

# **Sprachliches Handeln in der deutsch- spanischen Wirtschaftskommunikation**

**Eine interkulturelle pragmalinguistische Analyse**

Inauguraldissertation

zur Erlangung des akademischen Grades

eines Doktors der Philosophie

der Universität Mannheim

**vorgelegt von**

**Carla Seeger**

eingereicht am 23.08.2024

Dekanin: Frau Prof. Dr. Cornelia Ruhe

Erstgutachter: Herr Prof. Dr. Johannes Müller-Lancé

Zweitgutachterin: Frau Prof. Dr. Kathrin Siebold

Disputation: 13.12.2024

## **Danksagung**

Die vorliegende Arbeit entstand im Rahmen meiner Tätigkeit als akademische Mitarbeiterin am Romanischen Seminar der Universität Mannheim. Mein erster Dank gilt meinem Doktorvater Prof. Dr. Johannes Müller-Lancé für die Betreuung dieser Arbeit, seine Offenheit für das Thema, die vielen wertvollen Hinweise und seine kontinuierliche Unterstützung. Bei Prof. Dr. Kathrin Siebold bedanke ich mich herzlich für die Übernahme des Zweitgutachtens.

*Gracias* an Prof. Raúl Sánchez Prieto, der mir ermöglichte, in Spanien Daten zu erheben. Ein großes Dankeschön gilt allen Teilnehmenden in Deutschland und in Spanien, ohne die diese Studie nicht möglich gewesen wäre. Des Weiteren möchte ich mich bei meinen Kolleg:innen am Romanischen Seminar für den Austausch und viele interessante Gespräche bedanken sowie bei meinen Studierenden, die mich mit ihrer Begeisterung für mein Thema immer wieder in meiner Entscheidung stärkten.

Danke an das Universitätsorchester Mannheim und den Chor Cantomanie für den musikalischen Ausgleich. Bei meinen Freund:innen bedanke ich mich herzlich für die Unterstützung und die gemeinsame Zeit. Ein besonderer Dank gilt meinen Eltern und meinem Bruder, die mich in allen Phasen der Promotion motivierten und unterstützten.

**Abstract**

El presente trabajo ofrece una visión detallada de los actos de habla en la comunicación empresarial hispano-alemana. Se analizan tanto la producción verbal de hablantes nativos del alemán como la recepción de españoles. Los actos que se estudian son peticiones, quejas, disculpas, rechazos y persuasiones de una sugerencia, peticiones de ayuda y rechazos de una petición de ayuda. La comparación de los resultados con estudios contrastivos existentes revela que las estrategias empleados por los empresarios alemanes se parecen en gran medida a las que utilizan en su lengua materna. Además, se puede apreciar que se expresan de forma más directa en el contexto empresarial que en situaciones cotidianas. Respecto a la interpretación y evaluación por parte de los empresarios españoles, se puede constatar que las expresiones que mejor se entienden y aceptan son ni demasiado directas ni demasiado indirectas. Por tanto, se recomienda una posible solución para combinar la claridad y la cortesía en la comunicación empresarial hispano-alemana.

## Inhaltsverzeichnis

<b>TEIL I: THEORIE UND FORSCHUNGSSTAND .....</b>	<b>1</b>
<b>1 EINLEITUNG .....</b>	<b>1</b>
<b>2 INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1 Begriffserklärungen und theoretischer Hintergrund.....</b>	<b>4</b>
2.1.1 Kultur .....	4
2.1.2 Interkulturalität.....	5
2.1.3 Interkulturelle Kommunikation.....	9
2.1.4 Wirtschaftskommunikation .....	10
<b>2.2 Nicht-linguistische Ansätze zur empirischen Untersuchung interkultureller Wirtschaftskommunikation .....</b>	<b>12</b>
2.2.1 Kulturdimensionen nach Edward T. Hall .....	12
2.2.2 Kulturdimensionen nach Geert Hofstede.....	14
2.2.3 Kulturstandards nach Alexander Thomas.....	16
<b>3 PLÄDOYER FÜR PRAGMALINGUISTISCHE UNTERSUCHUNG INTER- KULTURELLER (WIRTSCHAFTS-)KOMMUNIKATION.....</b>	<b>19</b>
<b>4 PRAGMALINGUISTISCHE GRUNDLAGEN DES FORSCHUNGSGEGEN- STANDES.....</b>	<b>23</b>
<b>4.1 Definition und Hintergründe .....</b>	<b>23</b>
<b>4.2 Implikaturen und Kooperationsprinzip .....</b>	<b>25</b>
<b>4.3 Sprechakttheorie .....</b>	<b>27</b>
4.3.1 Ebenen eines Sprechakts (Austin).....	27
4.3.2 Arten von (illokutiven) Sprechakten (Searle) .....	29
4.3.3 Indirekte Sprechakte (Searle).....	32
<b>4.4 Sprachliche Höflichkeit.....</b>	<b>34</b>
4.4.1 <i>Face</i> -Konzept und <i>face threatening acts</i> (Brown & Levinson).....	35
4.4.2 Sprachliche Höflichkeitsstrategien (Brown & Levinson).....	37
4.4.3 Universalität des Modells von Brown & Levinson .....	40
<b>4.5 Interkulturelle Pragmatik.....</b>	<b>41</b>
4.5.1 Kontrastive vs. Interkulturelle Pragmatik.....	41
4.5.2 <i>Interlanguage</i> -Pragmatik .....	42
4.5.3 Pragmatische Kompetenz und pragmatischer Transfer .....	43
<b>4.6 Datenerhebungsmethoden für gesprochene Sprache.....</b>	<b>46</b>
4.6.1 Introspektive Pragmatik.....	46
4.6.2 Beobachtungsdaten .....	47

4.6.3	Experimentelle Methoden.....	48
4.6.3.1	Rollenspiele .....	49
4.6.3.2	Interviews .....	50
4.6.3.3	Schriftlicher <i>Discourse Completion Task</i> (DCT) .....	51
4.6.3.4	Fragebögen mit Multiple Choice Fragen .....	52
<b>5</b>	<b>FORSCHUNGSSTAND: PRAGMALINGUISTISCHE UNTERSUCHUNGEN DEUTSCH-SPANISCHER (WIRTSCHAFTS-) KOMMUNIKATION.....</b>	<b>54</b>
<b>5.1</b>	<b>Cross Cultural Speech Act Realization Project (Blum-Kulka et al.).....</b>	<b>54</b>
<b>5.2</b>	<b>Kontrastive Untersuchung deutscher und spanischer Sprechakte in Alltagssituationen (Siebold) .....</b>	<b>54</b>
<b>5.3</b>	<b>Interkulturelle Interferenzen in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation (Keim).....</b>	<b>56</b>
<b>5.4</b>	<b>Weitere Untersuchungsdesigns und Sprachenkombinationen .....</b>	<b>58</b>
<b>5.5</b>	<b>Forschungslücke.....</b>	<b>60</b>
	<b>TEIL II: EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG DEUTSCH-SPANISCHER WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION .....</b>	<b>63</b>
<b>6</b>	<b>ZIEL, FRAGESTELLUNGEN UND FORSCHUNGSDESIGN .....</b>	<b>63</b>
<b>7</b>	<b>SCHRITT 1: SPRACHPRODUKTION DEUTSCHER GESCHÄFTSLEUTE AUF SPANISCH.....</b>	<b>65</b>
<b>7.1</b>	<b>Vorbereitung der Datenerhebung.....</b>	<b>65</b>
7.1.1	Auswahl und Kontext der Sprechakte .....	65
7.1.2	Konkrete gewählte Situationen mit Begründungen.....	66
<b>7.2</b>	<b>Datenerhebungsmethode.....</b>	<b>72</b>
7.2.1	Beschreibung und Vorteile .....	72
7.2.2	Weitere Informationen zur Durchführung .....	73
7.2.3	Profil der gesuchten Proband:innen und Kontaktaufnahme .....	74
<b>7.3</b>	<b>Beschreibung der Datenerhebung und Daten .....</b>	<b>75</b>
7.3.1	Zeitraum der Erhebung und Überblick über die Teilnehmenden.....	75
7.3.2	Transkription der Daten .....	77
<b>7.4</b>	<b>Analyse der Daten .....</b>	<b>78</b>
7.4.1	Situation 1: Formulierung des Sprechaktes Aufforderung .....	80
7.4.1.1	Theoretischer Hintergrund .....	80
7.4.1.2	Ergebnisse .....	82
7.4.2	Situation 2: Formulierung des Sprechaktes Beschwerde.....	87
7.4.2.1	Theoretischer Hintergrund .....	87

7.4.2.2	Ergebnisse .....	89
7.4.3	Situation 3: Formulierung des Sprechaktes Entschuldigung .....	95
7.4.3.1	Theoretischer Hintergrund .....	95
7.4.3.2	Ergebnisse .....	97
7.4.4	Situation 4: Formulierung des Sprechaktes Ablehnung von Vorschlag...101	
7.4.4.1	Theoretischer Hintergrund .....	101
7.4.4.2	Ergebnisse .....	103
7.4.5	Situation 5: Formulierung des Sprechaktes Persuasion von Vorschlag ...106	
7.4.5.1	Theoretischer Hintergrund .....	106
7.4.5.2	Ergebnisse .....	107
7.4.6	Situation 6: Formulierung des Sprechaktes Bitte um Hilfe .....	111
7.4.6.1	Theoretischer Hintergrund .....	111
7.4.6.2	Ergebnisse .....	112
7.4.7	Situation 7: Formulierung des Sprechaktes Ablehnung einer Bitte um Hilfe .....	116
7.4.7.1	Theoretischer Hintergrund .....	116
7.4.7.2	Ergebnisse .....	117
<b>7.5</b>	<b>Diskussion der Ergebnisse .....</b>	<b>121</b>
<b>7.6</b>	<b>Zwischenfazit.....</b>	<b>127</b>
<b>8</b>	<b>SCHRITT 2: REZEPTION DER DEUTSCHEN SPRACHPRODUKTION DURCH SPANISCHE GESCHÄFTSLEUTE .....</b>	<b>129</b>
<b>8.1</b>	<b>Vorbereitung der Datenerhebung.....</b>	<b>129</b>
8.1.1	Auswahl der Sprechakte und Kategorien zur Gegenüberstellung.....	129
8.1.2	Konkrete gewählte Audios.....	131
<b>8.2</b>	<b>Datenerhebungsmethode.....</b>	<b>136</b>
8.2.1	Beschreibung und Vorteile .....	136
8.2.2	Weitere Informationen zur Durchführung .....	138
8.2.3	Profil der gesuchten Proband:innen und Kontaktaufnahme .....	138
<b>8.3</b>	<b>Beschreibung der Datenerhebung und Daten .....</b>	<b>139</b>
8.3.1	Zeitraum der Erhebung und Überblick über die Teilnehmenden.....	139
<b>8.4</b>	<b>Analyse der Daten .....</b>	<b>141</b>
8.4.1	<i>Situación</i> 1: Rezeption des Sprechaktes Aufforderung .....	141
8.4.2	<i>Situación</i> 2: Rezeption des Sprechaktes Beschwerde.....	148
8.4.3	<i>Situación</i> 3: Rezeption des Sprechaktes Ablehnung von Vorschlag.....	154
<b>8.5</b>	<b>Diskussion der Ergebnisse .....</b>	<b>160</b>
<b>9</b>	<b>ANWENDBARKEIT DER ERGEBNISSE IN DER PRAXIS .....</b>	<b>165</b>
<b>9.1</b>	<b>Handlungsempfehlungen für deutsche und spanische Geschäftsleute .....</b>	<b>165</b>
<b>9.2</b>	<b>Limitationen .....</b>	<b>167</b>

<b>10</b>	<b>FAZIT UND AUSBLICK.....</b>	<b>170</b>
<b>11</b>	<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>171</b>
<b>12</b>	<b>ANHANG.....</b>	<b>182</b>
<b>12.1</b>	<b>Schritt 1: Sprachproduktion deutscher Geschäftsleute auf Spanisch ...</b>	<b>182</b>
12.1.1	Flyer Deutsch .....	182
12.1.2	Situationsbeschreibungen für deutsche Proband:innen .....	182
12.1.3	Zusatzfragebogen für deutsche Proband:innen .....	185
12.1.4	Gesamte Vorkommnisse der einzelnen Analysekategorien.....	186
12.1.4.1	Situation 1: Formulierung des Sprechaktes Aufforderung.....	186
12.1.4.2	Situation 2: Formulierung des Sprechaktes Beschwerde .....	193
12.1.4.3	Situation 3: Formulierung des Sprechaktes Entschuldigung.....	201
12.1.4.4	Situation 4: Formulierung des Sprechaktes Ablehnung von Vorschlag .....	207
12.1.4.5	Situation 5: Formulierung des Sprechaktes Persuasion von Vorschlag .....	214
12.1.4.6	Situation 6: Formulierung des Sprechaktes Bitte um Hilfe .....	220
12.1.4.7	Situation 7: Formulierung des Sprechaktes Ablehnung einer Bitte um Hilfe.....	228
12.1.4.8	Systematisierung der wichtigsten Antworten auf die Abschlussfrage und zusätzlicher Kommentare .....	234
<b>12.2</b>	<b>Schritt 2: Rezeption der deutschen Sprachproduktion durch spanische Geschäftsleute.....</b>	<b>239</b>
12.2.1	Flyer Spanisch .....	239
12.2.2	Situationserklärungen für spanische Proband:innen.....	239
12.2.3	Fragebögen zu <i>Situación</i> 1-3.....	241
12.2.4	Zusatzfragebogen für spanische Proband:innen.....	244
12.2.5	Vollständige Ergebnisse.....	245
12.2.5.1	<i>Situación</i> 1: Rezeption des Sprechaktes Aufforderung .....	245
12.2.5.2	<i>Situación</i> 2: Rezeption des Sprechaktes Beschwerde .....	248
12.2.5.3	<i>Situación</i> 3: Rezeption des Sprechaktes Ablehnung von Vorschlag	252



## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Sprachliche Höflichkeitsstrategien nach Brown & Levinson. Quelle: Brown/Levinson 2011: 60).....	39
Abbildung 2: Auswahl empirischer Methoden zur Erhebung gesprochener Sprache mit Vor- und Nachteilen. Eigene Darstellung auf Basis der in Kap. 4.6 genannten Quellen. ....	53
Abbildung 3: Geschlecht der deutschen Teilnehmenden.....	76
Abbildung 4: Alter der deutschen Teilnehmenden.....	76
Abbildung 5: Art der von deutschen Geschäftsleuten verwendeten Strategien zur Formulierung einer Aufforderung auf Spanisch.....	86
Abbildung 6: Art der von deutschen Geschäftsleuten verwendeten Strategien zur Formulierung des expressiven Teilaktes der Beschwerde auf Spanisch.....	94
Abbildung 7: Art der von deutschen Geschäftsleuten verwendeten Strategien zur Formulierung des direktiven Teilaktes der Beschwerde auf Spanisch. ....	94
Abbildung 8: Von den deutschen Teilnehmenden verwendete Strategien zur Formulierung einer Entschuldigung auf Spanisch.....	100
Abbildung 9: Art der von den deutschen Teilnehmenden verwendeten Strategien zur Formulierung der Ablehnung eines Vorschlags auf Spanisch. ....	105
Abbildung 10: Von den deutschen Teilnehmenden verwendete Argumente zur Persuasion von einem Vorschlag auf Spanisch.....	111
Abbildung 11: Art der von deutschen Geschäftsleuten verwendeten Strategien zur Formulierung einer Bitte um Hilfe auf Spanisch.....	115
Abbildung 12: Art der von den deutschen Teilnehmenden verwendeten Strategien zur Formulierung der Ablehnung einer Bitte um Hilfe auf Spanisch.....	120
Abbildung 13: Einordnung von Kommunikationssituationen auf dem Kontinuum zwischen den Polen Klarheit und Höflichkeit. Eigene Darstellung auf Basis der in Kap. 7.5 verwendeten Quellen. ....	127
Abbildung 14: Geschlecht der spanischen Teilnehmenden.....	140
Abbildung 15: Alter der spanischen Teilnehmenden.....	140
Abbildung 16: Inhaltliche Interpretation der Aufforderungen durch die spanischen Geschäftsleute (Mehrfachnennungen möglich). ....	142
Abbildung 17: Perlokution der Aufforderungen (Mehrfachnennungen möglich)....	144
Abbildung 18: Von den spanischen Teilnehmenden geschätztes Sprachniveau der Sprecherinnen in <i>Situación 1</i> .....	145
Abbildung 19: Von den spanischen Teilnehmenden präferiertes Audio in <i>Situación 1</i> . ....	147
Abbildung 20: Inhaltliche Interpretation der Beschwerden durch die spanischen Geschäftsleute (Mehrfachnennungen möglich). ....	149
Abbildung 21: Perlokution der Beschwerden (Mehrfachnennungen möglich).....	150
Abbildung 22: Von den spanischen Teilnehmenden geschätztes Sprachniveau der Sprecher in <i>Situación 2</i> . ....	152
Abbildung 23: Von den spanischen Teilnehmenden präferiertes Audio in <i>Situación 2</i> . ....	153
Abbildung 24: Inhaltliche Interpretation der Ablehnungen durch die spanischen Geschäftsleute (Mehrfachnennungen möglich). ....	155
Abbildung 25: Perlokution der Ablehnungen (Mehrfachnennungen möglich).....	157
Abbildung 26: Von den spanischen Teilnehmenden geschätztes Sprachniveau der Sprecherinnen in <i>Situación 3</i> .....	158

Abbildung 27: Von den spanischen Teilnehmenden präferiertes Audio in <i>Situación 3</i> . .....	159
Abbildung 28: Korridor der Äußerungen, die richtig verstanden und als angemessen empfunden werden.....	163
Abbildung 29: Mögliche Lösung für die Verbindung von Klarheit und Höflichkeit in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation. ....	166

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Überblick über die für die Datenerhebung verwendeten Situationen/Sprechakte.....	71
Tabelle 2: Dauer der von den deutschen Teilnehmenden formulierten Antworten auf die Aufgabenstellungen.....	79
Tabelle 3: Von den deutschen Teilnehmenden bei der Formulierung der spanischen Sprechakte verwendete Anredeformen. ....	80
Tabelle 4: Gegenüberstellung der gewählten Audios für <i>Situación 1</i> . ....	132
Tabelle 5: Gegenüberstellung der gewählten Audios für <i>Situación 2</i> . ....	134
Tabelle 6: Gegenüberstellung der gewählten Audios für <i>Situación 3</i> . ....	136

## Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AHK	Auslandshandelskammer
CSSARP	Cross Cultural Speech Act Realization Project
DCT	Discourse Completion Task
FTA	face threatening act
GAT 2	Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2
ILP	<i>Interlanguage</i> -Pragmatik
Kap.	Kapitel
L1	Erstsprache
L2	Zweitsprache
NDA	Non Disclosure Agreement
USAL	Universidad de Salamanca

## Transkriptionskonventionen (in Anlehnung an Selting et al. 2009)

<b>Transkriptionszeichen</b>	<b>Bedeutung</b>
Großbuchstaben	Akzent
(.)	Pause (Anzahl an Punkten entspricht Sekunden)
:	Dehnung einer Silbe
\	Abbruch
°h	einatmen
=	direkter Anschluss
?	Intonation steigend
,	Intonation gleichbleibend
.	Intonation fallend
<<dim>>	leiser werdend
(unv.)	unverständlich
(.../...)	Vermutungen für unverständliches Wort
((lacht))	nonverbale Handlung
[CS: ...]	Unterbrechung durch die Forscherin
[nombre]	aus Datenschutzgründen gelöschte Details

## **TEIL I: THEORIE UND FORSCHUNGSSTAND**

### **1 EINLEITUNG**

In Spanien sind laut Auswärtigem Amt (2024: o. S.) mehr als 1.800 deutsche Unternehmen tätig. Das Handelsvolumen zwischen Deutschland und Spanien betrug im Jahr 2023 93,83 Milliarden Euro (vgl. Statistisches Bundesamt 2024a: o. S.). Dieser Wert stieg in den letzten zehn Jahren um über 70% (vgl. ders. 2024b: o. S.; ders. 2024c: o. S.). Die Zahlen zeigen, dass die Kommunikation zwischen deutschen und spanischen Unternehmen zunehmend an Relevanz gewinnt. Doch wie wird in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation sprachlich gehandelt?

Für die Beantwortung dieser Frage bietet die Pragmalinguistik vielversprechende Ansätze, wie die Sprechakttheorie (vgl. Austin 1975; Searle 1976) und das Modell der sprachlichen Höflichkeit (vgl. Brown/Levinson 2011). Es existieren bereits einige kontrastive Studien, die Sprechakte und Höflichkeitsstrategien in verschiedenen Einzelsprachen vergleichen. Siebold (2008a) analysiert, wie Bitten, Entschuldigungen, Komplimente und Antworten auf Komplimente in Alltagssituationen von Deutschen und Spanier:innen in der eigenen Erstsprache formuliert werden. Diese und weitere Studien bieten eine wichtige Grundlage für das Verständnis unterschiedlicher Sprechaktrealisierungen. Es wird jedoch nicht untersucht, wie die Sprechhandlungen in interkulturellen Interaktionssituationen ausgedrückt und interpretiert werden. Zudem wurde bis dato kein konkreter Bezug zur Wirtschaft hergestellt. Eine Ausnahme bildet Keim (1994), die *Interkulturelle Interferenzen in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation* untersucht und deren Daten bereits vor über 30 Jahren erhoben wurden. Die vorliegende Arbeit soll zum Schließen dieser Forschungslücke beitragen und behandelt die mündliche Sprachproduktion deutscher Geschäftsleute auf Spanisch sowie die Rezeption durch spanische Geschäftsleute.

Ziel ist es herauszufinden, wie deutsche Erstsprachler:innen ausgewählte Sprechakte aus dem Wirtschaftsalltag auf Spanisch formulieren und wie diese vom spanischen Gegenüber aufgefasst werden. Zur Beantwortung dieser Fragestellungen wurde ein zweistufiges Forschungsdesign erstellt. Im ersten Schritt wurden deutsche Geschäftsleute, die beruflichen Kontakt zu Spanien haben, mithilfe der Methode des geschlossenen Rollenspiels gefragt, wie sie sieben alltägliche Situationen aus dem

Wirtschaftskontext auf Spanisch versprachlichen würden. Untersucht wurden die Sprechakte Aufforderung, Beschwerde, Entschuldigung, Ablehnung und Persuasion von Vorschlag, Bitte um Hilfe sowie Ablehnung einer Bitte um Hilfe. Da es bei Kooperationen in der Wirtschaft essentiell ist, wie das Gesagte vom Gegenüber aufgefasst wird, wurden im zweiten Schritt ausgewählte Audio-Dateien aus drei dieser Situationen spanischen Geschäftsleuten vorgespielt. Mittels schriftlicher Fragebögen wurden inhaltliches Verständnis, Wirkung und unterstellte Intention erhoben und erfragt, welche der Audios als angemessener empfunden werden.

Die Arbeit gliedert sich wie folgt: Teil I beinhaltet die theoretischen Grundlagen und den Forschungsstand zum Thema. In Kapitel 2 werden die Begriffe Kultur, Interkulturalität, interkulturelle Kommunikation und Wirtschaftskommunikation definiert und ein Überblick über nicht-linguistische Ansätze zur Erforschung interkultureller Wirtschaftskommunikation vorgestellt. Aufbauend auf der Kritik an diesen Studien wird in Kapitel 3 dafür plädiert, Besonderheiten in interkulturellen Interaktionssituationen nicht vorschnell zu kulturalisieren und die Sprache als Untersuchungsgegenstand zu betrachten. Dafür werden in Kapitel 4 die pragmalinguistischen Grundlagen des Forschungsgegenstandes eingeführt. Es wird auf die Sprechakttheorie, die sprachliche Höflichkeit, die Bereiche der interkulturellen Pragmatik und *Interlanguage*-Pragmatik sowie auf pragmatischen Transfer eingegangen. Zudem werden auf dem Gebiet der (interkulturellen) Pragmatik genutzte Datenerhebungsmethoden mit ihren Vor- und Nachteilen vorgestellt. Kapitel 5 gibt einen Überblick über einschlägige Studien zum Thema. Aus der Forschungslücke leiten sich das Desiderat und die Forschungsaufgabe der vorliegenden Arbeit ab.

Teil II beinhaltet die Vorgehensweise und Ergebnisse der im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten empirischen Studie. In Kapitel 6 werden die Forschungsfragen hergeleitet und das zweischrittige Vorgehen für ihre Beantwortung wird etabliert, bevor es in den Kapiteln 7 und 8 ausführlich erklärt wird. Es wird jeweils auf die Vorbereitung der Datenerhebung (Kap. 7.1 und 8.1) und die Auswahl und Beschreibung der Datenerhebungsmethode (Kap. 7.2 und 8.2) eingegangen und ein Überblick über die Teilnehmenden gegeben (Kap. 7.3 und 8.3). Kapitel 7.4 beinhaltet die Analyse der deutschen Daten aus Schritt 1 und Kapitel 8.4 die des spanischen Teils aus Schritt 2. Die Kapitel enden mit einer ausführlichen Zusammenführung und Diskussion der Ergebnisse

(Kap. 7.5 und 8.5). In Kapitel 9 wird die Übertragbarkeit auf die Praxis behandelt und aus den Ergebnissen werden Handlungsempfehlungen für zukünftige interkulturelle Situationen abgeleitet, um einen Nutzen für die Praxis zu bieten. Kapitel 10 fasst die Ergebnisse zusammen und gibt einen Ausblick für die Zukunft.

Das Thema ist sowohl von großer sprachwissenschaftlicher als auch praktischer Relevanz, da es einerseits aus linguistischer Perspektive Einblicke in ein bisher wenig erforschtes Gebiet gibt und andererseits durch die Ableitung empirisch basierter Handlungsempfehlungen zur besseren Verständigung in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation beitragen soll.

Teile aus Kapitel 2 und 3 der vorliegenden Arbeit sind bereits in identischer oder abgeänderter Form in Seeger (2023) erschienen. Zu Beginn der entsprechenden Unterkapitel wird darauf hingewiesen.

## 2 INTERKULTURELLE WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION

### 2.1 Begriffserklärungen und theoretischer Hintergrund

#### 2.1.1 Kultur<sup>1</sup>

„It is a truth widely acknowledged that scholars in want of a definition of culture state that this is a term most difficult to explain“ (Delanoy 2020: 17). Wie das Zitat zeigt, ist Kultur schwierig zu definieren und so konstatiert auch Bolten (2018: 37): „Den allgemein gültigen Kulturbegriff gibt es nicht“. Stattdessen existieren viele verschiedene Definitionen und Realitätskonstruktionen, die „unterschiedliche Schwerpunktsetzungen innerhalb der Weltansichten ihrer Nutzer verdeutlichen“ (ebd.: 38). Im Folgenden soll auf zwei Unterscheidungen eingegangen werden, zum einen auf den engen und weiten Kulturbegriff und zum anderen auf die geschlossene und offene Variante.

Der eng gefasste Kulturbegriff beschreibt die Trennung zwischen Zivilisation und (Hoch-) Kultur (vgl. ebd.: 42), während der erweiterte Kulturbegriff: „Kultur als Lebenswelt“ (ebd.: 43) auffasst und „Religion, Ethik, Recht, Technik, Kunst, Bildung [...] [und] Umweltprobleme“ (ebd.: 44) mit einbezieht. Letzterer lässt sich hinsichtlich seiner Offenheit weiter unterteilen. Die geschlossene Variante betrachtet Kulturen als homogene Entitäten mit klaren Grenzen und wirkt komplexitätsreduzierend. Bolten spricht in diesem Zusammenhang von sogenanntem „Containerdenken“ (ebd.: 44). Als Beispiel und Veranschaulichung für die geschlossene Variante ist das Kugelmodell von Johann Gottfried Herder zu nennen, welches Kulturen mit Nationen gleichsetzt und als Kugeln mit eigenem Mittelpunkt bzw. Schwerpunkt auffasst. Eine solche Definition impliziert zum einen, dass Kulturen im Inneren homogen sein sollen und zum anderen eine „strikte Abgrenzung nach außen“ (Welsch 2020: 4; siehe auch Herder 1774 & 1784-1791, zit. n. Welsch 2020: 4)<sup>2</sup>. Welsch (2020: 4) schließt daraus, dass „[d]ie Kulturen [...], dem Kugelmodell entsprechend, auf Alterität, auf Differenz und Abgrenzung gepolt [sind]“. Die Kugeln können sich nicht verbinden, kommunizieren oder durchdringen, nur „stoßen“ (ebd.).

