit, die Bereitschaft zur Mehrarbeit, um ggf. Liegengebliebenes aufzuholen und von ihren Arbeitgebern unter Umständen auch die Bereitschaft, kurzfristig Produktivitätseinbußen hinzunehmen. Es gelang, qualitative Gespräche und Videobeobachtungen der Schreibvorgänge von verschiedenen Personen aus verschiedenen Unternehmen aufzuzeichnen.

Das Feld besteht aus neun kaufmännisch Tätigen aus insgesamt acht Unternehmen der Branchen: Finanzen, Mode, Kosmetik, Medizintechnik, Logistik, Lebensmittel und Bildungsdienstleistung. Entscheidend für die Aufnahme in das Datensample war das Vorhandensein individuell erstellter Kundenkorrespondenz. Die Teilnehmenden sind keine Werbetexterinnen und Werbetexter. Sie verstehen ihre Schreibarbeit als auf den einzelnen Kunden bezogene Schreibarbeit, als individuelles Eingehen auf die jeweils kundenspezifische Situation; d.h. auf die Frage „Schreiben Sie individuelle Texte an einzelne Empfängerinnen und Empfänger“ antworten sie mit „Ja“. Die Akteure sind in Arbeit, sie sind weder arbeitslos noch krank oder im Urlaub. Sie sind an ihrem Arbeitsplatz; wollen, dürfen und können dort besucht werden. Sie schreiben während des Besuchs echte Briefe, E-Mails, Texte an Kunden; es sind weder Übungen noch Beispiele, sondern reale, echte Korrespondenzbeiträge. Sie sind einverstanden mit der Aufzeichnung des Gesprächs (Audio) und der Bildschirminhalte der Korrespondenz-/Textproduktion (Video). Sie sind kaufmännische Angestellte, die nicht obligatorisch über eine kaufmännische Ausbildung oder ein diesbezügliches Studium verfügen.

Die Methode

Die konkrete methodische Vorgehensweise ist pragmatisch und geprägt von einer Überzeugung qualitativ Forschender: Nicht der Gegenstand passt sich methodisch-idealtypischen Bedingungen an, sondern die methodische Herangehensweise folgt den Gegebenheiten der Wirklichkeit. Eben die Phänomene dieser Wirklichkeit zu erfahren, daran beobachtend teilzunehmen – prägt einerseits den explorativen Charakter der Untersuchung und fordert andererseits Flexibilität im Anwenden wissenschaftlich-qualitativer Methodik.

Kaufmännisch Tätige in Korrespondenzsituationen – ohne Ansehen der Branche, der Unternehmensgröße, ohne Ansehen des Geschlechts, des Alters, der Dauer der Be-

triebszugehörigkeit oder anderer soziodemografischer Angaben – ausfindig zu machen, ist nicht einfach. Sie als Teilnehmende zu gewinnen und von ihnen in die Arbeitswelt, die reale Situation ihres Arbeitsplatzes zumindest für einen Moment beobachtend, fragend, filmend und aufzeichnend eingelassen zu werden, ist nicht weniger schwer. Es bedeutet einerseits für den Forschenden, sich in immer wieder anders gelagerte Arbeitsplatzsituationen zu begeben und andererseits bedeutet es für die Teilnehmenden sich zu öffnen und sich selbst einer bis dato unbekanntem Beobachtungssituation auszusetzen.

Es ist mitunter erhebliche Vertrauensarbeit zu leisten, um eine offene, beobachtbare Situation zu schaffen. Zu den individuellen persönlichen Präferenzen der Teilnehmenden kommen ganz praktische, kaum planbare Faktoren wie bspw. die Beschaffenheit von Arbeitsplätzen, Arbeitsräumen und anderen organisatorischen Rahmenbedingungen. Hier schreibt ein Untersuchungsteilnehmer im Einzelbüro, dort sitzt eine andere in einem Großraumbüro mit anderen, wieder andere telefonieren, beantworten Fragen von vorbeikommenden Kolleginnen und Kollegen während sie schreiben. Andere sammeln ihre Schreibeinheiten, während manche Schreibeinheiten als Sofortarbeit erledigen. Genau diese Begegnungsabsicht mit der Realität in verschiedenen Korrespondenz-Arbeitswelten kaufmännisch Handelnder und die erkenntnisorientierte Rekonstruktion sind die alle methodischen Überlegungen auslösenden Momente. Die Datenerhebung erfolgt mittels Befragung/Gespräch, teilnehmender Beobachtung und Videomitschnitt der Schreibprozesse.

Ursprünglich war eine Orientierung am „theoretical sampling“ im Sinne einer klassischen Grounded Theory-Methodologie geplant. Demzufolge würde der nächste Fall, der (aus)gesucht wird, sich an der bereits gewonnenen Erkenntnis aus dem vorherigen Fall orientieren (Datenauswertung und Bestimmung neuer Untersuchungseinheiten gehen Hand in Hand). Stattdessen musste aufgrund des schwierigen Feldzugangs auf „convenience sampling“ zurückgegriffen werden. Die Fallauswahl kann kaum gesteuert werden und orientiert sich maßgeblich an den Zugangsmöglichkeiten. Lediglich die Aufgabe des Erstellens individueller Kundenkorrespondenz verbindet die Fälle. Da weder inferenzstatistische Aussagen noch Repräsentativität beabsichtigt sind, leiten sich daraus auch keine Hemmnisse für den Erkenntnisgewinn ab.

