

Prüfung intra- und transkulturelle Kommunikation

Termin: März 2013

Der Ausgangstext ist am 27.1.2013 im *Handelsblatt* erschienen.

(<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/management/strategie/work-life-balance-die-entmystifizierung-des-workaholics-seite-all/7690550-all.html>).

Bearbeiten Sie die folgenden Aufträge auf Basis der Informationen des Ausgangstextes. Achten Sie auf eine adäquate Textgestaltung in Hinblick auf Textsorte, Zielpublikum, Verwendungszweck usw. der Zieltexte.

Auftrag 1 – Textproduktion A-Sprache/-Kultur (ca. 250 Wörter):

Eine Unternehmensberatungsfirma hat sich auf die Veränderungen im Freizeitverhalten spezialisiert. Dieses Know-how bietet sie Hotelbetrieben der gehobenen Kategorie in einem Land Ihrer A-Sprache/-Kultur an. In einem Brief wirbt die Unternehmensberatungsfirma für ihre Beratungsseminare über die „Feierabend-Industrie“, die viele neue Geschäftschancen bietet. Verfassen Sie diesen Brief, dem auch ein Folder über das aktuelle Seminarprogramm beigelegt wird, auf Basis der Informationen aus dem Ausgangstext.

Auftrag 2 – Textproduktion B-Sprache/-Kultur (ca. 250 Wörter):

Ein Studierenden-Magazin an einer Universität für Wirtschaftswissenschaften in einem Land Ihrer B-Sprache/-Kultur bringt einen Artikel, der über den neuen Trend „Feierabendkultur“ berichtet und auch die Zukunftsperspektiven dieses neuen Verständnisses von Arbeit und Freizeit aufzeigt. Verfassen Sie diesen Artikel auf Basis der Informationen im Ausgangstext.

Auftrag 3 – Textproduktion C-Sprache/-Kultur (ca. 250 Wörter):

Internationale ManagerInnen aus einem Land Ihrer C-Sprache/-Kultur, die in Deutschland eine Stelle antreten, werden im Rahmen einer Broschüre über den Lebensstil in Deutschland informiert. Im Kapitel „Neue Trends“ gibt es auch einen kurzen Abschnitt über aktuelle Entwicklungen. Verfassen Sie auf der Basis der Informationen im Ausgangstext diesen Abschnitt zum Thema „Feierabend-Kultur“ – ein Trend, der das stereotypische Bild der deutschen Workaholics in Frage stellt.

Ausgangstext (845 Wörter):

WORK-LIFE-BALANCE

Die Entmystifizierung des Workaholics

von Anne Kunze

In Deutschland scheint eine Trendwende begonnen zu haben: Die Deutschen arbeiten weniger und faulenz mehr – und geben das auch noch zu. Die Feierabend-Industrie boomt.

Düsseldorf Man findet sie im Zug, zum Beispiel im ICE um 19.06 Uhr von Hamburg nach Berlin: die Feierabendmacher. Pendler, die Telefone, Tablets und Computer schon ausschalten, bevor das Netz kurz hinter Bergedorf zusammenbricht. Sie klappen die Lehne zurück, setzen die großen Kopfhörer auf und schließen die Augen. Sie holen sich eine Flasche Rotwein aus dem Bordrestaurant. Sie kennen sich nicht, aber sie plaudern über die politische Lage oder darüber, was gerade im Kino läuft – bloß nicht über die Arbeit. In Berlin trennt man sich ohne Aufhebens wieder voneinander. Es geht nicht um langfristige Bekanntschaften. Es geht um den Feierabend-Moment.

Feierabend ist ein urdeutsches Wort, es gehört zum Gefühlshaushalt der Nation wie Pietismus und Gemütlichkeit. Was dazu zählt und was nicht, wechselt ständig – und es sagt viel über die Deutschen, ihr Verhältnis zur Arbeit und ihr Verhältnis zu sich selbst. Derzeit findet ein überraschender Wandel statt: die Deökonomisierung des Feierabends. Das ist zunächst nicht offensichtlich, denn wie misst man, was sich nicht messen lässt, wie misst man das Nichts, die Abwesenheit von etwas?

Mit Beginn des Industriezeitalters entstand die Sehnsucht nach einem Gegenbild zur Arbeitswelt. Städter gründeten Wander- und Alpenvereine oder wenigstens eine Kleingartenkolonie. Millionen zogen an den Stadtrand, um Arbeit und Freizeit räumlich möglichst weit voneinander zu entfernen. Bis die Idee aufkam, Arbeit und Freizeit müsse man nicht trennen, das sei auch gar nicht mehr möglich. Doch wie es aussieht, verliert diese Idee schon wieder an Strahlkraft, in der Geschichte der Industrialisierung wäre sie dann nur ein Wimpernschlag gewesen. Denn eine wachsende Zahl von Menschen schottet sich nach der Arbeit von der Arbeit ab, strebt ins Freie.