---

<sup>1</sup> Das Unterkapitel ist mit minimalen Änderungen bereits in Seeger (2023: 119) erschienen.

<sup>2</sup> Herder, Johann Gottfried (1774): *Auch eine Philosophie der Geschichte zur Bildung der Menschheit*. Frankfurt a.M. (1967). & Herder, Johann Gottfried (1784–1791): *Ideen zur Philosophie der Geschichte der Menschheit*. In: Herder, J. G. (Hg. von Bollacher) (1784–1791) Werke in 10 Bde., Bd. 6, Frankfurt a.M.

Die offene Variante hingegen sieht Kulturen als „offene Netzwerke kohäsiv verbundener Kollektive“ (Bolten 2018: 45), die durch ausgefranste Ränder charakterisiert, d.h. nach außen nicht klar abgegrenzt sind. Sie sind zudem im Inneren nicht homogen, sondern beim „Ranzoomen“ wird Heterogenität innerhalb der Kulturen sichtbar (vgl. ebd.: 46). Bolten führt dafür den Begriff der *fuzzy cultures* ein, welcher der Tatsache Rechnung trägt, dass Kulturen im Inneren heterogen sind und keine klaren Grenzen zwischen ihnen erkennbar sind (vgl. ebd.). Des Weiteren werden Kulturen nicht mehr automatisch mit Ländern oder Staaten gleichgesetzt und der Autor spricht statt von Nationalkulturen von Akteursfeldern (vgl. z. B. Bolten 2018). Diese Unterscheidung entspricht dem Konzept der *large cultures* und *small cultures* von Holliday (1999) in der angewandten Linguistik. Als *large cultures* bezeichnet er die reduktionistische und kulturalistische Unterteilung in Nationalkulturen, während *small cultures* als soziale Gruppen mit gemeinsamem Handeln charakterisiert sind (vgl. Holliday 1999: 237).

### 2.1.2 Interkulturalität<sup>3</sup>

Analog zum Konzept der Kultur gibt es auch für den Begriff ‚Interkulturalität‘ keine einheitliche Definition und er kann verschieden interpretiert werden. Laut ursprünglichem Verständnis wird die Vorsilbe *inter* mit ‚zwischen‘ übersetzt, sodass Interkulturalität nur zwischen zwei klar abgetrennten Entitäten existieren kann. Diese Auffassung wurde jedoch unter anderem vom deutschen Philosophen Wolfgang Welsch kritisiert: „Die Konzepte der Multi- und der Interkulturalität halten noch immer am alten Kugelmodell fest“ (Welsch 2020: 12). So sei kein wirkliches Verstehen möglich, da die Kulturen abgetrennte Kugeln bleiben und die anderen aus ihrer Sichtweise heraus betrachten (vgl. ebd.: 12f).

Um der Vernetztheit innerhalb der heutigen Welt Rechnung zu tragen, entwickelte er in den 1990er Jahren ein neues zur veränderten Situation passendes Konzept – die Transkulturalität (vgl. ebd.: 3; siehe auch ders. 1992, zit. n. ders. 2020: 3)<sup>4,5</sup>. Kulturen sind „weithin durch Mischungen und Durchdringungen gekennzeichnet“ (ders. 2020:

---

<sup>3</sup> Das Unterkapitel ist in ähnlicher Form bereits in Seeger (2023: 120-122) erschienen.

<sup>4</sup> Welsch, Wolfgang (1992): „Transkulturalität – Lebensformen nach der Auflösung der Kulturen“. In: *Information Philosophie*, 2, S. 5–20.

<sup>5</sup> Hier ist anzumerken, dass das Konzept bereits vorher in anderen Bereichen auftauchte (vgl. Erfurt 2021: 106).



5), es handelt sich eher um Geflechte oder Netze als um Kugeln (vgl. ebd.). Dem lateinischen *trans* kommen dabei zwei Bedeutungen zu. Es beschreibt die „heutige Verfassung der Kulturen *jenseits* der alten (der kugelhaften) Verfassung“ (ebd.) und sagt gleichzeitig aus, dass „die kulturellen Determinanten heute *quer* durch die Gesellschaften *hindurchgehen*, diese also durch Verflechtungen und Gemeinsamkeiten gekennzeichnet sind“ (ebd.; Hervorhebung im Orig.).

Jedoch kann auch der Begriff der Interkulturalität selbst auf eine weniger essentialistische und reduktionistische Weise verstanden werden. Bolten (2020: 85) plädiert aufgrund der Unzulänglichkeiten der alten Auffassung für ein „Neu Denken‘ des Interkulturalitätsbegriffs“. Interkulturalität müsse interaktiv und nicht kontrastiv aufgefasst werden. Wenn dies geschehe, sei ein neuer Begriff nicht notwendig. Zudem würden bei der Transkulturalität die Grenzen komplett verschwimmen, was in der Realität nicht der Fall sei. Er spricht sich daher gegen die Abschaffung des Begriffs ‚Interkulturalität‘ und seine Ersetzung durch ‚Transkulturalität‘ aus, da es faktisch Grenzziehungen und Bestrebungen zu nationalen Abgrenzungen oder Konservierungstendenzen gibt. Es bestünde die Gefahr der „Strukturvergessenheit“ (ebd.: 97) bei zu stark transkulturellen Ausprägungen.

Auch Helmolt (2016: 33) plädiert dafür, „den Begriff Interkulturalität beizubehalten, da er seine Aktualität und Relevanz nicht verloren hat, wenn er auf die Ebene interpersonaler Interaktion bezogen wird“. Es ist wichtig, zwischen der Gruppen- und der individuellen Ebene zu unterscheiden (vgl. ebd.: 34f).

Denn die beschriebene Kritik am Begriff der Interkulturalität hat nur dann ihre Berechtigung, wenn sie sich auf seine Verwendung als Bezeichnung für die Verfasstheit moderner Gesellschaften bezieht. Wird aber die Ebene des Austausches zwischen Personen betrachtet, ist der Begriff Interkulturalität nach wie vor relevant (ebd.: 35).

So trafen in der globalisierten Welt Personen mit unterschiedlichen Wissensbeständen, Routinen und Erwartungen aufeinander, „so dass es in der Interaktion zu Erfahrungen von Differenz oder zu Zuschreibungen von Zugehörigkeiten kommt“ (ebd.). Diese Situationen können unter anderem aus der Perspektive der Interkulturalität untersucht werden. Auch hier wird deutlich, dass der Begriff Interkulturalität durchaus weiterhin eine Daseinsberechtigung hat, jedoch interaktional auf der Ebene von Individuen

verstanden werden sollte. In der vorliegenden Arbeit wird der dargelegten Argumentation folgend der interaktiv verstandene Begriff der Interkulturalität verwendet.

Mit dem Ziel, sowohl die existierenden kulturellen Strukturen als auch die Prozesse in interkulturellen Situationen angemessen zu berücksichtigen, führt Bolten die strukturprozessualen Perspektiven der Interkulturalität ein (vgl. z. B. Bolten 2020: 98f). Wichtig sind hierbei insbesondere die Aspekte Mehrwertigkeit, Relationalität und Perspektivenreflexivität (vgl. ders. 2016: 78). Mehrwertigkeit bedeutet, dass keine Sichtweisen ausgeschlossen werden. So betont der Autor, „dass ein mehrwertig gedachter *neuer* Kulturbegriff Nationalkulturen relativiert, aber keinesfalls ausschließt“ (ebd.; Hervorhebung im Orig.). Zudem kann eine Person zu mehreren kulturellen Akteursfeldern gehören (vgl. ebd.), wodurch diese miteinander vernetzt werden (vgl. ders. 2020a: 100). Relationalität fokussiert die Beziehungen zwischen den einzelnen Akteuren. Prozesse, Interaktionen und Verbindungen werden beim ‚Ranzoomen‘ sichtbar, wohingegen beim ‚Wegzoomen‘ scheinbar verfestigte Strukturen in den Vordergrund rücken und „[...] generalisierende und kategorisierende Beschreibungen [ermöglichen]“ (ders. 2016: 79).<sup>6</sup> Durch Mehrwertigkeit und Relationalität werden Begriffe wie Kultur und Interkulturalität relativiert (vgl. ebd.: 80). Eine komplette Relativierung würde laut Bolten (2016: 80) aber zur Gleichgültigkeit führen und sollte deshalb kritisch hinterfragt werden. Perspektivenreflexivität verbindet die Relativierung mit „kontinuierlich[en] Selbst-Positionierungen“ (ebd.) in einem Spektrum verschiedener Weltanschauungen. Für das Kommunizieren der eigenen Position oder Wechsel derselben ist Sprache von großer Wichtigkeit (vgl. ebd.: 81).

Dieser Aspekt wird von Helmolt (2016) in ihrem Artikel „Perspektivenreflexives Sprechen über Interkulturalität“ ausgeführt. Durch die Indexikalität sprachlicher Zeichen (vgl. Peirce 1868, zit. n. Helmolt 2016: 35)<sup>7</sup> ist Sprache zwangsläufig ungenau – so auch die Verwendung von Kategorienbezeichnungen für Personen und für kulturelle Zugehörigkeit. Dadurch entstehen Schwierigkeiten bei der Bezeichnung von Personen, sowohl im Alltag als auch in der Forschung, da die Nutzung generalisierender

---

<sup>6</sup> Für eine ausführliche Erklärung der Begriffe Mehrwertigkeit und Relationalität siehe Bolten (2016: 78-80) und Seeger (2023: 121).

<sup>7</sup> Peirce, Charles Sanders (1868): „On a New List of Categories“. In: *Proceedings of the American Academy of Arts and Sciences*, 7, S. 287-298.

Begriffe dazu führen kann, dass Unterschiede verstetigt werden (vgl. Helmolt 2016: 35-37).

Der Zwang zur Reproduktion verallgemeinernder kulturbezogener Kategorien bei der Beschreibung von interkulturellen Begegnungen scheint ein auswegloses Dilemma zu sein: Wie weit und durchlässig Kulturen auch konzeptionell gefasst werden – sobald es dazu kommt, Personen als Mitglieder einer Kultur zu bezeichnen, befördern die dafür verwendeten Begriffe aufgrund ihrer Unschärfe die Vorstellung von der Geschlossenheit der bezeichneten Kulturen (ebd.: 37).

Auch wenn Kulturen als offen und ohne scharfe Grenzen konzeptualisiert werden, suggerieren Kategorienbezeichnungen wie „Deutsche“ oder „Spanier“ Homogenität und klar voneinander abgrenzbare Gruppen. Dennoch bezeichnet Helmolt (2016: 36) die Nutzung ungenauer Begriffe als „unproblematisch, sofern die von Sprechenden und Hörenden wechselseitig unterstellte Kenntnis und Akzeptanz der Ungenauigkeit der Begriffe den Verständigungsprozess trägt“, also solange alle wissen, dass die Kategorienbezeichnungen vage sind und sich nicht auf alle Spanier:innen oder Deutschen etc. beziehen. Sie nennt einige sprachliche Lösungen für Perspektivierung und Präzisierung von Aussagen über Interkulturalität (vgl. ebd.: 37). Begriffe bekommen ihre Bedeutung erst im Kontext und sind nicht statisch. Das trifft auch auf Personenbezeichnungen zu, die nicht kontextfrei benutzt werden. Kategorien und Zugehörigkeit zu ihnen sollten nicht als feststehend aufgefasst werden (vgl. ebd.). Darüber hinaus können Äußerungen durch die Markierung als persönliche Meinung relativiert und verallgemeinernde Aussagen eingeschränkt werden, indem verdeutlicht wird, dass sie sich nur auf eine Interaktionssituation beziehen. Sehr wichtig ist auch die Perspektivierung (z. B. ‚aus der Sicht einer Deutschen wirkt eine Situation wie folgt‘) (vgl. ebd.: 37f). Nazarkiewicz (2010: 249) erklärt, dass „[d]er (kulturelle) Referenzhorizont [...] vermittelt des Transkulturellen Sprechens [reflektiert wird]“. Dieses „perspektivenreflexive[...] Sprechen“ (ebd.) macht laut Helmolt „den Konstruktcharakter sozialer Kategorien und die interaktive Verhandelbarkeit von kultureller Differenz bewusst und hält die Assoziationsränder um unsere Begriffe für soziale Kategorien [...] elastisch“ (Helmolt 2016: 39; Hervorhebung im Orig.).

Wie bereits in vorherigen Abschnitten deutlich wurde, spielt die Interaktion zwischen Individuen eine wichtige Rolle und Bolten (2016: 81) unterstreicht, dass „Kultur und Interkulturalität [...] vor allem Konstrukte der Beziehungsgestaltung ihrer Akteure

und ihres kommunikativen Handelns [sind]“. Auf die Begriffe Kommunikation und interkulturelle Kommunikation wird im Folgenden deshalb genauer eingegangen.

### 2.1.3 Interkulturelle Kommunikation<sup>8</sup>

Das lateinische Verb *communicare* kann übersetzt werden mit „etwas gemeinschaftlich machen“ (Bolten 2018: 20). Kommunikationsprozesse sind Handlungsprozesse (vgl. ebd.: 19), bei denen mit und durch Sprache (genauer gesagt durch verbale, para- und nonverbale Aspekte) gehandelt wird. Historisch betrachtet standen diese Gemeinsamkeit und Reziprozität (vgl. ebd.) jedoch nicht im Vordergrund und bis zum Ende des 20. Jahrhunderts wurde Kommunikation als linearer Prozess vom Sender zum Empfänger verstanden (vgl. ebd.: 16). Dies änderte sich mit Erving Goffmans Definition von Kommunikation als Interaktion, nach der der Sender<sup>9</sup> gleichzeitig Empfänger ist und vice versa (vgl. Goffman 1971: 26; Bolten 2018: 17). Wichtig ist neben der medialen und der Inhalts- auch die Beziehungsebene, die nicht statisch ist, sondern „[m]it jeder interpersonalen kommunikativen Handlung [...] neu definiert [wird], was wiederum Einfluss auf die weitere Gestaltung der Inhaltsebene nimmt und so weiter“ (Bolten 2018: 18f). Diese Prozesshaftigkeit und gemeinsame Konstitution spielen auch bei interkultureller Kommunikation eine wichtige Rolle.