In diese offene Begegnungssituation werden keine Kategorien oder Klassifizierungen hineingetragen. Vielmehr wird darauf vertraut, dass das Material tragfähig und belastbar genug ist, um die Antworten auf die Forschungsfrage geben zu können. Codes und Kategorien entstehen aus dem Material, variieren von Einzelfallauswertung zu Einzelfallauswertung, lassen sich kontrastieren, vergleichen, in Ähnlichkeiten und Eigenheiten differenzieren.⁸

Um die Codierung und die Interpretation der gewonnenen Daten intersubjektiv zu validieren, erfolgt seit 2014 eine Zusammenarbeit in der Netzwerkstatt AQUA (ein

⁸ In gleicher Weise, ohne Rückgriff auf ein bestehendes, theoretisch fundiertes Kategoriensystem waren auch Brötz/Kaiser und Kolleginnen und Kollegen 2013 bei der Codierung der kaufmännischen Ordnungsmittel vorgegangen, wobei die Fälle faktisch im Vorneherein als Gesamtheit der kaufmännischen Aus- und Fortbildungsberufe in Deutschland festgelegt waren.

14tägiger „Arbeitskreis Qualitativ Arbeitender“ in einem geschützten Bereich des Internets). Die sieben Mitglieder der festen Arbeitsgruppe aus unterschiedlichen geisteswissenschaftlichen Fachgebieten interpretieren und codieren ihre jeweiligen Transkripte, tauschen sich regelmäßig über ihre Projekte aus und interpretieren gemeinsam die Transkripte anderer AQUA-Mitglieder. Die über Jahre dauernde Zusammenarbeit führt auch dazu, dass die Mitglieder Vergleiche zwischen den verschiedenen Fällen eines anderen Mitglieds anstellen und so zusätzlich wertvollen Input leisten können. Die Mitarbeit in der Interpretationsgemeinschaft AQUA dient der gegenseitigen Sensibilisierung für Lesarten und Interpretationsmöglichkeiten des in Transkripten gefassten Materials; es ist ein die Intersubjektivität und Selbstreflexivität aller Beteiligten forcierendes Miteinander kommunikativer Validierung (Breuer/Mey/Mruck 2011).

Beispiele

Auch wenn die Auswertung und Theoriebildung zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Beitrags noch nicht abgeschlossen ist/war, sollen Einblicke in die Fallarbeit und erste Interpretationen gegeben werden. Zur Veranschaulichung folgen nun drei (stark gekürzt dargestellte) Beispiele **aus dem Feld**:

„B“:

B. ist Mitarbeiterin einer Firma, die kosmetische Produkte herstellt und vertreibt. Sie ist ausgebildete Speditionskauffrau, seit 16 Jahren im Export und schreibt Angebote, betreut schriftlich Vertragsangelegenheiten und Kundenanfragen. Ihre Kunden sind allesamt Geschäftskunden. Während des ersten Besuchstermins entwickelt sich ein Gespräch über das Schreiben im Betrieb, anschließend wird B. beim konkreten Schreiben an verschiedene Kunden gefilmt.

Abbildung 4 zeigt den Bildschirm der Frau B.

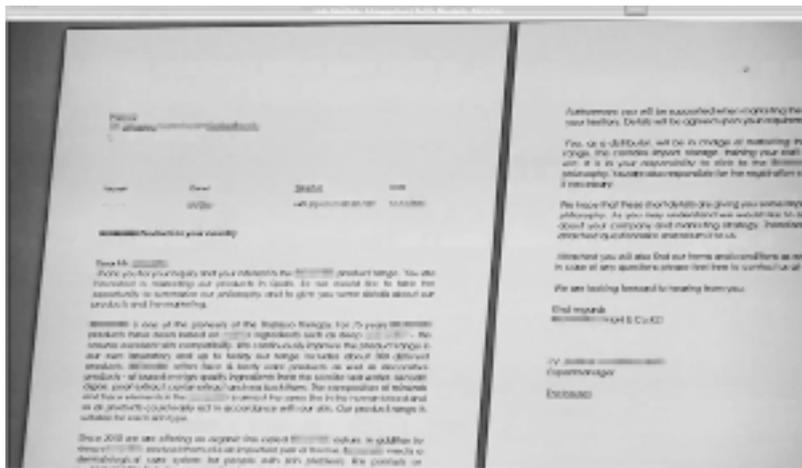


Abb. 4: „Monitor der B.“ (Aufnahme: Hartmut Reinke)

Sie arbeitet in MS Word und an zwei Monitoren. Während des Besuchs ist sie allein im Büro, das sie sich sonst mit ihrer Kollegin teilt. Die Kollegin ist im Urlaub, beide Schreibtische stehen gegenüber zusammen, so dass sich die Kolleginnen jederzeit anschauen können. Frau B. freut sich über das „Zweierbüro“ und die Atmosphäre. Während des Schreibens nutzt sie eine Textvorlage, die sie gemeinsam mit ihrer Bürokollegin verfasst hat. Der Text ist etwa 6 Jahre alt und wird von beiden in abgewandelter Form immer wieder verwendet.

