

-listen. Hinzu kommen außerdem eine Vielzahl von farbigen Zeichnungen und Fotos. Auf den erwachsenen Lerner, an den sich das Buch ja richtet, könnte so viel Farbe und das Übermaß an Illustrationen leicht abschreckend wirken.

Trotz aller Kritik ist *Chinesisch erleben – Leben in China* zum raschen Erlernen chinesischer Kommunikationsfähigkeit geeignet. Wer mit diesem Lehrbuch einen Sprachkurs absolviert hat, ist in der Lage, einfache Gespräche in verschiedenen Alltagssituationen zu führen. Der vorliegende Band ist für Intensivkurse in Vorbereitung auf einen Chinaaufenthalt oder Volkshochschulkurse gut geeignet. Für Hochschulkurse ist das Lehrbuch allerdings nur bedingt einsetzbar.

Katrin Buchta

Zhang Hong / Yue Wei (Hg.): **Chinesisch erleben – Berufskommunikation in China.** 体验汉语——商务篇 *Tīyàn Hànyǔ. Shāngwù piān.* Beijing: Gaodeng Jiaoyu Chubanshe, 2006. 1. Auflage. 125 S. + 1 CD. 58 Yuan RMB (Lehrbuch und CD), ISBN 7-04-020324-3.

Für die Arbeit mit dem Lehrbuch *Berufskommunikation in China* sind Grundkenntnisse in modernem Chinesisch von ca. 160 Unterrichtsstunden erforderlich. Ziel des Lehrbuches ist es, Grundstufenkenntnisse und Geschäftschinesisch zu verbinden, um so den Wünschen berufstätiger Lerner nachzukommen (S. ii). In 60-80 Unterrichtsstunden will das Lehrbuch moderne chinesische Geschäftssprache vermitteln. Die 12 Einheiten mit authentischen Geschäftssituationen behandeln ein breites Spektrum von Themen: Vorstellung und Kennenlernen, Organisationsstruktur, Tagesplanung, Ortsangaben, Geschäftsbankett, Arbeit im Internet, Marketing, Finanzverwaltung, Consulting, Management-Strategien, Unternehmenskultur, sozialer Beitrag von Unternehmen. Zum (Geschäfts-)Alltagsbezug tragen auch die zahlreichen Fotos und Abbildungen bei.

Jeder Einheit vorangestellt ist das Lernziel und als Motto eine auf das Thema bezogene Redewendung, deren Übersetzung und Erklärung sich im Anhang des Lehrbuches findet. Die Einheiten beginnen mit einer Vokabelliste und Liste von Eigennamen. Dort sind z. B. auch Firmennamen und zugehörige Firmenlogos aufgenommen. Unter der Überschrift "Schlüsselwörter und -sätze" werden die wichtigsten Redemittel zum Thema mit Beispielsätzen aufgeführt. Darauf folgen im zweiten Teil der Einheit zahlreiche Hörübungen, ein kurzer praxisorientierter Dialog und Sprechübungen dazu. Die Dialoge werden durchgängig in Schriftzeichen und *Pinyin* wiedergegeben, gefolgt von einer deutschen Übersetzung. Zu den Stärken dieses Bandes gehören die sehr guten Hörübungen. Der Lerner

muss beispielsweise über die Richtigkeit von Aussagen entscheiden oder vorgegebene Sätze und Übersichten durch das Gehörte ergänzen. In die Dialoge sind in einigen Einheiten Anmerkungen zur Grammatik eingefügt. Ein separater Grammatikteil ist auch in diesem Band nicht vorhanden, was aber keinesfalls negativ zu bewerten ist. Das Lehrbuch orientiert sich konsequent an den in Grundstufenkursen vermittelten Grammatikkenntnissen.

Der dritte Teil jeder Einheit trägt die Überschrift "Geschäftsaufgaben". Dazu gehören Rollenspiele, in denen das in der Einheit Gelernte angewendet werden soll. Die Aufgabe unter dem Titel "Geschäftswelt erleben" fordert die Kreativität des Lerner: So müssen z. B. Visitenkarten (Einheit 1) und Internetauftritte (Einheit 6) entworfen oder Telefonanrufe (Einheit 4 und 5) getätigt werden. Die Übungen sind praxisnah und handlungsorientiert. Allerdings stellt sich die Frage, ob der Lerner wirklich Marketingprojekte eines Automobilunternehmens vorstellen (Einheit 6) oder sinnvolle Wachstumsstrategien für ein Unternehmen entwickeln (Einheit 10) kann.