Laut Ten Thije (2020: 35) sind seit den 1990er Jahren drei verschiedene Definitionen für interkulturelle Kommunikation zu erkennen (vgl. auch ders. 2016: 587f). Die erste entspricht dem ‚klassischen Verständnis‘ interkultureller Kommunikation und umfasst jegliche Kommunikation zwischen Personen mit unterschiedlichen sprachlichen und/oder kulturellen Hintergründen (vgl. ders. 2020: 35; siehe z. B. Jandt 1998: 36). Sie betrachtet Kultur als der Analyse vorgelagerte Zuschreibungen und untersucht die Interaktion zwischen Angehörigen verschiedener kultureller Gruppen (vgl. Piller 2017: 4). Die zweite Definition bezieht sich nur auf diejenigen Kommunikationssituationen, in denen sprachliche und/oder kulturelle Unterschiede relevant für die Interaktion sind (vgl. Ten Thije 2020: 35; siehe z. B. Spencer-Oatey/Franklin 2009: 3). Laut der dritten und restriktivsten Variante besteht interkulturelle Kommunikation nur,

---

<sup>8</sup> Das Unterkapitel ist in abgewandelter Form bereits in Seeger (2023: 122f) erschienen.

<sup>9</sup> Rollenbezeichnungen wie Sender/Empfänger und Sprecher/Hörer werden in dieser Arbeit im Gegensatz zu Personenbezeichnungen nicht gegendert.

wenn (mindestens) einer der Kommunikationspartner seine Einstellung ändert und seine Werte und Orientierungen kritisch hinterfragt (vgl. Ten Thije 2020: 35; siehe auch Rehbein 2006: 44-46). Nur wenn auftretende Missverständnisse auf diese Weise gelöst werden, kann interkulturelle Kommunikation stattfinden (vgl. Rehbein 2006: 44-46). Es ist jedoch schwer zu prüfen, ob eine:r der Gesprächspartner:innen bewusst seine:ihre Einstellung ändert. Zudem wird, auch wenn das nicht der Fall ist und die Kommunikation nicht erfolgreich ist, dennoch immer irgendetwas kommuniziert (vgl. Watzlawick et al. 2017: 59).

In der vorliegenden Arbeit wird die erste Definition zugrunde gelegt, da es um die Kommunikation/Interaktion zwischen deutschen und spanischen Geschäftsleuten geht. Kulturalisierungen sollen durch eine genaue linguistische Analyse vermieden werden, für die Datenerhebung ist jedoch eine der Untersuchung vorgelagerte Kategorisierung der Proband:innen auf Basis ihrer Erstsprache nötig. Der konkrete Kontext, in dem interkulturelle Kommunikation in dieser Arbeit untersucht wird, ist die Wirtschaft.

#### **2.1.4 Wirtschaftskommunikation**

Der Begriff Wirtschaftskommunikation<sup>10</sup> und damit zusammenhängend der ökonomische Diskurs ist schwer einzugrenzen (vgl. Kuße 2012: 191). Das liegt zum einen daran, dass er nicht wie in Religion, Politik oder Wissenschaft von den entsprechenden Institutionen her ableitbar ist, aufgrund der „Vielfalt der Bereiche [...], in denen der ökonomische Diskurs geführt wird und von denen keiner als besonders typisch hervorgehoben werden kann“ (ebd.). Brünner (2000: 5) definiert Wirtschaft als

die Gesamtheit der Einrichtungen, die sich – durch den Einsatz von Produktionsfaktoren – auf Produktion und Konsum von Gütern beziehen, also Produktions- und Dienstleistungsunternehmen, Handwerksbetriebe, landwirtschaftliche Betriebe, Banken, Einzelhandelsgeschäfte oder Restaurants (ebd.).

Zum anderen gibt es sehr viele verschiedene Arten kommunikativen Handelns, die innerhalb der Wirtschaft vorzufinden sind (vgl. Kuße 2012: 192). Die Kommunikation

---

<sup>10</sup> Die Begriffe Wirtschaftskommunikation und Unternehmenskommunikation werden zumeist synonym verwendet (vgl. Brünner 2000: 5).

kann entweder mündlich oder schriftlich stattfinden und jeweils monologisch, dialogisch oder polylogisch sein (vgl. ebd.: 208). Zur dialogisch-mündlichen Kommunikation, die in dieser Arbeit im Fokus steht, gehören

Personalgespräche, Bewerbungsgespräche, kooperationsbezogene und kooperationsunabhängige Kollegengespräche und in der externen Unternehmenskommunikation vor allem Kundengespräche und Telefonmarketing, aber auch direkte Gespräche mit Unternehmenspartnern, Telefonanrufe usw. (ebd.).

Eine Gemeinsamkeit zwischen den verschiedenen Kommunikationsformen existiert jedoch: „[D]er Wirtschaftsdiskurs [ist] in allen seinen Bereichen und Subdiskursen *perlokutionär*“ (ebd.: 194; Hervorhebung im Orig.)<sup>11</sup>. Das Ziel der Unternehmen ist es, „durch Erstellen und Verkauf von Sachgütern und Dienstleistungen ein Gewinnmaximum zu erreichen“ (Brünner 2000: 5). Alles sprachliche Handeln in der Wirtschaft verfolgt letztlich dieses Oberziel (vgl. Kuße 2012: 194).

Der ökonomische Diskurs kann in Werbung und Unternehmenskommunikation unterteilt werden. Letztere wird weiter in zwei Unterbereiche gegliedert. Von externer Unternehmenskommunikation ist die Rede, wenn mit Kunden, anderen Unternehmen oder der Öffentlichkeit interagiert wird (vgl. ebd.: 195). Je nachdem, ob es sich um eine Geschäftsbeziehung mit anderen Firmen oder mit Endkunden handelt, werden die Bezeichnungen *Business to Business* (B2B) und *Business to Consumer* (B2C) verwendet (vgl. Lexikon Electronic Business 2003: *B2B & B2C*). Die interne Unternehmenskommunikation findet „innerhalb des Unternehmens zwischen Leitung und Mitarbeitern oder zwischen Mitarbeitern“ (Kuße 2012: 195) statt. Sie kann ihrerseits in kooperationsbezogene und kooperationsunabhängige Kommunikation bzw. Arbeits- und Sozialkommunikation eingeteilt werden (vgl. Brünner 2000: 8). Kuße fügt die kooperationsorganisierende Kommunikation hinzu, die zur Unternehmenskultur beiträgt (vgl. Kuße 2012: 196-198). An dieser Stelle ist es wichtig zu bedenken, dass kommunikative Besonderheiten von der Unternehmenskultur abhängig sein können. Hinzukommen natürlich auch branchenbedingte Besonderheiten:

---

<sup>11</sup> Der Begriff der Perlokution wird in Kap. 4.3.1 genauer erklärt.

However, there will also be industry-specific identifications, conditions and traditions which traverse national boundaries and allow researchers to cross-culturally study a single industry and to distinguish between or compare its membership's varying cultures (Trosborg 2010: 22).

So kann es Ähnlichkeiten zwischen Unternehmen einer Branche in verschiedenen Ländern geben und es kommt zu mehrdimensionalen kulturellen Zugehörigkeiten. „Global agierende Unternehmen stehen damit nicht nur vor den Herausforderungen interkultureller Kommunikation, sondern sie sind *transkulturelle* Gebilde“ (Kuße 2012: 201). Bevor genauer auf sprachliche Aspekte eingegangen wird, wird eine Auswahl nicht-linguistischer Ansätze zur Untersuchung interkultureller Wirtschaftskommunikation vorgestellt.

## **2.2 Nicht-linguistische Ansätze zur empirischen Untersuchung interkultureller Wirtschaftskommunikation<sup>12</sup>**

### **2.2.1 Kulturdimensionen nach Edward T. Hall**

Einer der ältesten kulturvergleichenden Ansätze zur Untersuchung verschiedener Kulturen stammt vom amerikanischen Anthropologen Edward T. Hall, der „als der Pionier interkultureller Forschung [gilt]“ (Barmeyer 2010: 88). Kultur beschreibt er als einen „giant, extraordinary complex, subtle computer“ (Hall/Hall 1990: 3). Menschliches Verhalten wird durch kulturelle Programme gesteuert, die nur funktionieren, wenn nicht durch unbewusste Anwendung eigener Regeln auf fremde Systeme wichtige Schritte ausgelassen werden (vgl. ebd.: 3f). Halls Forschungsansatz ist qualitativ und „durch Methodenvielfalt gekennzeichnet“ (Barmeyer 2010: 88). Für die Daten im 1990 erschienenen Werk *Understanding cultural differences. Germans, French and Americans*, welches einige bereits in früheren Publikationen veröffentlichte Erkenntnisse zusammenfasst, führte er 180 Interviews mit Geschäftsleuten in Westdeutschland, Frankreich und den USA durch (vgl. Hall/Hall 1990: xvi).<sup>13</sup> Zu den von Hall

---

<sup>12</sup> Das Kapitel ist in gekürzter Form bereits in Seeger (2023: 124-126) erschienen.

<sup>13</sup> Er präzisiert, dass mit den Aussagen nicht alle Deutschen oder Franzosen gemeint sind. Auf deutscher Seite wurden Geschäftsleute aus nordwestlichen großen Städten (Frankfurt, Düsseldorf, Köln, Stuttgart, Hamburg) befragt (vgl. Hall/Hall 1990: 34). Die Erkenntnisse zur französischen Kultur stammen aus Interviews mit Geschäftsleuten aus den nordfranzösischen Großstädten Paris und Lyon, in denen viele Firmen ihre Hauptsitze haben (vgl. ebd.: 85).

untersuchten „verborgenen, unbewussten Aspekten von Kultur“ (Barmeyer 2010: 88), die zu Kommunikationsproblemen führen können, gehören Kontext, Raum und Zeit.

Hall unterscheidet zwischen sogenannten *High Context*- und *Low Context*-Kulturen. Bei Kommunikationssituationen in ersteren enthält die eigentliche Nachricht wenig Informationen und für das Verstehen von Aussagen ist Vorwissen notwendig. In letzteren hingegen wird viel Information explizit übermittelt, da wenig Kontextwissen vorhanden ist (vgl. Hall 1989: 101). Dieser Unterschied kann zu Problemen führen, wenn in einem Gespräch zu wenig oder zu viel Kontextinformation gegeben wird (vgl. Hall/Hall 1990: 9). Laut dem Autor zählen mediterrane Völker, Japaner und Araber zu den *High Context*-Kulturen, da sie ausführliche Informationsnetzwerke und persönliche Beziehungen pflegen (vgl. ebd.: 6), während Amerikaner, Deutsche, Schweizer und Nordeuropäer den *Low Context*-Kulturen zuzuordnen sind (vgl. ebd.: 7). Jedoch sei zu beachten, dass es individuelle Differenzen innerhalb der Kulturen gibt (vgl. ebd.).

Auch der Raum bzw. verschiedene unsichtbare Grenzen um eine Person herum spielen eine wichtige Rolle bei der Kommunikation. In seinem Werk *The hidden dimension* führt Hall die verschiedenen Bereiche (intim, persönlich, sozial, öffentlich), deren Größe bzw. Abstand unter anderem kulturabhängig variieren kann, genauer aus (vgl. Hall 1990: 116-125). Hier wird nur auf den persönlichen Bereich (*personal space*) eingegangen, da er in interpersonellen Gesprächssituationen eine wichtige Rolle spielt. Hall versteht ihn als eine unsichtbare Blase um eine Person herum, in die nur bestimmte Personen zeitweise eindringen dürfen (vgl. Hall/Hall 1990: 11). In Frankreich, Italien, Griechenland und Spanien ist diese relativ klein, während in Nordeuropa mehr Abstand als ‚normal‘ angesehen wird, sodass es in interkulturellen Situationen zu Überlappungen kommt, die zu Fehlinterpretationen führen können (vgl. ebd.).

Ein weiteres zentrales Konzept ist die Wahrnehmung von Zeit, die laut Hall monochron oder polychron sein kann. „Monochronic time means paying attention to and doing only one thing at a time. Polychronic time means being involved with many things at once“ (ebd.: 13). Hinzu kommt, dass in monochronen Kulturen Unterbrechungen unbeliebt sind und mehr Wert auf Aufgaben und Zeitpläne gelegt wird, während in polychronen Kulturen die Personen- und Beziehungsorientierung eine größere



Rolle spielt. Deutschland und die Schweiz sind typische Beispiele für Monochronismus, mediterrane Gesellschaften sind laut Hall polychron (vgl. ebd.: 14).

### **2.2.2 Kulturdimensionen nach Geert Hofstede**

Der wohl bekannteste kulturvergleichende Ansatz stammt vom niederländischen Kulturwissenschaftler und Sozialpsychologen Geert Hofstede, der als „Vater“ der Kulturdimensionen“ (Utler 2020: 7) gilt. Er definiert Kultur als „die kollektive Programmierung des Geistes, die die Mitglieder einer Gruppe oder Kategorie von Menschen von einer anderen unterscheidet“ (Hofstede/Hofstede 2011: 4). In seiner Arbeit vergleicht er verschiedene Nationalkulturen anhand von Kulturdimensionen. Basierend auf Fragebogenerhebungen in den 1960er und 1970er Jahren mit 116.000 Mitarbeitenden des IBM-Konzerns in über 70 Ländern entwickelt er mithilfe von Korrelationsanalysen vier dichotome Kulturdimensionen. Anhand der Ergebnisse ordnet er den Kulturen Punktwerte zu, die auf einer Skala von 0 bis 100 liegen (vgl. Utler 2020: 5f). Die ursprünglichen vier Dimensionen werden im Folgenden in Bezug auf Deutschland und Spanien vorgestellt.