Wöchentliches Bad im Salzwasser

Ein erster Indikator ist die Feierabend-Industrie selbst, die vom Trend zum Nichtstun erfasst wird. Günter Kraushaar schwebt jeden Freitagabend. „Dieses Gefühl der Schwerelosigkeit kenne ich sonst gar nicht“, sagt der 45-jährige Unternehmensberater über sein wöchentliches Bad im Salzwasser. Also besucht Kraushaar freitagabends das Floating-Studio, ganz egal, was sonst so um ihn herum los ist, er schwebt, danach lässt er sich massieren, im „Verwöhnpaket“ zu 119 Euro.

Kraushaar ist ein eifriger Kunde der Feierabend-Industrie. Die ist mit der Industrialisierung entstanden und errichtete als Gegenwelt zur Arbeit Plärierkasernen, Amüsierbetriebe und Kinopaläste. Sie ist stetig gewachsen. Seit alle davon sprechen, wie gestresst sie sind, tritt sie mit neuen Imperativen auf den Markt: Entspannt euch! Erholt euch! Entschleunigt! Man kann sich riesige Couchlandschaften – angepriesen als „Ruheoasen“ – ins Wohnzimmer stellen,

sich überdimensionale Mützen aus Plüsch kaufen, unter denen man in der S-Bahn schläft. Heute zahlen Menschen auch für den totalen Entzug, den Aufenthalt im Hotel ohne WLAN zur digitalen Entgiftung. Zu beobachten ist die Wende weg von der Aktivität sogar bei Facebook, wo das jahrelange Insistieren des Mediums – „Was machst du gerade?“ – sich jüngst aufgeweicht hat zu einem „Wie fühlst du dich?“

Fabrice Schmidt ist ein Unternehmer der Feierabend-Industrie, 2003 hat er mydays gegründet, die erste Firma, die vor allem Gutscheine für Erlebnisse verkauft. Das war eine gute Geschäftsidee. „Es gab so viel Kreativpotenzial, aber niemanden, der es nützt“, sagt er. [...] Noch 2009 „wollten die Leute einmalige Erlebnisse mit extremem Ursprung“. Bungee-Jumping, mit dem Quad durch die Wildnis brettern. Aber heute, nur drei Jahre später, verkauft er „zu 80 Prozent weiche Themen“. Weiche Themen, das sind Schlafen, Entspannung. Dinner bei Kerzenlicht, Feierabend mit Kochkurs, Weinseminar, Massage, Floating. [...]

Neue Generation fordert mehr Freiräume

Die sogenannte Generation Y, unter 35-Jährige, die sich mit ihrer Forderung nach Freiräumen den gradlinigen Karrierewegen ihrer Eltern verweigern, drängt auf den Arbeitsmarkt. Sie sind in jedem Bereich der Wirtschaft, in allen Unternehmen zu finden. Karriere kommt für sie nur infrage, wenn sie dafür nicht das aufgeben müssen, was sie glücklich macht. Nach den ersten Studien, die es über sie gibt, arbeiten sie im Schnitt zwei Stunden weniger als ihre älteren Kollegen und nehmen sich viel Zeit für ihre sozialen Kontakte – und klagen seltener über Stress.

Es sind Menschen wie Mareike Neukam. Sie ist 31, hat studiert in einer Zeit, in der alle um sie herum panisch ein Praktikum nach dem nächsten gemacht und davon geredet haben, dass die Zeiten prekär seien. Trotzdem hat Mareike Neukam nun einen unbefristeten Vertrag – als Lektorin in einem Verlag. Genau so, wie sie es wollte. Ein Job, der für sie keinen Sinn hat, käme überhaupt nicht infrage. Sie lektoriert Manuskripte, betreut Autoren, entwickelt Themen. Dass sie das nicht bis in den späten Abend hinein tut, dafür sorgt auch ihr Arbeitgeber. „Um sieben ist es weitgehend leer“, sagt Neukam, auch das hat ihr am Verlag gefallen, „dass es keine sinnlosen Präsenzzeiten gibt, wenn die Arbeit erledigt ist“. Solche Menschen gab es vereinzelt schon vorher. Aber jetzt sind sie zu einer kritischen Masse geworden: Nach einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung machen sie bereits 30 Prozent der Berufstätigen aus – das sind mehr als diejenigen, die sich jeweils nur auf den Beruf, nur auf die Familie und nur auf sich selbst konzentrieren. Diese Generation Y wird unsere Arbeitswelt verändern.