

*Karl Katschthaler*

## **Germanistikunterricht in Ungarn und Deutsch als europäische Lingua franca**

In Zeiten zurückgehender Studentenzahlen und sinkender staatlicher Finanzierung bleibt Universitätsinstituten nichts anderes übrig, als sich nach sogenannten Drittmittelfinanzierungen umzusehen. Natürlich wäre das unter besseren Verhältnissen nicht Aufgabe jedes einzelnen Instituts, sondern eine professionelle Drittmittellukrierungsabteilung der Universität oder der Fakultät würde die Institute und Lehrstühle dabei strategisch, operationell und juristisch unterstützen. Da die Umstände aber nicht so gut sind, wird vom Germanisten zwar erwartet, dass er Drittmittel auftreibt, es bleibt ihm aber ganz alleine überlassen, wie er das anstellt. Die eine Möglichkeit der Drittmittelfinanzierung ist ihm wohl bekannt, da findet er sich ganz gut zurecht und es gelingt ihm auch immer wieder einmal, an solche Gelder heranzukommen. Es handelt sich dabei um die Forschungsförderung der öffentlichen Hand auf staatlicher und Unionsebene bzw. von verschiedenen Stiftungen. Von der anderen Möglichkeit, nämlich von der Zusammenarbeit mit der Privatwirtschaft, hat der Germanist natürlich auch schon gehört, doch neigt er, wohl nicht ganz zu Unrecht, dazu zu denken, dass andere Fächer in diesem Bereich bessere Chancen hätten. Was könnte die Privatwirtschaft an germanistischer Forschung oder an einem Germanistikstudium interessieren? Da fällt dem Germanisten gewöhnlich nicht viel ein. So lange die staatliche Finanzierung ausreicht, kann er sich auf die Position zurückziehen, dass es um die Unabhängigkeit von Forschung und Lehre sowieso besser bestellt sei, wenn es zu keinen Verhandlungen eines Universitätsinstituts mit der Wirtschaft kommt. So zeigt dann der Germanist nicht viel Initiative, wenn es darum geht, Partner in der Privatwirtschaft zu suchen, die auch einen finanziellen Beitrag für Forschung und/oder Lehre zu leisten bereit sind.

Wenn dann aus eigener Initiative ein solcher Partner auftaucht, wenn dieser anscheinend Wert darauf legt, einen Teil seiner zukünftigen MitarbeiterInnen unter GermanistikstudentInnen zu rekrutieren, wenn er bereit ist, über einen längeren Vertragszeitraum eine nennenswerte Summe zur Finanzierung einer Ausbildung beizusteuern und damit Arbeitsplätze von GermanistInnen an der Universität zu sichern, dann hat der Germanist zunächst das Gefühl in der Lotterie gewonnen zu haben. Aber es stellen sich natürlich auch Fragen: Hat die Ausbildung, die sich die Firma erwartet, noch irgendetwas mit Wissenschaft zu tun? Ist das Niveau einer universitären Ausbildung würdig? Bleiben wir in unseren didaktischen und fachlichen Entscheidungen unabhängig? Können wir unseren StudentInnen eine Beratung geben, die nicht nur die Corporate Identity der Firma,

sondern ein möglichst realistisches Bild der Arbeit und der Arbeitsumstände vermittelt? Viele dieser und ähnlicher Fragen berühren den ethischen Bereich und sind daher gewichtige Fragen, die ebenso schwer in die Waagschale fallen wie die Frage der Sicherheit des eigenen Arbeitsplatzes und der Arbeitsplätze der KollegInnen. Diese Fragen sind komplex und daher nicht einfach und allgemein, sondern nur differenziert und auf den konkreten Einzelfall bezogen zu beantworten.

In unserem Fall ist die Firma IT-Services (der Name ist sprechend: IT-Services ist genau das, was diese Dienstleistungsfirma anbietet) an das Institut mit dem Wunsch herangetreten, dass wir einen Teil der Ausbildung ihrer potentiellen, zukünftigen MitarbeiterInnen übernehmen. Selbstverständlich handelt es sich dabei um den fremdsprachlichen Teil der Ausbildung, die Firma hat nach eigener Aussage großen Bedarf an sehr gut Deutsch sprechenden Arbeitskräften. Nach langwierigen Verhandlungen und Abwägung aller oben gestellten Fragen haben wir einen Kooperationsvertrag mit der Firma abgeschlossen, der uns verpflichtet, eine Spezialisierung innerhalb des BA-Studiums anzubieten, die spezielle IT-bezogene Sprachkenntnisse und grundlegende IT-Kenntnisse in deutscher Sprache vermittelt. Wichtig dabei ist, dass wir selbst über fachliche Inhalte und didaktische Vermittlung entscheiden und vor allem, dass die Absolventen dieser Spezialisierung keinerlei Verpflichtungen einzugehen haben. Was wir in Kauf nehmen müssen, ist das Banner der Firma auf unserer Homepage, ihr Logo auf unseren Institutsbroschüren und ab und zu einmal eine Werbeveranstaltung, die sich an potentielle Mitarbeiter unter den StudentInnen richtet. Damit können wir leben. Freilich bleiben wir wachsam und holen kontinuierlich Feedbacks unserer AbsolventInnen ein, die bei dieser Firma arbeiten, nicht weil wir krankhaft misstrauisch wären und auch nicht, weil wir von der Privatwirtschaft von vornherein nur das Schlimmste annehmen würden, sondern weil wir uns unserer ethischen Verantwortung für unsere AbsolventInnen bewusst sind.