Als erste Dimension nennt Hofstede die ‚Machtdistanz‘ als ‚Gradmesser für Ungleichheit in der Gesellschaft‘ (Hofstede/Hofstede 2011:51). Dabei handelt es sich um ‚das Ausmaß, bis zu welchem die weniger mächtigen Mitglieder von Institutionen bzw. Organisationen eines Landes erwarten und akzeptieren, dass Macht ungleich verteilt ist‘ (ebd.: 58). In Spanien ist die Machtdistanz mit einem Wert von 57 höher als in Deutschland mit 35 (vgl. ebd.: 55). Die zweite Dimension beschreibt die Ausprägung von ‚Kollektivismus vs. Individualismus‘, wobei ein hoher Wert für mehr Individualismus steht. Die Werte zeigen, dass der Individualismus in Deutschland (67) stärker ausgeprägt ist als in Spanien (51) (vgl. ebd.: 101). Als dritte Dimension nennt Hofstede die ‚Maskulinität vs. Femininität‘, die auf den ‚typischen‘ Geschlechterrollen basiert. In maskulinen Gesellschaften sind ‚die Rollen der Geschlechter emotional klar gegeneinander abgegrenzt‘ (ebd.: 156), während sich in femininen Kulturen ‚die Rollen der Geschlechter emotional überschneiden‘ (ebd.). Je niedriger der Wert, desto femininer ist eine Gesellschaft laut Hofstede. Deutschland ist demnach mit einem Maskulinitätsindex von 66 maskuliner geprägt als Spanien mit einem Wert von 42 (vgl. ebd.: 158). Die vierte Dimension ist die Unsicherheitsvermeidung, also ‚der Grad, bis zu dem die Mitglieder einer Kultur sich durch uneindeutige oder unbekannte Situationen bedroht

fühlen“ (ebd.: 220). Dem können sie etwa durch Regeln und Vorschriften entgegenwirken. In Deutschland liegt dieser Index bei 65, in Spanien bei 86 (vgl. ebd.: 221). Die fünfte Dimension ‚Langzeitorientierung‘ und die sechste Dimension ‚Genuss‘ wurden nachträglich hinzugefügt (vgl. Utler 2020: 7).

Bis heute werden Hofstedes Kulturdimensionen sowohl in wissenschaftlichen Publikationen als auch in Handbüchern und Ratgebern viel genutzt. Als Beispiel sei hier der von Ternés/Towers (2017) herausgegebene Sammelband *Interkulturelle Kommunikation. Länderporträts – Kulturunterschiede – Unternehmensbeispiele* genannt. Zwar wird im Einleitungskapitel auf Kritik eingegangen (vgl. Towers/Peppler 2017), dennoch werden z. B. im Beitrag „Spanien. Kulturelle Differenzen zwischen Siesta und Tapas“ (App/Ksienrzyk 2017) die Kulturdimensionen recht unreflektiert verwendet. Auch im *Palgrave Handbook of Cross-Cultural Business Negotiation* aus dem Jahr 2019 wird in Kapitel 15 „Negotiating with Managers from Spain“ Hofstedes Modell verwendet, um die Spanier (‚Spaniards‘) zu beschreiben (vgl. Olier/Valderrey 2019: 336), bevor anhand der Kategorien von Katz (vgl. Katz 2006 & 2014, zit. n. Olier/Valderrey 2019: 337)<sup>14</sup> genauer auf den spanischen Verhandlenden (‚the spanish negotiator‘ (Olier/Valderrey 2019: 338)) eingegangen wird. Die Autoren erwähnen zwar, dass es Kritik an Hofstedes Modell gibt, als Gegenargument genügt ihnen jedoch die Aussage, dass auch kein anderes unstrittiges Modell existiert (vgl. ebd.: 334).

Die Einfachheit des Modells, die zur großen Verbreitung und Reproduktion beitrug, führte jedoch auch zu vielfältiger Kritik. So ist es problematisch, dass ein gesamtes Land als homogene Gruppe charakterisiert und innere Heterogenität nicht beachtet wird. „Das Modell von Hofstede hat seine Schwäche in der Evaluierung einzelner Personen, da diese durchaus vom stereotypen Bild des Landes abweichen können“ (Towers/Peppler 2017: 18). Zudem kann die begrenzte Anzahl der Dimensionen Gesellschaften nicht vollständig abbilden (vgl. ebd.: 19). Hinzu kommt, dass die Umfrage nur mit IBM-Mitarbeitenden durchgeführt wurde, diese jedoch nicht dem Durchschnitt eines Landes entsprechen und eine Generalisierung auf die Gesamtbevölkerung mit

---

<sup>14</sup> Katz, Lothar (2006): *Negotiating International Business – The Negotiator’s Reference Guide to 50 Countries Around the World*. Scotts Valley, CA: Createspace Independent Pub. & Katz, Lothar (2014): *The Global Business Culture Guide – Hints and Caveats for Doing Business in 50 Countries Around the World*. Charleston, SC: BookSurge.

Vorsicht betrachtet werden sollte (vgl. ebd.: 18). Ein weiterer Kritikpunkt aus heutiger Sicht ist das Alter der Daten, da zur Zeit der Erhebung andere politische Rahmenbedingungen herrschten als jetzt (vgl. ebd.). Am Modell der Kulturdimensionen kann laut Utler (2020: 10) zudem kritisiert werden, dass es „eine Quantifizierbarkeit kultureller Unterschiede [impliziert]“, unabhängig davon, ob eine quantitative oder qualitative Methodik zugrunde liegt. „Ein weiteres Problem an den Kulturdimensionen ist deren Anspruch der übergreifenden Gültigkeit und Neutralität, bei dem die ‚westliche‘ Perspektive, aus der heraus die Forschung erfolgt, ausgeblendet bleiben soll“ (Utler 2020: 11).

Mit Jackson (2020), der nach dem Tod Hofstedes einen Nachruf über sein ‚Erbe‘ (engl. *legacy*) veröffentlichte, kann abschließend zusammengefasst werden, dass der Niederländer in den 1980ern den Startpunkt und eine wichtige Grundlage für die kritische Hinterfragung der damals verbreiteten ethnozentrischen Managementansätze legte. Hofstede beantwortete mit seiner Theorie die Frage, ob Managementprinzipien weltweit anwendbar sind (vgl. ebd.: 3). Heute reicht der auf wenige Dimensionen beschränkte und homogenisierende Vergleich von Nationalkulturen nicht mehr aus. Neben den oben genannten Kritikpunkten sind die Dimensionen nur deskriptiv, nicht evaluativ. Hofstedes Ergebnisse können beantworten, ob zwischen zwei Ländern Unterschiede bestehen, aber weder interkulturelle Situationen voraussagen, noch bestimmen, welche Handlungskonsequenzen aus den Differenzen abgeleitet werden sollten (vgl. ebd.: 4). Während Hofstede (2001: 73) in der zweiten Auflage seines Werks *Cultures Consequences* Gegenargumente für die an seinem Ansatz geäußerte Kritik formuliert, ist er sich der Grenzen seiner Forschung durchaus bewusst und sorgt sich über leichtfertige Reproduktion derselbigen, was an folgendem Zitat deutlich wird: „At times, my supporters worry me more than my critics“ (ebd.). Die Kulturdimensionen sollten heutzutage nicht unhinterfragt reproduziert werden. Es muss darüber hinaus gegangen werden, auch mit Blick auf die zu Beginn vorgestellten veränderten, dynamischen, offenen und interaktiven Auffassungen von Kultur und Interkulturalität.

### **2.2.3 Kulturstandards nach Alexander Thomas**

Eine dritte Möglichkeit stellen die Kulturstandards des deutschen Sozialpsychologen Alexander Thomas dar. „Kulturstandards sind Arten des Wahrnehmens, Denkens, Wertens und Handelns, die von der Mehrzahl der Mitglieder einer bestimmten Kultur

für sich und andere als normal, typisch und verbindlich angesehen werden“ (Thomas 2005: 25). Verhalten wird auf Basis der Standards beurteilt; innerhalb eines Toleranzbereichs kann es individuelle Abweichungen geben, während Handlungen außerhalb des Bereichs sanktioniert werden (vgl. Utler 2020: 12). Wichtig ist, dass Kulturstandards keinen universellen Gültigkeitsanspruch haben. Sie werden als kulturelational angesehen und „nehmen [...] keinen Kulturvergleich vor, sondern setzen an interkulturellen Situationen an“ (ebd.: 11; Hervorhebung im Orig.).

Als Grundlage dient die „Analyse sogenannter Kritischer Interaktionssituationen“<sup>15</sup> (ebd.: 12). Dafür werden viele verschiedene Personen befragt, die interkulturelle Erfahrungen mit einer spezifischen Kultur gemacht haben, z. B. Deutsche, die mit Spanier:innen zusammenarbeiten. „Es geht also nicht um irgendeine spezifische Situationsschilderung, sondern um einen prototypischen und für das Verhalten von Franzosen [bzw. Spaniern] aus deutscher Sicht charakteristischen Interaktionsverlauf“ (Thomas 2005: 29). Die gesammelten nacherzählten kritischen Situationen werden von Experten analysiert und Kulturstandards herausgearbeitet (vgl. ebd.: 29f). Diese teilt Thomas abhängig von ihrer Reichweite in zentrale und periphere Standards ein (vgl. Utler 2020: 12). Er betont, dass sich mit ihnen keine gesamte Kultur beschreiben lässt, aber die Standards als Orientierungshilfen dienen können (vgl. Thomas 2005: 30). Für die Untersuchung interkultureller Kommunikation ist insbesondere das Aufeinandertreffen verschiedener Standards interessant, das zu Missverständnissen führen kann (vgl. Barmeyer 2010: 105). Durch Kenntnis der eigenen und fremden Kulturstandards kann das Gegenüber besser verstanden und infolgedessen Problemen entgegen gewirkt werden (vgl. ebd.). Es ist anzumerken, dass die Darstellung der Ergebnisse auch hier kontrastiv nach Länderkulturen erfolgt (vgl. ebd.: 104).

Für Deutschland nennt Thomas (2005: 26) die sieben Kulturstandards Sachorientierung, Regelorientierung, Direktheit/Wahrhaftigkeit, Interpersonale Distanzdifferenzierung, Internalisierte Kontrolle, Zeitplanung und Trennung von Persönlichkeits- und Lebensbereichen. In Spanien dominieren hingegen die „aus Sicht deutscher Fach- und Führungskräfte ermittelt[en]“ (Rehbein/Thomas/Steinhuber 2009: 16)

---

<sup>15</sup> Der Begriff *critical incident* stammt ursprünglich von Flanagan, J. C. (1954): „The critical incident technique“. In: *Psychological Bulletin*, 51, S. 327-358.

Kulturstandards Familienorientierung, Interpersonale Distanzminimierung, Soziale Beziehungspflege, Kommunikationsgestaltung, Indirektheit, Statusorientierung und Regelrelativismus, die im Ratgeber *Beruflich in Spanien. Trainingsprogramm für Manager, Fach- und Führungskräfte* zusammengefasst sind (vgl. ebd.: 159-162).

Obwohl Thomas' Kulturstandards einigen der Kritikpunkte an Hofstedes Kulturdimensionen entgehen, nehmen auch sie eine vorherige Zuschreibung von Personen zu Kulturen vor und basieren auf Nacherzählungen kritischer Interaktionssituationen, die wie die Antworten in Interviews und Fragebögen verzerrt und nicht objektiv sein können. Bevor interpretiert wird, sollte zunächst geschaut werden, was wirklich konkret in den interkulturellen Gesprächssituationen geschehen ist. Wie an den Ausführungen zu erkennen ist, werden Unterschiede und Missverständnisse in interkulturellen Situationen zudem vorrangig durch den Faktor Kultur erklärt. Laut Müller-Jacquier (2009) handelt es sich dabei jedoch um einen fundamentalen Attributionsfehler.<sup>16</sup> Laut dem Autor liegt eine Fehleinschätzung von Missverständnissen in Interaktionen vor: „Nicht jedes Missverstehen beruht auf kulturell ausgeprägter ‚Mentalität‘“ (ders. 2019: 66). Aus den genannten Kritikpunkten leitet sich das Desiderat einer genaueren Untersuchung interkultureller Kommunikationssituationen aus linguistischer Sicht ab.

---

<sup>16</sup> Müller-Jacquier bezieht sich in seinem Beitrag konkret auf Attributionsfehler von Lernenden im Fremdsprachenunterricht. Die Aussagen lassen sich jedoch auch auf andere Bereiche übertragen.

### 3 PLÄDOYER FÜR PRAGMALINGUISTISCHE UNTERSUCHUNG INTERKULTURELLER (WIRTSCHAFTS-)KOMMUNIKATION<sup>17</sup>

In seinem Artikel „Missverstehen. Zur Analyse von Gesprächen unter der Bedingung von Interkulturalität“ konstatiert Müller-Jacquier (2019: 65) einen „Befund mangelnder pragmalinguistischer Differenzierung und die Tendenz zur Kulturalisierung fremdsprachlicher Erscheinungsformen [...]“. Mehrere Arbeiten belegen, dass Kommunikationsprobleme in interkulturellen Interaktionssituationen zumeist nicht divergierenden sprachlichen Konventionen, „sondern unterstellten kulturtypischen fremden Wertorientierungen bzw. *individuellen Vorlieben oder Eigenheiten* der Interaktionspartner“ (ders. 2000: 22; Hervorhebung im Orig.) attribuiert werden. Auch Siebold (2008a: 22f) geht darauf ein, dass Kommunikationsprobleme schnell auf die Person als Individuum und darauf aufbauend auf ihre Kultur zurückgeführt werden, und warnt vor Attributionsfehlern und „stereotypen Zuweisungen“ (dies.: 2008b: 9).

Müller-Jacquier (2019: 65) plädiert daher für einen Primat der Pragmalinguistik vor psychologischen oder kulturalisierenden Erklärungen. Es sei wichtig, „sprachliche Handlungen im lokalen Gesprächskontext erst genau zu bestimmen, bevor diese dann als Bewertungsgrundlage für Handlungsintentionen, -bewertungen und kulturelle Einordnungen gelten können“ (ebd.). Keim Cubas (2015: 68) bestätigt, dass „*conviene complementar la argumentación estereotipada con una observación detallada de los procesos interactivos reales*“. Es sollte also zunächst untersucht werden, was wirklich genau gesagt wurde.

