

IDV-Arbeitstreffen in Lübeck 27.07. – 01.08.2015  
zum Thema *Sprachenpolitisches Agieren von Verbänden*

## **Wirkungsvolle Argumente für Deutsch<sup>1</sup>**

Hans-Jürgen Krumm, Anne Pritchard-Smith (beide Universität Wien)

Ziel des Workshops war es, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern Anregungen zu geben, wie sie mit ihren Verbänden sprachpolitisch aktiv werden können, um zu zeigen, dass es lohnt, Deutsch zu lernen: Wie lassen sich Regierung und Bildungsverwaltung, die Schulleitung, die Eltern und die Öffentlichkeit gewinnen, um Deutsch zu fördern bzw. zu wählen.

Auf der Grundlage von vorhandenen Projekten wie insbesondere dem IDV- Wettbewerb „99 Gründe für Deutsch“ (IDT Bozen 2013) ging es um die Erarbeitung von kleinen Szenarien, mit denen im eigenen Land, im jeweiligen Verband für Deutsch geworben werden kann.

Angefangen bei den eigenen Gründen der TeilnehmerInnen, die zur Wahl von Deutsch geführt hatten, wurden in vier Arbeitseinheiten Argumente, Strategien und Projekte erarbeitet:

### **1. Weshalb Deutsch?**

Viele der wichtigsten Gründe lassen sich in drei Argumentengruppen zusammenfassen:

1. Deutsch ist eine starke Welt(wirtschafts)sprache
2. Deutsch ist die zentrale europäische Sprache
3. Deutsch ist eine starke Kultur- und Wissenschaftssprache

Es wäre aber falsch, für das Erlernen der deutschen Sprache nur Nützlichkeitsabwägungen ins Feld zu führen. Viele Menschen lernen auch deshalb Deutsch, weil sie neugierig auf den deutschsprachigen (Kultur)Raum sind, weil sie persönliche oder fachliche Beziehungen zu den deutschsprachigen Ländern haben, oder auch, weil die deutsche Sprache mit interessanten Wortbildungen, einer nicht immer einfachen Grammatik sie lockt.

### **2. Wie lassen sich wirkungsvolle Gründe für Deutsch finden?**

Drei Möglichkeiten wurden in dem Workshop betont:

1. Direkte Nachfragen bei den Lernenden und/oder ihren Eltern, zum Beispiel in Form eines Wettbewerbs (IDV „99 Gründe“): Hier sind die Lehrerinnen und Lehrer die wichtigsten Auskunftspersonen
2. Bedarfserhebungen und Umfragen, auch bei Firmen: Hier können Verbände und Mittlerinstitutionen aktiv werden. Das kann aber auch ein Thema für Abschlussarbeiten im jeweiligen Land sein.
3. Man kann den Bedarf aber auch „wecken“, z.B. indem Erfolgsgeschichten oder bekannte öffentliche Personen zu ihren Erfahrungen zu Deutsch befragt und öffentlich vorgestellt werden.

---

<sup>1</sup> Im Plenum der Arbeitstagung werden zwei TeilnehmerInnen, Ana Bakuradze aus Georgien und Mohammed Satour aus Marokko, den Workshop und seine Ergebnisse aus der Sicht der Teilnehmenden präsentieren.

Sprachenpolitische Forderungen finden umso mehr Gehör, je mehr sie durch Fakten (Bedarf der Wirtschaft, Wünsche von Eltern) und Zahlen untermauert werden.

### 3. „Marketing“ für Deutsch

Um für Deutsch zu werben, braucht man Verbündete:

- Die Schüler und ihre Eltern
- Die Schulleitung
- Die Medien (Pressearbeit!)
- Politiker (die man ansprechen muss)
- Ehemalige: Erfolgreiche ehemalige Schülerinnen und Schüler können als attraktive Werbeträger für Deutsch in Aktionen einbezogen werden.

Als Beispiele wurden besprochen:

- Deutschwagen-Kampagnen in verschiedenen Ländern
- Fahrrad-Projekt des Österreich-Instituts
- Aktivitäten von Verbänden im Rahmen des Europäischen Tages der Sprachen bzw. ähnlicher Sprachentage in vielen Ländern

Projekte können von kleinen, schul- bzw. universitätsbezogenen eintägigen bis zu längerfristigen Aktionen reichen, je nach Partnern und Ausgangslage.

Als wichtige Aspekte wurden festgehalten

- die Qualität des Deutschunterrichts sichtbar machen (LehrerInnen bzw. SchülerInnen auszeichnen, Wettbewerbe durchführen)
- SchülerInnen einbeziehen und deren Potenziale sichtbar machen
- Aktionen zusammen mit Verbänden anderer Sprachen durchführen (Deutsch im Kontext von Mehrsprachigkeit)
- Erste Kontakte zu Deutsch ermöglichen (Schnupperkurse)

Im Rahmen des Workshops wurde von einer Teilnehmerin eine digitale PINNWAND eingerichtet, auf der erste Beispiele und links zu Argumentationshilfen abgerufen bzw. zusätzliche Anregungen hochgeladen werden können: [www.deutausges.de/idv-pinnwand](http://www.deutausges.de/idv-pinnwand)

Die Workshop-TeilnehmerInnen bitten den IDV, diese Pinnwand auch auf die IDV-Homepage zu übernehmen, damit sie auch langfristig über die Arbeitstagung hinaus von allen Verbänden genutzt werden kann.

Wir laden alle ein, eigene Ideen und Projekte hier zu veröffentlichen.

### 4. Sprachenpolitische Projekte „Wirkungsvolle Argumente für Deutsch“

Im Rahmen des Workshops ist zum einen eine Ideensammlung entstanden, zum anderen haben die 26 TeilnehmerInnen des Workshops insgesamt 21 Projekte konkreter ausgearbeitet, die sie in ihre Verbände mitnehmen und nach Möglichkeit umsetzen wollen; einige der beschriebenen Projekte wurden bereits begonnen.

Die Projekte sind nach den folgenden Aspekten beschrieben:

1. An wen richtet sich der Projektvorschlag: Verband, eigene Institution, eigenes Projekt der vorschlagenden Person
2. Welche Ziele sollen mit dem Projekt erreicht werden
3. Was konkret wird gemacht (Dauer, Beteiligte, Inhalte)
4. Welche Effekte soll das Projekt bewirken

Die Projekte werden im Anschluss an die Tagung zusammengestellt und dann allen über die Pinnwand zugänglich gemacht. Eine Erweiterung dieser Vorschläge ist erwünscht. Sie sollen zum Nachmachen oder auch Mitmachen anregen.