Den Abschluss jeder Einheit bilden Zusatzinformationen in Form eines Lesetextes sowie eine Liste zusätzlicher Vokabeln. Hervorzuheben ist hier die Vielfalt der Textsorten, so findet man u. a. eine Internetseite (Einheit 6), einen Fragebogen (Einheit 7) oder ein Einladungsschreiben (Einheit 12). Gleichwohl erscheinen die Texte vor allem in den ersten Einheiten des Lehrbuches ein wenig zu schwierig, so dass die Gefahr besteht, dass der Lerner sich hier die zusätzlichen Informationen aus den deutschen Übersetzungen, die es zu fast allen Texten gibt, beschafft. Es fällt leider auch auf, dass in den Lesetexten oft Vokabeln verwendet werden, die erst einige Einheiten später eingeführt werden (z. B. taucht der Firmenname Nokia bereits im Zusatztext von Einheit 3 auf, wird aber erst in Einheit 9 als Eigenname eingeführt).

Die deutsche Übersetzung bedarf an einigen Stellen der Überarbeitung, so werden innerhalb der Arbeitsanweisungen zu einer Aufgabe sowohl "du" als auch "Sie" verwendet, Mishima Akira 三島明 heißt plötzlich Lars Breuner und die Bank of China wird zu China Bank. Außerdem sollte sich die Übersetzung des Einladungsschreibens in Einheit 12 an der deutschen Textsortenkonvention orientieren.

Zum Anhang des Lehrbuches gehören neben den Erklärungen der Redewendungen die Transkription aller Hörtexte, ein nach Lektionen geordneter Vokabelindex (einschließlich der Zusatzvokabeln), ein Index der Eigennamen sowie 100 sehr gute Beispielsätze zur alltäglichen Geschäftssprache. Diese Sätze stammen zum großen Teil aus den Hörübungen des Lehrbuches und finden sich auch vollständig auf der Audio-CD zum Buch.

Alles in allem ist *Chinesisch erleben – Berufskommunikation in China* eine gelungene Einführung in die chinesische Geschäftssprache. Dadurch, dass das Lehrbuch bewusst auf Kommunikation ausgerichtet ist, werden dem Lerner in kurzer Zeit Erfolgserlebnisse verschafft. Zum Selbststudium von berufstätigen

Lernern ist das Buch nur teilweise geeignet, da eine Überprüfung der Kommunikationsaufgaben nicht möglich ist. *Berufskommunikation in China* bietet sich zum Einsatz in Intensiv- oder Firmenkursen an oder als Ergänzung in Wirtschaftschinesisch-Kursen an Hochschulen.

Katrin Buchta

Beppler-Lie, Marie-Luise/Wu Jianhong: **Business Chinesisch. Sprache und Kultur für die Geschäftsreise**. Ismaning: Hueber, 2006, 1. Auflage. 144 S. + 1 CD. 24,95 €. ISBN-10: 3190054088, ISBN-13: 978-3190054084.

Mit Marie-Luise Beppler-Lie und WU Jianhong haben zwei als Sprachlehrer erfahrene, namhafte Autoren aus der Sparte chinesischer Sprachlehrwerke für den Hueber-Verlag einen aus Textband und CD bestehenden Sprachführer Business Chinesisch zusammengestellt. Der Untertitel "Sprache und Kultur für die Geschäftsreise" und das Vorwort verraten, dass die vorliegende Veröffentlichung auch als kleiner Kulturführer verstanden werden möchte.

"Der Sprachführer Business Chinesisch von Hueber vermittelt den für berufliche Situationen relevanten Wortschatz sowie wertvolles interkulturelles Wissen. Er richtet sich an Geschäftsleute mit und ohne Vorkenntnisse, die sich auf eine Reise oder einen längeren Aufenthalt in China vorbereiten." (S. 4)

Das Buch gliedert sich in vier Abschnitte unterschiedlichen Umfanges. Drei Teile widmen sich den Themenbereichen Sitten und Gebräuche (A), typische Sprechansätze (B) und Situationen (C), wobei Teil C laut Verfasser die fünf für den Verlauf einer Geschäftsreise typischen Etappen einschließt. Im Anhang finden sich eine einundzwanzigseitige Wörterliste mit gut 530 Einträgen, eine kleine Sprachkunde mit Erläuterungen zur latinisierten Transkription *Hanyu pinyin*, zur Tonalität, zum Aufbau der Schriftzeichen und zur Elementargrammatik. Der Lerner erfährt außerdem Nützliches zum Aufbau der Grund- und Ordinalzahlen sowie die korrekte Gestik zur Verdeutlichung der Zahlen. Dies wird ergänzt durch eine kurze Erläuterung eines für westliche Sprachen ungewöhnlichen Phänomens, nämlich des obligatorischen, zwischen Zahl und/oder Demonstrativpronomen gestellten Zählheitwortes. Zudem gibt es eine kleine Tabelle mit Maßeinheiten und den wichtigsten traditionellen Feiertagen.

Aus oben angeführtem Zitat wird auch die Zielgruppe der Publikation deutlich: Lernende der Niveaustufe A1 und schwächer.

Teil A – ein reiner, zur Lektüre gedachter Informationsabschnitt ohne Audio-Material – klärt auf sehr informative, jedoch nicht überfrachtende Weise über Mimik und Gestik auf, erläutert Namens- und Anredekonventionen, Konventio-