In seinem Artikel zur *Linguistic Awareness of Cultures* stellt Müller-Jacquier (2000) Kategorien zur linguistischen Erklärung von Missverständnissen in interkulturellen Gesprächssituationen vor (vgl. ebd.: 22). So kann z. B. die soziale Bedeutung von Begriffen eine Problemquelle darstellen und insbesondere beim Verwenden einer *lingua franca* muss darauf geachtet werden, dass nicht zwangsläufig beide Interagierenden unter einem Wort das gleiche verstehen (vgl. ebd.: 27). Besonders deutlich wird dies bei (fast) homophonen Wörtern, die teilweise (stark) unterschiedliche Bedeutungen und Gebrauchsregeln haben und dadurch zu sprachlich bedingten Missverständnissen

---

<sup>17</sup> Teile des Plädoyers sind in gekürzter und primär auf Gesprächslinguistik bezogener Form bereits in Seeger (2023: 126f) erschienen.

führen können (vgl. ders. 2019: 69). Ein Beispiel, das im Wirtschaftsbereich relevant ist, sind dt. *Konzept* und frz. *concept*, die nicht den gleichen Bedeutungsinhalt haben.<sup>18</sup> So ist das französische *concept* als lose „vorläufige Zusammenstellung von Sachinformationen konventionalisiert“ (ebd.), während das deutsche *Konzept* bereits ausführlicher und geordneter ist (vgl. ebd., siehe auch Barmeyer 1996: 26). Soll also das Konzept bzw. *concept* für ein erstes Treffen im Rahmen einer angehenden Kooperation besprochen werden, ist es wahrscheinlich, dass die Deutschen ihre „penibel ausgearbeiteten und ausführlich faktenbezogen, schriftlich dokumentierten Vorstellungen“ (Müller-Jacquier 2000: 27) mitbringen, während die französische Seite eine „erste Grundlage für ein gemeinsames *brainstorming*“ (ebd.) beisteuert, was bei beiden Seiten zu Fehlinterpretationen und Vorurteilen führen kann. So können die deutschen und französischen Geschäftspartner:innen die jeweils andere Seite als ‚ordentlich‘ oder ‚oberflächlich‘ einschätzen, ohne zu hinterfragen, ob ihr differierendes Handeln durch eine unterschiedliche Bedeutung des Begriffs begründet ist (vgl. ebd.).

Ein ebenfalls im Geschäftskontext bei der Planung von Terminen relevantes Beispiel ist der abweichende zeitliche Rahmen von Tageszeiten im Deutschen und Spanischen. Laut Springer (2012: 106) „sind auch diejenigen Tageszeiten, die ein sprachliches Pendant aufweisen[,] nicht immer identisch in Bezug auf die damit verbundenen Uhrzeiten“. So wird unter dt. ‚Nachmittag‘ und sp. *tarde* nicht das gleiche verstanden.

Diese unterschiedliche Tageseinteilung mitsamt den verschiedenen Essenszeiten und einem verschiedenen Tagesrhythmus kann zu zahlreichen Missverständnissen führen. Verabredungen ‚al mediodía‘, ‚am Mittag‘, oder ‚por la tarde‘, ‚am Nachmittag oder Abend‘ können Differenzen von zwei Stunden oder sogar mehr in den Zeiterwartungen mit sich zu [sic!] bringen (ebd.).

Es ist leicht vorstellbar, dass dadurch begründete „Verspätungen“ schnell auf die spanische Kultur, und nicht auf das sprachliche Missverständnis zurückgeführt werden.

Zu falschen Interpretationen und Kulturalisierungen können auch „gleiche Realisierungsformen eines Sprechakts [...], der in Fremd-/Muttersprache L1 und in Fremd-/Muttersprache L2 unterschiedliche Intentionen ausdrückt“ (Müller-Jacquier 2019:

---

<sup>18</sup> Das Beispiel stammt laut Barmeyer (1996: 26) ursprünglich aus dem Zeit-Artikel „Luther gegen Descartes“ von Ludwig Siegele vom 5.2.1993.

68), führen. So ist die Äußerung *si vous voulez* eine auf Französisch übliche positive Zustimmung, die wörtliche Übersetzung *wenn Sie wollen* ist jedoch „im Deutschen konventioneller Weise eine eingeschränkte **Zustimmung**, nämlich ‚ohne Eigenpositionierung‘“ (ebd.; Hervorhebung im Orig.). Der:die Gesprächspartner:in könnte also denken, dass die Person selbst nicht überzeugt ist oder einen gemachten Vorschlag ablehnt. „Bei mehrfachen Erfahrungen entsteht dann der Eindruck, ein Gegenüber sei zögerlich (Psychologisierung) oder Franzosen würden **Vorschlägen** generell nicht eindeutig **zustimmen** (Zögerlichkeit als Kulturalisierung)“ (ebd.; Hervorhebung im Orig.).<sup>19</sup> Auch Ehrhardt/Heringer (2011: 128) warnen vor vereinfachenden und voreiligen Kulturalisierungen beim Interpretieren unterschiedlicher Sprechaktrealisierungen: „Wenn Franzosen Komplimente signifikant häufiger mit Einschränkungen und Abschwächungen annehmen als US-Amerikaner, dann heißt das nicht, dass Franzosen bescheidener sind [...]“. Wenn, dann kann man daraus schließen, dass Komplimente und deren Annahmen sprachlich anders konventionalisiert sind.

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass auch sprachliche Konventionen kulturell gewachsen sind. Hier soll nicht gesagt werden, dass Kultur keine Rolle spielt, sie sollte aber nicht vorschnell als Erklärung herangezogen werden, bevor untersucht wurde, ob einige der Kommunikationsprobleme primär sprachlich basiert sind. „Language is culture – culture is language. Culture and language are intertwined and shape each other. The two are inseparable“ (Trosborg 2010: 2). Wie das Zitat zeigt, sind Kultur und Sprache untrennbar miteinander verbunden und beeinflussen sich gegenseitig. Einerseits wird Kultur durch Sprache tradiert und die Sprache einer Gemeinschaft ist gewissermaßen der Speicher ihres kulturellen Gedächtnisses (vgl. Ehrhardt/Heringer 2011: 120). Andererseits werden auch die Sprache und der Sprachgebrauch von Kultur geformt (vgl. ebd.). „Sprechhandlungen werden immer ausgeführt im kulturellen Kontext, gleichzeitig prägen sie diesen Kontext und damit die Kultur“ (ebd.: 121).<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Weitere Bereiche, die laut Müller-Jacquier (2000: 29-39) zu Missverständnissen führen können sind Gesprächsorganisation, Direktheit/Indirektheit, Register, para- und nonverbale Faktoren sowie kulturspezifische Werte/Einstellungen und Handlungen/Handlungssequenzen.

<sup>20</sup> Vertreter:innen der Sprachlichen Relativität betrachten nicht nur Sprache und Kultur, sondern gehen gewissermaßen einen Schritt weiter und beziehen auch das Denken mit ein. Die Kultur formt sprachliche Kategorien und diese beeinflussen wiederum die Wahrnehmung und schaffen unterschiedliche Realitäten (vgl. Elsen 2014: 73). „Damit kann ein Individuum die Natur nie ganz unvoreingenommen beschreiben, weil die Sprache Interpretationsrichtungen vorgibt“ (ebd.). Das Denken wird jedoch nur



Diesen komplexen Zusammenhang zwischen Sprache und Kultur untersuchen viele verschiedene Disziplinen, die von Kuße (2012) unter dem Oberbegriff der ‚Kulturwissenschaftlichen Linguistik‘ zusammengeführt werden. Er betrachtet „Kultur als sprachliches wie auch Sprache als kulturelles Phänomen“ (ebd.: 5). Das Verbindungselement, durch das eine „zweifache und korrelative Verknüpfung der Untersuchungsbereiche“ (ebd.: 36) entsteht, ist die Kommunikation. In der Kulturwissenschaftlichen Linguistik geht es darum, wie sich Kultur in Sprache manifestiert. Der Autor spricht von einer

Verhältnisbestimmung von kulturellen Makro- und sprachlichen Mikrostrukturen, d. h. die Frage, wie sich die Makroformen von Kulturen durch Kommunikationssituationen, Textsorten und Texte auf die sprachliche Gestalt einzelner Äußerungen auswirken (ebd.: 5).

Interessant ist insbesondere die von ihm vorgenommene Abgrenzung von der Kulturwissenschaft: „Die Perspektive bleibt jedoch immer sprachlich, d. h. im engen Sinne ist immer die Sprache das eigentliche Untersuchungsobjekt“ (ebd.: 40). Somit passt die Kulturwissenschaftliche Linguistik hervorragend zur von Müller-Jacquier (2019) geforderten Sichtweise, da sie der Linguistik einen Primat einräumt, aber die Kultur nicht ausschließt. „Die Kulturwissenschaftliche Linguistik untersucht Sprache in kulturellen Handlungszusammenhängen. Die linguistische Pragmatik ist für sie deshalb eine, wenn nicht *die* Grundlagenwissenschaft“ (Kuße 2012: 83; Hervorhebung im Orig.). Das nächste Kapitel befasst sich mit wichtigen pragmatischen Theorien und Methoden.

---

gelenkt, und nicht wie beim Determinismus bestimmt (vgl. ebd.: 75). Für ausführliche Erklärungen zum Prinzip der Sprachlichen Relativität und dessen Überinterpretationen siehe Elsen (2014: 71-85).

## 4 PRAGMALINGUISTISCHE GRUNDLAGEN DES FORSCHUNGS- STANDES

### 4.1 Definition und Hintergründe

Der Begriff *pragma* stammt aus dem Griechischen und bedeutet Handeln/Sache (vgl. Linke et al. 2004: 194). Im Bereich der Pragmalinguistik wird „[...] Sprechen als Handeln [untersucht]“ (Ehrhardt/Heringer 2011: 121). Schauer (2024: 9) fasst in ihrem aktuellen Werk verschiedene Definitionen zusammen:

[...] pragmatics is concerned with the intentions and aims of language users and their use of language in an individual context, which should ideally be appropriate and effective and thus have the desired impact on their interlocutor and achieve their intended aim(s).

Es geht also darum, wie Sprache in verschiedenen Kontexten benutzt wird. Ein besonderes Augenmerk liegt auf Intentionen und Effekten dieser Sprachverwendung. Analysiert werden unter anderem verschiedene Sprechakte, wie z. B. Aufforderungen, Bitten und Entschuldigungen, auf die später genauer eingegangen wird.

Die Ursprünge reichen vermutlich weiter zurück, aber „[a]nerkannt als linguistische Disziplin wird die Pragmatik seit den 30er Jahren des letzten Jahrhunderts, damals noch beheimatet in der sog. Semiotik und im logischen Empirismus“ (Ehrhardt/Heringer 2011: 10). Aufbauend auf der Dreiteilung des Zeichens von Charles Sanders Peirce entwickelte Charles Morris die Dreiteilung der Semiotik (vgl. ebd.):

- (i) Die Syntax behandle die Beziehungen zwischen den Zeichen.
- (ii) Die Semantik behandle die Beziehungen zwischen den Zeichen und ihrer Bedeutung.
- (iii) Die Pragmatik behandle die Beziehung zwischen Zeichen und ihren Benutzern [...] (ebd.; siehe auch Morris 1938: 6f).

Obwohl diese Einteilung kritisiert werden kann, da die drei Bereiche nicht klar voneinander abgrenzbar sind und sich gegenseitig beeinflussen (vgl. Ehrhardt/Heringer 2011: 10), konstatieren Ehrhardt/Heringer (2011: 10), dass sie häufig Anwendung findet: „Dennoch zieht sich durch die pragmatische Diskussion ständig die Frage, ob eine Erscheinung semantisch oder pragmatisch sei. So in der Frage, was gesagt, was explizit sei und was nur gemeint oder inexplizit sei“. Daher scheint es – auch wenn eine

scharfe Trennung nicht aufrechterhalten werden kann – für die Gegenstandsbestimmung der Pragmatik hilfreich, sie von der Semantik abzugrenzen. Diese Unterscheidung soll in den folgenden Abschnitten genauer erklärt werden.

Die Semantik beschäftigt sich wie oben erwähnt mit der Bedeutung (sprachlicher) Zeichen. Hier geht es um die konventionelle lexikalische Bedeutung, die im Wörterbuch steht (vgl. Mroczynski 2014: 201). „Die weiteren inhaltlichen Bestandteile, welche im konkreten Kontext unter Umständen gemeint sind bzw. interaktiv ausgehandelt werden, werden außer Acht gelassen“ (ebd.). Demgegenüber steht die klassische Konversations- bzw. Gesprächsanalyse, laut der es gar keine kontextunabhängige Bedeutung gibt und sie immer erst im Kontext interaktiv hergestellt werden muss (vgl. ebd.; siehe auch Deppermann 2002: 16). Mroczynski (2014: 201) plädiert in seiner Einführung in die Gesprächslinguistik dafür, beide Bedeutungsarten zu betrachten und unterscheidet basierend auf Keller (1995) zwischen Bedeutung und Sinn: „Die Bedeutung ist Keller zufolge die Gebrauchsregel, und der Sinn ist das, was in einer konkreten Situation damit gemeint ist bzw. was zwischen den Gesprächspartnern interaktiv ausgehandelt wird“ (Mroczynski 2014: 201; vgl. auch Keller 1995: 130).

Diese Dichotomie ist auch für die Pragmatik wichtig, da sie Sprachverwendung im Kontext untersucht und zwischen „[w]örtliche[r] und pragmatisch angereicherte[r] Bedeutung“ (Eckardt 2021: 11) differenziert. Eng damit verbunden ist die Unterscheidung zwischen Satz und Äußerung:

Ein Satz ist eine Folge von Wörtern, die nach den Regeln des Deutschen zusammengefügt sind. Derselbe Satz kann in unterschiedlichen Situationen geäußert werden. Nur eine Äußerung hat einen Sprecher, der sich auf geteiltes Wissen berufen kann, Absichten hat, die anliegenden Probleme des Adressaten kennt usw. Während die Satzbedeutung (auch: wörtliche Bedeutung) über alle Äußerungen hinweg konstant bleiben sollte, wird die Äußerungsbedeutung (angereicherte Bedeutung) je nach Kontext bestimmt (ebd.).