Die Transkription zeigt den Bildschirminhalt in der rechten Spalte einer Tabelle, den Inhalt gesprochener Anteile in der linken Spalte, siehe Abb. 5.

[Transkript des Videos „00018.MTS“		
1	I: Okay #00:00:01-2#	
2		Blick auf den Bildschirm und Windows
3		Explorer mit verschiedenen Ordnern und
4		Dateien. #00:00:07-6#
6		
7		Doppelklick auf eine Word-Datei.
8		#00:00:08-8#
9		
10		Blick auf das Schreiben. Es ist in
11		englischer Sprache verfasst. Der obere
12		Abatz ist gelb markiert. #00:00:14-3#
13		
14		Doppelklick. Ein Explorerfenster öffnet sich
15		aus dem Word-Programm (vermutlich zum
16		"Speichern unter".) #00:00:15-0#
17		
18		Blick auf das Explorerfenster. #00:00:18-
19		4#
20		
21		Klickt sich durch die Ordner. #00:00:33-8#
22	B: Wo heißen die? #00:00:35-	Blick auf das Explorerfenster.
23	2#	
24		Tippt einen Dateinamen ein und drückt
25		"Enter". Explorerfenster verschwindet.

Abb. 5: „Ausschnitt aus der Transkription“

Frau B. sagt zu ihrem Text (und ihrem Unternehmen); (I = Interviewer), (B = Befragte/r)

„Wir haben diesen s- dieses maximale ähm Standardkonstrukt und machen das, was WIR für richtig halten. Ähm das ist ganz heikel. Also äh es kann auch sein, dass das (I: Ja.) hier innerhalb des Hauses, ..., aber ich gehe damit gar nicht so groß spazieren. Also ... #00:13:48-5#

I: Warum nicht? #00:13:49-3#

B: hm um das gar nicht zu provozieren. Dann, dann, dann würde ich vermutlich irgendwas vorgeschetzt bekommen. Weil DIE (I: Ja.) sind doch sehr darauf bedacht, jetzt gerade, (-) alles so bisschen . #00:14:00-9#.“

B. interpretiert die Stimmungen und Strömungen innerhalb ihrer Firma und agiert eigenständig und unabhängig übersetzend mit dem Kunden. Schreiben versteht sie als ihren kompetenzbasierten Freiraum im Unternehmen, den sie schützt und gestaltet. Das Schreiben ist für sie Ausdruck ihrer Eigenständigkeit, Selbstbewusstsein und ihrer Berufserfahrung. B. schreibt bspw. einem Händler aus dem Ausland. Der Händler hatte zuvor den Stand von Bs Arbeitgeber auf einer Messe besucht, man war ins Gespräch gekommen, der Händler interessierte sich für eine Vertriebsniederlassung und fragte dazu schriftlich nach der Messe nach. B. antwortet darauf schriftlich.

„I: Wa- was macht für Sie einen Brief nüchtern, wenn Sie ihn schreiben, und was macht für Sie einen Brief nicht nüchtern, wenn Sie ihn schreiben? #00:16:06-2#

B: (---) Ähm hm (--) also DAS hier ist ein relativ nüchterner insofern Brief, als dass ich (-) AHNE, der ist in Montenegro, der muss importieren, der muss die Produkte anmelden. 90 Prozent wird das nichts. Das ist zu aufwendig. Ich habe immer schon so eine Ahnung, wer eigentlich ähm kommt, um zu gucken und sich einbildet, das klappt, so Prinzessinnenträume. #00:16:32-1#“

Während B. den Brief schrieb, kommentierte sie ihr Schreiben und flüsterte, einem Selbstgespräch ähnelnd:

„B: Ach, das lasse ich weg. #00:24:05-6#

B: Keine Entweder-Oder-Fragen. So. #00:24:08-3#“

An dieser Sequenz wird u. a. deutlich, wie groß der Entscheidungsspielraum für B. ist und in welcher Weise ihre individuellen Vorerfahrungen (ich ahne...), ihr Schreibhandeln beeinflussen.

Ein **anderes Beispiel** gibt E.

E. ist Filialleiterin einer Bank, sie ist über 14 Jahre im Unternehmen, als Reinke sie zweimal in ihrem Büro besucht. Während des ersten Termins sprechen sie allgemein über das Schreiben im Unternehmen, über ihre Rolle und ihr Verständnis des Schreibens und seiner Bedeutung. E. ist Bankkauffrau und hat in der Bank gelernt, in der sie heute arbeitet (allerdings in einer anderen Filiale). E. und Reinke kannten sich nur flüchtig. Bei einer Marketingvorlesung erwähnte Reinke seine Forschung und fragte, ob sich jemand vorstellen könne, daran teilzunehmen. Zwischen den Terminen lagen mehrere Monate – das war nicht geplant, es ergab sich aus der Arbeitssituation von E.

