

Literacy for Entrepreneurship

Projektdauer
2016–2019

Finanzierung
Schweizerischer
Nationalfonds

**Literacy for
Entrepreneurship**
Ein Projekt des
Forschungs- und
Arbeitsbereichs
DaF/DaZ mit dem
European Literacy
Network

Wenn Berufsleute sich selbstständig machen, brauchen sie nicht nur Geschäftssinn und fachliches Know-how, sondern auch kommunikative Kompetenzen; sie müssen z. B. schwierige rechtliche Texte verstehen, mit Kunden, Lieferanten, Behörden und Kreditinstituten schriftlich kommunizieren oder für ihre Produkte im Web und auf Social Media werben können.

In der Schweiz sind neu gegründete Firmen vor allem Klein(st)unternehmen. Ein Grossteil dieser Neugründungen findet in gewerblichen und handwerklichen Branchen statt, die verglichen mit anderen wenig wissens- und kapitalintensiv sind. Häufig sind Personen mit abgeschlossener Berufslehre in diesen Branchen tätig. Auch der Anteil an Personen mit Migrationshintergrund ist hier relativ hoch. Für diese Gruppe stellen die sprachlichen Anforderungen eine zusätzliche Barriere dar. Die im Rahmen der Unternehmensgründung und -führung nötigen sprachlichen Anforderungen sind bislang noch wenig erforscht. Das Projekt untersucht deshalb, welche Lese- und Schreibkompetenzen für die Gründung und Führung eines Klein(st)unternehmens wichtig sind.

Ziele

Ziele des Projekts sind,

- die wichtigsten Texte bzw. Textsorten zu eruieren, die bei der Unternehmensgründung und -führung gelesen und geschrieben werden müssen,

- die Merkmale dieser Texte zu analysieren,
- die Qualität geschriebener Texte vor, während und nach der Unternehmensgründung zu definieren und zu messen,
- die wichtigsten unternehmerischen Sprachkompetenzen darzustellen
- und daraus den Sprachförderbedarf für die Unternehmensgründung und -führung abzuleiten,
- Empfehlungen für die Praxis zu formulieren.

Methode

- Interviews mit Klein(st)unternehmerInnen, Vertretern von kantonalen und nationalen Berufsverbänden, kantonalen Fachstellen, Vereinen zur Start-up-Unterstützung
- Online-Befragung von Klein(st)unternehmerInnen
- Korpus: Sammlung von Texten (in elektronischer Form), die von Klein(st)unternehmerInnen gelesen und geschrieben werden
- Sprachliche Analyse der Texte (mit elektronischen Hilfsmitteln)
- Beurteilung der Qualität der geschriebenen Texte durch ExpertInnen

Projektergebnisse

- Im Umgang mit schriftlichen Texten werden UnternehmerInnen vor allem vom persönlichen Umfeld unterstützt.

**Berufliche
Integration
durch Sprache**



- Texte, die vor, während und nach der Unternehmensgründung gelesen und geschrieben werden müssen, unterscheiden sich im Hinblick auf ihre linguistischen Merkmale (z.B. Komplexität, Fachvokabular, Muster) stark voneinander.
- Die wichtigsten Texte bzw. Textsorten im Kontext der Unternehmensgründung sind: Verträge, Informationstexte und Webseiten von Behörden, Mails und Briefe von/an Behörden und Finanzinstitute.
- Die wichtigsten Texte bzw. Textsorten bei der Führung eines Unternehmens sind: Korrespondenz mit Behörden und Finanzinstituten, Kunden und Lieferanten sowie Mitarbeitenden, Offerten an Kunden.
- Für die wichtigsten Texte bzw. Textsorten wurde der charakteristische Wortschatz, der typische Aufbau und die typischen Textmuster beschrieben.

Kommunikative Kompetenzen im Kontext von Entrepreneurship

Ausgehend von den Projektergebnissen wurde ein Katalog von 26 Entrepreneurship-bezogenen Kompetenzen erarbeitet, die im Kontext der beruflichen Bildung und Entrepreneurship-Programmen zu fördern sind, zum Beispiel:

Entrepreneurs können

- Sachverhalte sprachlich unpersönlich und sachorientiert darstellen, z. B. ihre Marktvorteile,
- Sachverhalte kurz und prägnant in einfachen Sätzen darstellen, z. B. ihr Produkt- oder Dienstleistungsangebot,
- Amts-/Behördensprache verstehen, z. B. um sich über Rechte und Pflichten im Kontext von Entrepreneurship zu informieren,
- sprachliche Stilebenen sach- und adressatengerecht und mediumgerecht gebrauchen, z. B. in einem Antwortschreiben an Kunden oder in einem Facebook-Post,
- Internet und Social Media als Kanäle der Unternehmenskommunikation nutzen, z. B. im Sinn des Unternehmens- oder Produktmarketings,

- multimodale Konzepte der Kommunikation (Fotos in Kombination mit Texten) einsetzen, z. B. um ihre Produkte oder Dienstleistungen auf Facebook anzubieten.

Empfehlungen für die Praxis

Kommunikative Kompetenzen sind laut Klein(st)unternehmerInnen und BerufsverbandsvertreterInnen essentiell für den Zugang zur Selbstständigkeit sowie für die Bewältigung von Aufgaben beim Prozess der Gründung und Führung eines Unternehmens. Die Projektergebnisse zeigen die Komplexität und Variation der sprachlichen Handlungen im Kontext von Entrepreneurship. Dennoch werden angehende Entrepreneurs wenig und nur unsystematisch sprachlich unterstützt. Daher empfehlen wir die Entrepreneurship-bezogenen kommunikativen Kompetenzen in der beruflichen Bildung, höheren Fachbildung sowie in Entrepreneurship-Programmen und Coachings zu fördern. Für den Erwerb dieser Kompetenzen eignen sich authentische didaktische Szenarien aus dem Unternehmensumfeld, inklusive sprachliche Übungen, die gezielt den Aufbau der nötigen sprachlichen Ressourcen unterstützen.

Projektteam

Prof. Dr. Liana Konstantinidou

Co-Leiterin, Institute of Language Competence;
Professorin für Deutsch als Fremd- und Zweitsprache

Prof. Dr. Joachim Hoefele

Professor für Deutsch als Fremd- und Zweitsprache

Elsa Liste Lamas, M. A.

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Alex Rickert, lic. phil

Dozent Pädagogische Hochschule Zürich

Brittany Rodriguez, M. A.

Wissenschaftliche Assistentin

Kontakt

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Departement Angewandte Linguistik
ILC Institute of Language Competence
Forschungs- und Arbeitsbereich Deutsch als Fremd- und Zweitsprache
Theaterstrasse 17, 8401 Winterthur, Schweiz
liana.konstantinidou@zhaw.ch, www.zhaw.ch/ilc