Es ist zu erkennen, dass auf einer Seite die kontextunabhängigen Konzepte ‚Bedeutung‘ und ‚Satz‘ stehen und sich auf der anderen mit ‚Sinn‘ und ‚Äußerung‘ diejenigen befinden, die sich je nach Situation ändern können. Ehrhardt/Heringer (2011: 37) fassen den Zusammenhang zwischen den Bestandteilen zusammen: „Die Äußerung wird auf der Folie des Satzes erkannt, der Sinn wird auf der Basis der Bedeutung erschlossen. Der Pragmatik obliegt es, die Lücke zwischen Bedeutung und Sinn zu schließen“.

Doch wie genau hängen Gesagtes und Gemeintes zusammen? Wie kann der Hörer in einer konkreten Situation das vom Sprecher Gemeinte verstehen? Gibt es Regeln, die ihm dabei helfen?

## 4.2 Implikaturen und Kooperationsprinzip

Paul Grice leistete in seinem Artikel „Logic and conversation“ aus dem Jahr 1975 wichtige Grundlagenarbeit für das Verständnis von menschlicher Kommunikation im Allgemeinen und den Zusammenhang von Gesagtem und Gemeintem im Speziellen. Er reiht sich in die oben aufgeführte Unterscheidung ein, und erklärt, dass er mit ‚sagen‘ das wörtlich Gesagte bzw. die konventionelle Bedeutung meint. Für das zusätzlich Gemeinte, das nicht gesagt wird, führt er den Begriff der Implikatur ein (vgl. Grice 1975: 43f). Grice unterscheidet zwischen konventionellen und konversationellen Implikaturen. Erstere basieren auf der konventionellen Bedeutung (vgl. ebd.: 44f).<sup>21</sup> Letztere sind von der konkreten Interaktion abhängig. Um deren Funktionsweise nachvollziehen zu können, führt der Autor das sogenannte Kooperationsprinzip ein, da Gespräche kooperative Unterfangen sind und die Gesprächspartner:innen auf ein mehr oder weniger konkret festgelegtes gemeinsames Ziel hinarbeiten. Er geht davon aus, dass das Kooperationsprinzip von den Gesprächsteilnehmenden befolgt wird (vgl. ebd.: 45). Unkooperative Gespräche wie Streit sind davon ausgeschlossen (vgl. Eckardt 2021: 31).

Das Kooperationsprinzip lautet: „Make your conversational contribution such as is required, at the stage at which it occurs, by the accepted purpose or direction of the talk exchange in which you are engaged“ (Grice 1975: 45). Zum Kooperationsprinzip gehören mehrere Maximen und Submaximen, die Grice in vier Kategorien einteilt (vgl. ebd.). Diese nennt er basierend auf Kant „Quantity, Quality, Relation, and Manner“ (ebd.). Bezogen auf die Quantität soll ein Sprecher seinen Gesprächsbeitrag so informativ wie für die aktuelle Interaktion erforderlich, aber nicht informativer als nötig machen (vgl. ebd.). Die Maximen der Qualität beziehen sich auf den Wahrheitsgehalt der Äußerung, so soll der Sprecher nichts sagen, was er für falsch hält oder wofür er nicht genügend Belege hat (vgl. ebd.: 46). Die dritte Kategorie ‚Relation‘ wird auf

---

<sup>21</sup> An dieser Stelle ist es interessant zu bedenken, dass konventionelle Implikaturen im interkulturellen Bereich von Bedeutung sein können, wenn die eine Seite die Konvention nicht kennt.

Deutsch häufig Relevanzmaxime genannt<sup>22</sup>, da der Sprecher nur relevante Dinge sagen soll. Die letzten Maximen beziehen sich auf die Art und Weise und schreiben vor, dass der Sprecher sich klar, kurz und geordnet ausdrücken und Ungenauigkeit und Ambiguität vermeiden soll. Er weist darauf hin, dass die Maximen nicht gleich wichtig sind; so sei es schlimmer zu lügen, als zu ausschweifend zu reden (vgl. ebd.).

Laut Grice (1975: 48) erlernen Menschen die Maximen während ihrer Kindheit und verhalten sich im Einklang mit ihnen. Dennoch „handelt es sich nicht um eine Art sprachliche Benimmregeln“ (Eckardt 2021: 31), sondern eher um implizites Wissen, das aus vorherigen Kommunikationserfahrungen erlernt wurde (vgl. ebd.). „Grice nimmt an, dass wir als Sprecher instinktiv diese Maximen befolgen und ebenso davon ausgehen, dass unsere Gesprächspartner sie befolgen“ (ebd.).

Doch wie lassen sich dadurch Implikaturen erklären bzw. verstehen? „Der springende Punkt ist, dass die Maximen zwar bestehen, aber auch verletzt werden können. Sie stellen nämlich im Gegensatz zum Kooperationsprinzip keine feststehende und unumstößliche Norm dar, die immer Gültigkeit behält“ (Mroczynski 2014: 203). So gibt es laut Grice (1975: 49) verschiedene Möglichkeiten, eine Maxime in einem Gespräch nicht zu erfüllen. Dazu zählen das stille und unauffällige Verletzen einer Maxime, das den Hörer in die Irre führen kann, das sogenannte *opt out*, bei dem der Sprecher aus dem Kooperationsprinzip oder der Maxime aussteigt und bspw. zu verstehen gibt, dass er nicht mehr sagen kann, und der Konflikt (engl. *clash*) zwischen zwei Maximen, wenn der Sprecher nicht in der Lage ist, beide zu erfüllen (z. B. Qualität und Quantität). Besonders interessant für Implikaturen ist der vierte von Grice genannte Fall, das *flouting*: „He [the speaker] may FLOUT a maxim; that is, he may BLATANTLY fail to fulfill it“ (ebd.; Hervorhebung im Orig.).

Geht man davon aus, dass der Sprecher sehr wohl in der Lage wäre, die Maxime zu erfüllen und auch die anderen genannten Verletzungen nicht vorliegen, muss der Hörer sich im Falle des offensichtlichen Missachtens einer Maxime von Seiten des Sprechers fragen, wie das Gesagte mit dem Kooperationsprinzip in Einklang gebracht werden kann (vgl. ebd.). Laut Grice liegt in diesen Fällen typischerweise eine konversationelle Implikatur vor und der Sprecher nutzt die Maxime aus, um dem Hörer etwas

---

<sup>22</sup> Siehe z. B. Eckardt 2021: 31.

mitzuteilen, ohne es wörtlich zu sagen (vgl. ebd.). Das Gesagte steht zwar mit den Maximen in Konflikt, der Hörer kann jedoch davon ausgehen, dass das Gemeinte dem Kooperationsprinzip entspricht (vgl. ebd.: 52).

Interessant ist an dieser Stelle, dass der Sprecher naheliegende Implikaturen ausschließen kann, wenn er nicht will, dass der Hörer mehr in das Gesagte hineininterpretiert.<sup>23</sup> Ein Beispiel hierfür wäre: „*Es zieht, lass aber bitte das Fenster auf*“ (Mroczynski 2014: 204). Wird die Implikatur nicht gestrichen, hat der Hörer mehrere Möglichkeiten, das Gesagte anzureichern, damit es den Maximen entspricht (vgl. Eckardt 2021: 44). Wie der Hörer vorgehen kann, um zu inferieren, was wirklich gemeint ist, wird im Kapitel zu indirekten Sprechakten (Kap. 4.3.3) genauer erklärt.

## 4.3 Sprechakttheorie

### 4.3.1 Ebenen eines Sprechakts (Austin)

In der als *James Williams Lectures* bekannten Vorlesungsreihe *How to do things with words* an der Universität Harvard legte John Langshaw Austin im Jahr 1955 die Grundlage für die Sprechakttheorie. Davor hatten Philosophen Äußerungen nur als beschreibend oder Fakten konstatierend angesehen und an ihrem Wahrheitsgehalt gemessen (vgl. Austin 1975: 1). Es gibt aber nicht nur richtige und falsche Aussagen, denn durch Äußerungen können Sachverhalte auch erst herbeigeführt werden (vgl. Eckardt 2021: 121). Eckardt (2021: 122) nennt hier als Beispiel die Äußerung „Sie sind entlassen“. Je nach Kontext und Sprecher „berichtet [sie] einen Zustand“ (ebd.) oder „verursacht den neuen Zustand“ (ebd.). Auch rituelle Ausdrücke wie ‚Gesundheit‘ und ‚Herzlichen Glückwunsch‘ sind nicht wahr oder falsch (vgl. ebd.).

Deshalb führt Austin (1975: 3-6) als Gegenstück zu den Konstativa die Performativa ein. Den Begriff leitet er ab von engl. *perform*, weil damit eine Handlung (*action*) durchgeführt wird (vgl. ebd.: 6f). Er fokussiert zunächst „**explizit-performative Äußerungen** [...], die ein entsprechendes Sprechaktverb enthalten“ (Eckardt 2021: 124; Hervorhebung im Orig.). Diese sind wie folgt aufgebaut: „Ich <performatives Verb, Präsens> <2. Pers.> hiermit...“ (ebd.). Austin (1975: 58) weist selbst bereits darauf

---

<sup>23</sup> Dadurch lassen sie sich auch von logischen Folgerungen, die in der Semantik untersucht werden, abgrenzen: „Die logischen Folgen einer Aussage [...] kann man nicht zurücknehmen, außer man nimmt auch die Aussage zurück“ (Eckardt 2021: 29).

hin, dass es darüber hinaus andere Sprechakte gibt, wie bspw. „out“. Auch Eckardt (2021: 125) bestätigt, dass die Sichtweise für einen ersten Überblick gut ist, jedoch zu kurz greift. So sei es „nicht der Fall, dass die expliziten Performative das Feld aller möglichen Sprechakte definieren“ (ebd.). Die Unterscheidung ist verglichen mit den Betrachtungen vor der Sprechakttheorie ein wichtiger Fortschritt, dennoch wird sie von Austin selbst und danach unter anderem von Searle weiterentwickelt, um der Realität der menschlichen Kommunikation besser gerecht zu werden.

Austins eigene Sichtweise verändert sich interessanterweise über die Kapitel seiner Vorlesung *How to do things with words*. Zu Beginn der Vorlesung schließen sich ‚Sprechakt sein‘ und ‚Aussage sein‘ gegenseitig aus, am Ende der Vorlesung aber wird das Assertieren als ein eigener Typus von Sprechakt anerkannt (ebd.).

Im weiteren Verlauf der Vorlesung untergliedert Austin den Sprechakt in mehrere Teilakte. Der lokutionäre<sup>24</sup> Akt besteht aus der lautlichen Äußerung eines Satzes mit einer bestimmten wörtlichen Bedeutung (vgl. Austin 1975: 109). Der illokutionäre Akt bezieht sich auf die Funktion der Sprache, die nach der *illocutionary force* unterschieden wird (vgl. ebd.: 100). Als Beispiele nennt Austin „informing, ordering, warning, undertaking“ (ebd.: 109). Der dritte Teilakt, der perlokutionäre Akt, ist das, was beim Hörer ankommt bzw. der Effekt, der ausgelöst wird, z. B. „convincing, persuading, deterring, [...] surprising or misleading“ (ebd.).<sup>25</sup>

Austin (1975: 106) weist darauf hin, dass zwischen intendierten und nicht intendierten Effekten differenziert werden muss. Deshalb unterscheidet Kuße (2012: 84) zwischen perlokutionärer Intention und perlokutionärem Effekt. Erstere „[führt] nicht notwendig zu Perlokutionen“ (ebd.) und letzterer kann entstehen, ohne „vom Sprecher intendiert“ (ebd.) gewesen zu sein. So kann sich der Hörer beleidigt fühlen, auch wenn die Beleidigung nicht mit Absicht als Handlung (Perlokution) durchgeführt wurde (vgl. ebd.). Während die Effekte laut Kuße evident sind<sup>26</sup>, „sind perlokutionäre Intentionen und mithin Perlokutionen als Handlungen nicht unmittelbar wahrnehmbar“ (ebd.). Der

---

<sup>24</sup> Searle (1969: 24) spricht statt von lokutiven Akten von „utterance acts“ und fügt Austins Einteilung den propositionalen Akt hinzu, der aus „[r]eferring and predicating“ (ebd.) besteht.

<sup>25</sup> Auf Deutsch ist teilweise auch von lokutivem, illokutivem und perlokutivem Akt die Rede (vgl. z. B. Eckardt 2021: 131).

<sup>26</sup> Hierüber lässt sich streiten; jemand könnte sich z. B. nicht anmerken lassen, dass er beleidigt ist.

Hörer kann nur mutmaßen, warum der Sprecher eine bestimmte Sprechhandlung durchgeführt hat und was er damit erreichen will. „Die Zuschreibung einer perlokutionären Intention [...] ist eine Interpretation der manifesten Sprechakte im Hinblick auf ihre Wirkungsabsichten“ (ebd.). Insbesondere im interkulturellen Kontext ist es interessant zu untersuchen, wie ein Sprechakt vom Hörer verstanden wird und welche Absichten er dem Sprecher unterstellt.

Eine weitere Herausforderung besteht darin, den Erfolg eines Sprechaktes zu messen. Meist wird zwischen Gelingen und Erfolg unterschieden. Janichs (2012) Ausführungen beziehen sich auf Werbekommunikation, können aber auch auf andere (sprachliche) Handlungen übertragen werden:

Eine Handlung *gelingt*, wenn ihre *Ausführung* ‚klappt‘, wenn also beispielsweise eine Aufforderung vom Gegenüber gehört und (grammatisch und semantisch) verstanden wird. *Erfolgreich* ist eine Handlung dann, wenn der mit der Handlung verfolgte *Zweck* erfüllt wird, d. h., wenn das Gegenüber der Aufforderung auch nachkommt (ebd.: 216; Hervorhebung im Orig.).