Das erste Gespräch findet statt am Besprechungstisch. E. hat das Telefon zu ihrer Sekretärin gestellt – ein normales Prozedere, wie sie sagt, um sich ungestört unterhalten zu können. Sie sprechen über ihren Werdegang, ihre Schreibaufgaben, Schreibprozesse innerhalb der Bank und mit Bezug auf ihre aktuelle Funktion als Leiterin der Filiale. Es wird im Gespräch deutlich, dass sich erstmals jemand während ihrer 14jährigen Betriebszugehörigkeit für ihr individuelles Schreibhandeln im Detail interessiert.

Bei dem zweiten Besuch sitzen beide an E.s Schreibtisch. Sie arbeitet an einem Monitor. Reinke muss aus Datenschutzgründen immer dann die Videoaufzeichnung abschalten, wenn die Datenbank der Bank geöffnet wird, um von dort Informationen zu MS Word zu übernehmen, wo auch die Schreibearbeit in Richtung Kunde stattfindet und beobachtet wird. Während der Schreibebeobachtung klingelt das Telefon, Kolleginnen und Kollegen klopfen an und fragen nach diversen Themen. Ein ganz normaler Alltag, versichert Frau E.

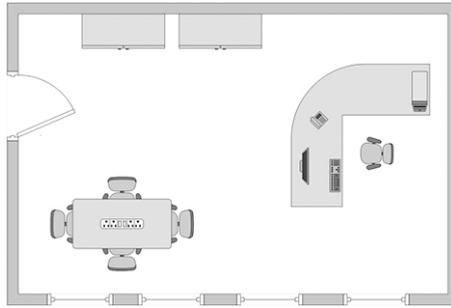


Abb. 6: „Arbeitsplatz-Skizze von E.“ Besprechungstisch links, Schreibtisch rechts⁹

Zur Veranschaulichung des Gesprächs hier ein Auszug aus dem Gespräch während des zweiten Termins (mit Videoaufzeichnung des Schreibens);

- I: Alles klar. (--) Tja. (---) Ich find das sehr interessant, dass Sie sagen, es kann im Grunde kein Mensch nachvollziehen. (B: Nö.) Was ich da so rausschicke. Ich könnte auch reinschreiben: „Im Himmel ist Jahrmarkt, ich hab die Karten“, oder was, ne. (-) (B: Ja. (Lacht.)) „Kostet dich ‚ne Million, dann schicke ich dir mal ein Ticket für die Achterbahn im Himmel“, oder was. Und (-) das ist im Grunde .. ja, es ist .. ja. Sie sitzen hier und sagen: „Ja, ich entscheide so für mich selbst, was jetzt Geldbank-like ist und was nicht.“ #00:07:11-9#
- B: (-) Äh, (-) ja, bestimmte Sachen sind, sind vorgegeben. Die sind aber halt selbstredend. Das ist äh, (I: Ja, das sagen Sie so einfach.) dass wir ein, ein, einen Kunden nicht mit dem Vornamen anreden. Dass wir einen Kunden SIEZEN. #00:07:25-4#
- I: Also wenn (B: Es sei denn, ich ..) ich hier sitzen würde, ich würde das machen. Für mich wäre das okay. Ich würde schreiben: „Hallo Klaus, hier ist die Kohle.“ (B: (Lacht.)) „Hau rein, Digger“, so. Wäre für mich auch partnerschaftlich. #00:07:33-8#
- B: Nee. (---) Also (-) ich weiß nicht, ob’s dafür eine interne Richtlinie gibt, aber würde ich zum Beispiel nie machen. #00:07:41-2#
- I: Wo kommt das her, dieses Wissen, dass Sie das nicht machen würden? (--) Wie geht’s Ihnen dabei? Ich meine .. #00:07:47-0#
- B: Ich weiß nicht, ob das durch die, durch die Bank als solches kommt, oder ob es nicht halt auch durch die, (--) durch die Erziehung als solches kommt. #00:07:55-2#
- B: Meine Eltern haben mir beigebracht, ich, ich sieze andere Leute. Die duze ich nicht. #00:08:04-9#

Die Sequenz berührt diverse Themen und Dimensionen. Einmal wird deutlich, welche Prozesse Kundenkorrespondenz (hier: eine E-Mail) in der Bank zu durchlaufen scheint – es ist nach Versand der Inhalte keine Nachverfolgung möglich, so E. Es liegt in ihrem Ermessen, was sie wem schreibt, wie sie schreibt; gleichzeitig gibt es Vorgaben der Bank. Diese sind indifferent, denn einerseits sind es Vorgaben und andererseits be-

⁹ Eigene Darstellung (nicht maßstabsgerecht).

schreibt E. sie als „*aber halt selbstredend*“. Gibt es keine interne Richtlinie oder herrscht Unklarheit, greift der „Autopilot“ der Mitarbeiterin, der sich aus Erziehung und Sozialisation ergibt.¹⁰ „*Meine Eltern haben mir beigebracht*“ – und davon profitiert einmal E. und ein weiteres Mal die Bank, ihr Arbeitgeber. Deutlich wird dies auch an anderen Stellen des Gesprächs. E. sagt z. B. über ihre Rolle und ihr Schreiben in der Bank: „*Das ist überhaupt nicht thematisiert worden. (-) Also es erfolgt halt einfach automatisch, weil die Kundenanliegen ja bearbeitet werden müssen.*“

Es erfolgt „*automatisch*“ – sie spricht über ihr Schreiben, ihre Wortwahl, ihre Satzfindung, ihre Kommunikation in der verschriftlichten Kundenbeziehung.

I: Hat denn irgendetwas mal gefragt, ob Sie das können? #00:00:33-1#

B: (---) In dem Sinne, dass wir dafür geschult werden, nein. Also es gibt natürlich schon so bestimmte Formulierungen, die man im Laufe der Jahre einfach (-) mit sich automatisch einbringt. Und das kriegen halt auch automatisch unsere Auszubildenden mit. Ansonsten gibt es keine der Sachen. #00:00:53-9#

In der kommunikativen Validierung im AQUA-Netzwerk beschreiben die kollegialen Teilnehmenden ihre Eindrücke des Transkriptes zusammengefasst mit „*Frau E. sieht Schreiben als etwas Mechanisches, einen Vorgang, der Zeit spart. Zeit ist ein wesentlicher Faktor. Sie differenziert zwischen Beratung und Verkauf. Schreibt sie einem Kunden einen Brief, der ihm ein Kreditangebot unterbreitet, ist das für sie Beratung, nicht Verkauf. Im Fall E. wird die Bedeutung von Rollenverständnis und Reflexion deutlich – weil beides zu fehlen scheint, nicht gefördert wird.*“

H.

Horst, der 2014 bereits 46 Jahre in dem Unternehmen ModeH gearbeitet hatte, begann seine Ausbildung zum Schuster Ende der 1960er Jahre und beendete sie Anfang der 1970er Jahre als Geselle. ModeH war sein Lehrbetrieb. Der gelernte Schuster, der aus Rationalisierungs- und Umstrukturierungsgründen vor einigen Jahren in die Kundendienstabteilung „*strafversetzt*“ wurde, hat die Höhen und Tiefen seiner Branche im eigenen Berufsleben geradezu hautnah mitverfolgt. In den 1960er Jahren waren, um ein Beispiel zu geben, in der rheinland-pfälzischen Region um Pirmasens, einer historisch gewachsenen Hochburg des Schuhmacherhandwerks und der industriellen Schuhfertigung in Deutschland, über 32.000 Menschen beschäftigt. Im Jahr 2003 war es noch ein Neuntel; über 28.000 Menschen hatten im Zuge einschneidender Strukturveränderun-

¹⁰ Erstaunlich und überraschend ist, dass die eigene berufliche Ausbildung und dabei rezipierten Texte und Kommunikationsformen ebenso wenig wie die daran anschließende berufliche Tätigkeit als wesentliche Sozialisation für das eigene berufliche Handeln wahrgenommen werden: Als sei die schriftsprachliche Kommunikation ein Refugium der eigenen Individualität jenseits beruflicher Überformung. Eine Art Gegenwehr zu berufssoziologischem Grundlagenwissen: „[...] Berufe bzw. erwerbsbezogene Tätigkeiten (umfassen) unterschiedliche Anforderungsprofile, die verschiedene Handlungs- und Denkweisen von den Ausübenden verlangen. Dementsprechend werden Menschen qualifiziert oder, moderner formuliert, entwickeln sie ihre Kompetenzen im Hinblick auf die Anforderungen. Berufe prägen aber auch die Ausübenden durch die wiederkehrende Einlassung in bestimmte Handlungssituationen und erzeugen so eine spezifische Sicht von Welt.“ (Schapfel-Kaiser 2008: 11)

gen (innereuropäischer Wettbewerb, Preisverfall, Verlagerung von Produktionsstätten nach Südeuropa, nach China oder in andere asiatische Staaten sowie Firmenschließungen, Firmenübernahmen u. ä.) ihren Arbeitsplatz verloren. (Engelen/Erbach/Märker 2017)

„I: Ist Schreiben Ihr Ding? Machen Sie das gerne? #00:18:58-5#

B: Das wird immer besser, (I: Mhm.) hab ich das Gefühl. Und mir macht das auch Spaß. Ich setze mich gerne ran, um dem eine Antwort zu schreiben. (I: Mhm.) Und da gehe ich auch mal gegen an und sage: „Das ist nicht berechtigt, ja, aufgrund DESSEN“, ne? (I: Mhm.) Aber man sieht das ja REELL. (I: Mhm.) Ne? Ich sehe das mehr aus der Sicht des (-) Privatkunden wie aus der Sicht von MODEH. (I: Mhm.) (-) Und da muss man auch ehrlich bleiben. Und grundsätzlich ist FOLGENDES, (I: Mhm.) wir, wir haben ein kleines Problem. Jeder s-äh verteidigt sich, ja, in seiner Abteilung, wo er für zuständig ist. Aber wi-ich .. meine Grundeinstellung ist die: Wir müssen in so einem Unternehmen ehrlich miteinander umgehen. (I: Mhm.) Das ist höchste Gebot. Überall.“

Kern der Forderung nach ehrlichem Umgang scheint ein kontroverses Verständnis von Qualität und Kundenorientierung zu sein. Horst, der seine Berufslaufbahn mit der sehr kundennahen Vermessung von Füßen zur Leistenerstellung begonnen hatte, ist im Lauf der Zeit konfrontiert worden mit den Erzeugnissen einer von seinem Arbeitgeber betriebenen Produktionsverlagerung nach Fernost. Horst sieht sich vor einem Problem – der Kunde sendet Schuhe zur Reklamation an die Kundendienstabteilung. Horst erkennt in diesen Schuhen Produkte, deren Qualität aus seiner Sicht zumindest zweifelhaft ist – und soll nun schriftlich gegenüber dem Kunden dazu Stellung nehmen. Die Marketingleitung, originär eher mit strategischen Dimensionen der Kundenorientierung befasst, interessiert sich, nach Horsts Aussagen, nicht für diese Thematik. Für Horst ist die Arbeit der Unternehmensmarketingabteilung gleichbedeutend mit Verlagerung nach Fernost, schlechterer Produktqualität bei gleichbleibend hohen Qualitätsversprechungen gegenüber den Kunden. Seine Schreiben kennt die Marketingleitung nicht.

„I: (-- Mhm. (-) Jetzt habe ich mal eine Frage, die ist vielleicht, ich bin einfach neugierig. Sie sagen: „Wir machen Werbung. (B: Mhm.) Marketing. ModeH ist Qualität. (B: Ja.) Passform.“ Sie sagen: „Unsere Aufgabe hier KDA ist sehr wichtig für die Beziehung zum Kunden. (B: Mhm.) (-) Und dann sagen Sie mir, Ihre Marketingabteilung interessiert sich da gar nicht für. Da guckt keiner drauf. #00:16:35-7#

B: Nö. #00:16:36-3#

I: (-) Wie finden Sie das? #00:16:37-9#

B: Gut. #00:16:38-6#

I: Warum? #00:16:40-2#

B: Ich .. ja, weil (-) es ist so, wenn Sie, wenn Sie denn nachher noch so BEVORMUNDET werden, wie sollen wir da schreiben? Und wir haben durch .. #00:16:48-7#“

5. Erste Zwischenüberlegungen

Die ersten Erkenntnisse, die bislang weder im Hinblick auf die spezifischen Unternehmenssituationen bezogen reflektiert sind noch auf den Zusammenhang zu formaler Qualifikation oder individueller Disposition zur Schreibaufgabe, weisen sowohl auf ein weites Spektrum des Selbstverständnisses von Schreibe- und Autorenschaft hin als auch auf komplexe Verständnisse von Schreib- und Kundenbeziehungskompetenzen. Ursprungsberufe scheinen Nebensache. Weder bei tätigkeitsferner noch bei einschlägiger Berufsausbildung und Qualifizierung scheint das Kundens Schreiben thematisiert worden zu sein, noch wird es in der jeweiligen Organisation des Unternehmens besonders aufmerksam betrachtet. Schreiben an Kundinnen und Kunden erscheint als eigene Welt. Schreiben und persönliche Ressourcen sind eng verknüpft. Schreibfähigkeit wird erwartet, nicht gefördert. Kaufmännisch Tätige wie B. und E. erscheinen so als „Selbstversorger“, nutzen „ihre Bordmittel“. Unternehmen profitieren von „ererbter“ Kultur. Einfluss „von oben“ wird als Kontrolle, nicht als Hilfe empfunden. Auch Horst, Catrin und Ute (zwei weitere Teilnehmerinnen) empfinden so.

Die präkonzeptionelle Vermutung, es gäbe in Form eines spezifischen Registers so etwas wie eine „Kundenbeziehungsschriftsprache“ ist der (noch vorläufigen) Erkenntnis gewichen, es stattdessen und vor allem anderen mit „Kundenbeziehungs-Schreibern“ zu tun zu haben, die situativ, wenig oder stark reflexiv agieren und für deren Schreibprozess sich auch die Unternehmen, trotz der hohen Bedeutung für Markenwahrnehmung und Kundenbindung, nur wenig zu interessieren scheinen. Daraus sind berufsbildnerische Handlungsfelder zu erschließen. Kaufmännisches Handeln birgt in diesen Kontexten ein größeres Potenzial an Kreativität in sich, als zuvor vermutet. Oder anders formuliert: Hier wird von den kaufmännisch Tätigen ein individuelles Gestaltungsfeld erlebt, in das hinein man sich auch kein Register diktieren lassen will – darauf weisen die frühen Befunde hin.

Erste Konzeptualisierungen befassen sich mit den verschiedenen Ausprägungen eines personenorientierten Schreibhabitus – ohne den Charakter der Grundlagenforschung durch utilitaristische Überlegungen zu verfremden, lassen sich erste Verwendungstendenzen sowohl für den (weiter auszubauenden) Deutschunterricht in der berufsschulischen Ausbildung von Kaufleuten als auch für das innerbetriebliche Bildungswesen erkennen.

Literatur

- Alta Museum: Atlas Bergkunst – Alta Museum. Online verfügbar unter: <http://www.alta.museum.no/sider/tekst.asp?side=163&meny=ALTAS%20BERGKUNST> (20.11.2016).
- BIBB (2014): Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement. Umsetzungshilfen und Praxistipps. Bonn.
- Breuer, Franz (2010): Reflexive Grounded Theory. Eine Einführung für die Forschungspraxis (Lehrbuch). Wiesbaden.

- Breuer, Franz / Mey, Günter / Mruck, Katja (2011): Subjektivität und Selbst-/Reflexivität in der Grounded-Theory-Methodologie. In: Mey, Günter / Mruck, Katja (Hrsg.): *Grounded Theory Reader*. Wiesbaden, 427–446.
- Brötz, Rainer et al. (2015): Gemeinsamkeiten und Unterschiede der kaufmännischen Ausbildungsberufe. In: Brötz, Rainer / Kaiser, Franz (Hrsg.), 91–106.
- Brötz, Rainer / Kaiser, Franz (Hrsg.) (2015): *Kaufmännische Berufe – Charakteristik, Vielfalt und Perspektiven*. Bonn.
- Bruchhäuser, Hanns-Peter (1989): *Kaufmannsbildung im Mittelalter. Determinanten des Curriculums deutscher Kaufleute im Spiegel der Formalisierung von Qualifizierungsprozessen*. Köln/Wien.
- Damerow, Peter (1981): Die Entstehung arithmetischen Denkens. In: Damerow, Peter / Lefevre, Wolfgang (Hrsg.): *Rechenstein, Experiment, Sprache. Historische Fallstudien zur Entstehung der exakten Wissenschaften*. Stuttgart, 11–113.
- Denzel, Markus (2001): „Wissensmanagement“ und „Wissensnetzwerke“ der Kaufleute: Aspekte kaufmännischer Kommunikation im späten Mittelalter. In: *Das Mittelalter. Zeitschrift des Mediävistenverbandes* 6, 1, 73–90.
- Efing, Christian (2014): Berufssprache & Co.: Berufsrelevante Register in der Fremdsprache. Ein varietätenlinguistischer Zugang zum berufsbezogenen DaF-Unterricht. In: *Info DaF* 4, 415–441.
- Efing, Christian (2015): Berufsweltbezogene kommunikative Kompetenz in Erst- und Fremdsprache – Vorschlag einer Modellierung. In: Efing, Christian (Hrsg.): *Sprache und Kommunikation in der beruflichen Bildung. Modellierung – Anforderungen – Förderung (Wissen – Kompetenz – Text)*. Frankfurt am Main/Bern/Bruxelles/New York/Oxford/Warszawa/Wien, 17–47.
- Ehlich, Konrad (1983): Text und sprachliches Handeln. Die Entstehung von Texten aus dem Bedürfnis nach Überlieferung. In: Assmann, Aleida u. a. (Hrsg.): *Schrift und Gedächtnis. Beiträge zur Archäologie der literarischen Kommunikation (Archäologie der literarischen Kommunikation)* 1, 24–43.
- Engelen, Ute / Erbach, Sabrina / Märker, Juliane (2017): *Geschichte der Schuhindustrie in der Südwestpfalz – regionalgeschichte.net*. Online verfügbar unter: <http://www.wirtschaftsgeschichte-rlp.de/merkmale/schuhindustrie-suedwestpfalz.html> (06.09.2017).
- Engeström, Yrjö (2008): *Entwickelnde Arbeitsforschung. Die Tätigkeitstheorie in der Praxis (International cultural-historical human sciences)*. Berlin.
- Jakobs, Eva-Maria (2005): *Writing at Work. Fragen, Methoden und Perspektiven einer Forschungsrichtung*. In: Jakobs, Eva-Maria / Lehnen, Katrin / Schindler, Kirsten (Hrsg.): *Schreiben am Arbeitsplatz*. Frankfurt, 13–43.
- Kaiser, Franz (2012a): Was kennzeichnet Kaufleute? Ihr berufliches Denken und Handeln aus historischer, soziologischer und ordnungspolitischer Perspektive. In: Faßhauer, Uwe / Fürstenau, Bärbel / Wuttke, Eveline (Hrsg.): *Berufs- und wirtschaftspädagogische Analysen – aktuelle Forschungen zur beruflichen Bildung*. Opladen.
- Kaiser, Franz (2012b): *Sprache – Handwerkszeug kaufmännischer Berufe*. In: *Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis*, 41, 2, 14–17.
- Kaiser, Franz (2013): *Sprache als Kerninstrument des Denkens und Handelns kaufmännischer Angestellter. Forschungsergebnisse aus dem BIBB-Projekt „Gemeinsamkeiten und Unterschiede kaufmännischer Berufe“*. In: *bwp@ Spezial 6 – Hochschultage Berufliche Bildung*. Online verfügbar unter: http://www.bwpat.de/ht2013/ft18/kaiser_ft18-ht2013.pdf (20.05.2017).
- Kaiser, Franz / Brötz, Rainer (2013): *Ordnungsbezogene Berufsforschung am Beispiel der Ordnungsmittelanalyse kaufmännisch-betriebswirtschaftlicher Berufe*. In: Pahl, Jörg-Peter / Herkner, Volkmar (Hrsg.): *Handbuch Berufsforschung*. Bielefeld, 229–239.
- Kaiser, Franz / Brötz, Rainer (2015): *Berufsbildungstheoretische Konzeption der Tätigkeiten und Qualifikationen kaufmännischer Angestellter*. In: *BIBB Bundesinstitut für Berufsbildung (Berichte zur beruflichen Bildung (Hrsg.): Kaufmännische Berufe – Charakteristik, Vielfalt und Perspektiven*. Bielefeld, 49–90.

- Kaiser, Franz / Kock, Anke (2015): Kaufmännische Fortbildungsberufe: Ihre Ziele, ihre Charakteristik und konzeptionelle Reformbestrebungen auf der Basis ihrer Gemeinsamkeiten. In: Brötz/Kaiser (Hrsg.), 127–148.
- Kaiser, Franz / Annen, Silvia / Tiemann, Michael (2017): Business and Administration Occupations – Findings about Differences and Similarities in their Requirements and Mentalities. In: Pilz, Mathias (Hrsg.): Vocational Education and Training in Times of Economic Crisis. Lessons from Around the World. Berlin/New York, 389–406.
- Kirtz, Mary / Reep, Diana (1990): A survey of the frequency, types, and importance of writing tasks in four career areas. In: The Bulletin 4 (LIII), 3–5.
- Leroi-Gourhan, André / Bischoff, Michael (2000): Hand und Wort. Die Evolution von Technik, Sprache und Kunst. Frankfurt.
- Meffert, Heribert / Burmann, Christoph / Kirchgeorg, Manfred (2008): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele. Wiesbaden.
- Papadopoulos, Dimitris (2010): L. S. Wygotski: Werk und Rezeption, o. O.
- Perrin, Daniel (2003): Schreiben. Von intuitiven zu professionellen Schreibstrategien. Wiesbaden.
- Philipp, Maik (2015): Because Writing Matters! (Berufliches) Schreiben und seine effektive Förderung. In: Efung, Christian (Hrsg.): Sprache und Kommunikation in der beruflichen Bildung. Modellierung – Anforderungen – Förderung. Frankfurt am Main, 151–169.
- Pohl, Hans (1989): Die Bedeutung der Kommunikation für Wirtschaft und Gesellschaft. Referate der 12. Arbeitstagung der Gesellschaft für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte vom 22.–25.4.1987 in Siegen. Stuttgart.
- Rauner, Felix et al. (2009): Messen beruflicher Kompetenzen (Bildung und Arbeitswelt). Berlin/Münster.
- Reinisch, Holger (2011): Geschichte der kaufmännischen Berufe. Studie zur Geschichte vornehmlich der deutschen Kaufleute, ihrer Tätigkeiten, ihrer Stellung in der Gesellschaft sowie ihrer Organisation und Qualifizierungsstrukturen von den Anfängen bis zum Ausgang der 19. Jahrhunderts In: BIBB Bundesinstitut für Berufsbildung (Schriftenreihe des Bundesinstituts für Berufsbildung (Hrsg.): Studie zur Geschichte vornehmlich der deutschen Kaufleute, ihrer Tätigkeiten, ihrer Stellung in der Gesellschaft sowie ihrer Organisation und Qualifizierungsstrukturen von den Anfängen bis zum Ausgang der [des] 19. Jahrhunderts, unter Mitarbeit von Mathias Götzl. Bonn.
- Rörig, Fritz (1971): Wirtschaftskräfte im Mittelalter. Abhandlungen zur Stadt- und Hansegeschichte. Böhlau.
- Schapfel, Franz (1995): Kritische Rezeption der sowjetischen Tätigkeitstheorie und ihrer Anwendung. Darmstädter Beiträge zur Berufspädagogik. Alsbach.
- Schapfel-Kaiser, Franz (2008): Beruf und Zeit. Pilotstudie zum Zeiterleben in Erwerbsberufen am Beispiel von Hebammen, Straßenbahnfahrern, leitenden Angestellten und Künstlern. Bonn.
- Tieste, Stefanie (2009): Heinrich von Kleist – seine Werke (Heilbronner Kleist-Materialien für Schule und Unterricht). Heilbronn.
- www.wortwelt.de
- www.wording.de

PROF. DR. FRANZ KAISER

Institut für Berufspädagogik, Universität Rostock, franz.kaiser@uni-rostock.de,
www.ibp.uni-rostock.de/, Tel.: 0049 381 498 2643

HARTMUT REINKE

Azur Dialog Bremen, www.azurdialog.de, reinke@azurdialog.de,
Tel.: 0049 421 79011956