Der erste Teil bezieht sich auf den illokutionären Akt. Dieser glückt laut Austin (1975: 116f), wenn die Information gehört und aufgenommen wird. Für den Erfolg muss auch der intendierte perlokutive Effekt eintreten (vgl. Janich 2012: 216).

Insgesamt aber ist eher unklar, inwiefern der perlokutionäre Akt zum Gelingen des Sprechaktes notwendig ist. Die meisten Fachdebatten und Lehrbücher konzentrieren sich deshalb auf den lokutiven und den illokutiven Akt als wesentliche Bestandteile (Eckardt 2021: 131).

Gerade im Bereich der Wirtschaftskommunikation sind die tatsächlichen Konsequenzen jedoch sehr wichtig. Wie in Kap. 2.1.4 ausgeführt, ist wirtschaftliche Kommunikation per se perlokutionär (vgl. Kuße 2012: 194). Die Wirkung der Sprechakte sollte daher auch untersucht werden.

### **4.3.2 Arten von (illokutiven) Sprechakten (Searle)**

Searle, ein Schüler Austins, geht ebenfalls davon aus, dass Sprechen regelgeleitetes Verhalten ist und dass Sprechakte die Minimaleinheiten menschlicher Sprache



darstellen (vgl. Searle 1969: 16). In seinem Artikel „A classification of illocutionary acts“<sup>27</sup> aus dem Jahr 1976 stellt er seine Einteilung der Sprechakte vor, „die bis heute der Ausgangspunkt neuer Analysen und Einzelstudien ist und daher zum Kanon der Sprechaktforschung gehört“ (Eckardt 2021: 137).<sup>28</sup> Basierend auf zwölf Dimensionen kategorisiert er die illokutiven Sprechakte in fünf grundlegende Arten (vgl. Searle 1976: 1).

Die erste Gruppe bilden die sogenannten Repräsentativa bzw. Assertiva<sup>29</sup>. Dabei handelt es sich um Aussagen des Sprechers, die wahr oder falsch sein können (vgl. ebd.: 10). Typische Verben sind *creer* und *constatar* (vgl. Siebold 2008a: 48). Als zweite Kategorie nennt Searle die Direktiva. Mit ihnen versucht der Sprecher, den Hörer zu einer Handlung zu veranlassen. Die Intensität der direktiven Sprechakte kann variieren. So kann der Sprecher lediglich vorschlagen oder aber darauf bestehen, dass sein Gegenüber eine Handlung ausführt (vgl. Searle 1976: 11). Verben, die direktive Sprechakte bezeichnen, sind unter anderem *pedir* und *ordenar* (vgl. Siebold 2008a: 48). Davon abzugrenzen sind die Kommissiva, die die dritte Gruppe bilden und bei denen sich der Sprecher selbst zu einer zukünftigen Handlung verpflichtet (vgl. Searle 1976: 11). Entsprechende Verben sind *prometer* und *ofrecer* (vgl. Siebold 2008a: 49). Die vierte Kategorie, die Expressiva, sind Ausdruck der psychologischen Haltung des Sprechers (vgl. Searle 1976: 12). Verben, die expressive Sprechakte beschreiben, sind unter anderem *perdonar*, *agradecer* und *felicitar* (vgl. Siebold 2008a: 49). Eine letzte besondere Gruppe stellen die Deklarativa dar. Sie unterscheiden sich von den anderen Kategorien, da ihre erfolgreiche Ausführung die ausgesprochene Tatsache herbeiführt (vgl. Searle 1976: 13f). Dafür müssen jedoch zusätzliche extralinguistische Rahmenbedingungen gegeben sein. So müssen die Personen bspw. bestimmte Positionen

---

<sup>27</sup> Der Beitrag wurde zudem im Jahr 1975 mit dem Titel „A taxonomy of illocutionary acts“ in *Language, Mind, and Knowledge* (Hrsg. Keith Gunderson) und im Jahr 1980 als Kapitel des Werks *Expression and meaning* von Searle veröffentlicht.

<sup>28</sup> Auch Austin (1975: 151) nennt am Ende seiner Vorlesung eine Einteilung in fünf Arten von Sprechakten: „(1) Verdictives. (2) Exercitives. (3) Commissives. (4) Behabitives [...]. (5) Expositives“, die jedoch aus verschiedenen Gründen „der Searle’schen unterlegen ist“ (Eckardt 2021: 134) und weniger genutzt wird.

<sup>29</sup> Später spricht Searle nur noch von Assertiva, „since any speech act with a propositional content is in some sense a representation“ (Searle 1980: viii).

innerhalb der Kirche oder der Justiz innehaben, um bestimmte deklarative Akte wie Hochzeiten oder Ernennungen wirkungsvoll vornehmen zu können (vgl. ebd.).

Für die erfolgreiche Durchführung der Sprechakttypen nennt Searle vier Arten von Gelingensbedingungen, die jeweils erfüllt sein müssen. Diese vier Bedingungen heißen *preparatory condition*, *sincerity condition*, *propositional content condition* und *essential condition* (vgl. ders. 1975: 71).<sup>30</sup>

Es geht um etwas, was geeigneten Inhalts sein muss (propositionaler Inhalt). Häufig müssen Sprecher und Hörer geeigneter Art sein und in den geeigneten Beziehungen zueinander stehen (vorbereitende Bedingungen). Der Sprecher muss es ehrlich meinen [Ehrlichkeitsbedingung]. Und es muss Teil der von beiden geteilten Kultur sein, dass Hörer und Sprecher verstehen, welcher Akt ausgeführt werden soll (essenzielle Bedingung) (Eckardt 2021: 142).

Mit diesen Regeln können Linguist:innen die verschiedenen Sprechakttypen detailliert beschreiben und voneinander abgrenzen.<sup>31</sup> Doch wie erkennt ein Hörer in einer Alltagssituation, um welchen Sprechakt es sich handelt? Die illokutive Kraft, also die Art des illokutiven Aktes, kann durch verschiedene Aspekte angezeigt werden. Illokutionsindikatoren „sind formale Elemente der Äußerung, die zumindest in eine bestimmte Illokutionsrichtung weisen“ (Linke et al. 2004: 215). Für das Englische nennt Searle (1969: 30) „word order, stress, intonation contour, punctuation, the mood of the verb, and the so-called performative verbs“. Es gibt jedoch nicht nur eindeutige Fälle, deren illokutive Kraft direkt klar erkennbar ist, sondern auch solche, bei denen die Illokutionsindikatoren in eine Richtung zeigen, der Sprecher jedoch etwas anderes mitteilen möchte (vgl. Siebold 2008a: 50f). Das hängt damit zusammen, dass – wie bereits in Kap. 4.2 erklärt – ein Satz mehr meinen kann als nur das offensichtlich Gesagte. „In hints, insinuations, irony, and metaphor—to mention a few examples—the speaker's utterance meaning and the sentence meaning come apart in various ways“ (Searle

---

<sup>30</sup> Auch Austin nannte bereits ähnliche Glückensbedingungen, die zur erfolgreichen Durchführung eines Aktes erfüllt sein müssen. Für eine ausführliche Aufschlüsselung siehe Austin (1975: 15).

<sup>31</sup> An dieser Stelle ist anzumerken, dass nicht alle Sprechakte immer klar einer Kategorie zugeordnet werden können (vgl. Eckardt 2021: 132). Während Sprechakte von Austin und Searle „monologisch aufgefasst“ (ebd.: 146) werden und sie nur die Sprecherseite betrachten, nennt Eckardt (2021: 133) koordinative Sprechakte wie z. B. Wetten als Ausnahmen, bei denen eine Kooperation zwischen Sprecher und Hörer nötig ist und beide sich zu etwas verpflichten. Auch der in der Wirtschaft wichtige Akt des (Ver-)Kaufens fällt in diese Kategorie (vgl. ebd.) Eckardt schlägt daher vor, Sprechakte als Vertragsabschlüsse zu betrachten (vgl. ausführlich Eckardt 2021: Kap. 10).

1975: 59). Sogenannte indirekte Sprechakte werden im folgenden Kapitel genauer behandelt.

### 4.3.3 Indirekte Sprechakte (Searle)

Indirekte Sprechakte sind solche, „in which one illocutionary act is performed indirectly by way of performing another“ (Searle 1975: 60). Es handelt sich um „Äußerungen [...], bei denen der wörtlich ausgedrückte Sprechakt und der gemeinte Akt nicht identisch sind“ (Eckardt 2021: 146). Searle (1975: 60f) stellt in seinem Artikel „Indirect Speech Acts“ folgende Hypothese auf:

In indirect speech acts the speaker communicates to the hearer more than he actually says by way of relying on their mutually shared background information, both linguistic and nonlinguistic, together with the general powers of rationality and inference on the part of the hearer.

Der Sprecher teilt dem Hörer mehr mit, als er wörtlich sagt und dieser kann das Gemeinte auf Basis von gemeinsamem Hintergrundwissen und Rationalität inferieren. Hier wird die Ähnlichkeit zu Implikaturen deutlich bzw. dass für das Verstehen indirekter Sprechakte Implikaturen nötig sind.

Searle veranschaulicht den Verstehensprozess anhand eines Beispiels: Wenn A zu B sagt „Lass uns heute Abend ins Kino gehen“ (ebd.: 61; Übersetzung durch die Verfasserin) und B antwortet „Ich muss für eine Prüfung lernen“ (ebd.; Übersetzung durch die Verfasserin), weiß A mit großer Wahrscheinlichkeit, dass B den Vorschlag ablehnt. An der reinen Satzbedeutung ist dies jedoch nicht zu erkennen, da es sich zunächst nur um eine Aussage handelt (vgl. ebd.: 62). So ist der Antwortsatz von B nicht standardmäßig eine Ablehnung und kann in anderen Kontexten einfach eine Information darstellen. Woher weiß A also, dass B seinen Vorschlag ablehnt? Bzw. wieso ist es möglich, dass B den Satz als Ablehnung verwendet? (vgl. ebd.).

Um diese Frage zu beantworten, unterscheidet Searle (1975: 62) zwischen primärem und sekundärem illokutionärem Akt, wobei der primäre die gemeinte Hauptintention darstellt und der sekundäre die wörtlich ausgesprochene. Der Autor setzt voraus, dass A den sekundären illokutionären Akt versteht und nennt zehn Schritte<sup>32</sup>, die nötig sind,

---

<sup>32</sup> Für eine exhaustive Auflistung der Schritte siehe Searle (1975: 63).

um die primäre Illokution von der wörtlichen abzuleiten, jedoch in einem normalen Gespräch vom Hörer nicht bewusst nachvollzogen werden (vgl. ebd.: 62f). Zunächst muss der Gesprächspartner merken, *dass* etwas anderes oder mehr als das Gesagte gemeint ist und anschließend herausfinden, *was* gemeint ist (vgl. ebd.: 64). Insbesondere der erste Teil ist essentiell, da der Hörer sonst keine Chance hat, den indirekten Sprechakt zu verstehen (vgl. ebd.: 63). Dies ist im interkulturellen Kontext besonders relevant, da Ironie und Andeutungen sonst nicht bemerkt und in der Folge auch nicht verstanden werden.

An dieser Stelle spielt das Kooperationsprinzip von Grice (1975; siehe Kap. 4.2) eine wichtige Rolle. Sprecher A geht davon aus, dass sein Gesprächspartner B kooperiert und die Antwort relevant für das Gespräch ist. Ist sie es nicht, kann A vermuten, dass B mehr bzw. etwas anderes meint. Auch geteiltes Hintergrundwissen ist wichtig. So weiß A, dass Lernen und Kinobesuche beide relativ viel Zeit in Anspruch nehmen und nicht an ein und demselben Abend durchgeführt werden können. Da B Zeit haben muss, um den Vorschlag anzunehmen, kann A schließen, dass B's primärer illokutionärer Akt eine Ablehnung ist (vgl. Searle 1975: 63).

Im weiteren Verlauf seiner Ausführungen konzentriert sich Searle auf die Gruppe der Direktiva, da diese häufig indirekt ausgeführt werden. Er geht darauf ein, dass einige Sätze standardmäßig als indirekte Direktiva verwendet werden (vgl. ebd.: 64). Sie wurden im Laufe der Zeit konventionalisiert (vgl. ebd.: 77). So ist die Aussage „Ich hätte gerne das Salz“ (Eckardt 2021: 150) im Deutschen geläufig, nicht jedoch „Ich möchte so gerne das Salz haben“ (ebd.). Auch hier können sich Probleme für Zweitsprachler:innen auftun, da es wichtig ist, die Konventionen zu kennen.

Eine häufige Art, indirekte Direktiva zu realisieren, ist die Frage nach den Vorbereitungsbedingungen. Um jemandem das Salz anzureichen, ist es notwendig, dass man dazu in der Lage ist (vgl. Searle 1975: 74). Jedoch sind nicht alle Fragen nach Können zwingend Aufforderungen; ein Orthopäde kann tatsächlich daran interessiert sein, ob der Patient nach einer Armverletzung wieder nach dem Salz greifen kann (vgl. ebd.: 69). Um dazwischen zu unterscheiden, sind wie schon beim obigen Beispiel des Kinobesuchs generelle Konversationsprinzipien und Hintergrundfaktenwissen wichtig (vgl. ebd.: 74). Der Hörer kann sich auf Basis der Grice'schen Maxime der Relevanz fragen, warum der Sprecher wissen möchte, ob er ihm das Salz reichen kann, oder ob

er weiß, wo die Toilette ist, oder was er mit der Information anfangen soll, dass es zieht (vgl. Eckardt 2021: 147).

Searle nennt Charakteristika der indirekten direktiven Sprechakte, an denen erkennbar ist, dass es sich um Direktiva handelt. Beispielsweise zeigt das Wort *por favor* explizit an, dass der primäre illokutionäre Akt direktiv ist (vgl. Searle 1975: 68). Der Aussagesatz „I want you to stop making that noise [...]“ (ebd.) wird durch Hinzufügen von *please* eindeutig zur Aufforderung, leise zu sein. Die Frage „Could you please lend me a dollar?“ (ebd.) ist durch *please* als Bitte zu erkennen. Eine wichtige Rolle spielt zudem die Intonation, da diese sich ändert, je nachdem ob Sätze nur mit ihrer wörtlichen Illokutionskraft gemeint sind oder ob sie als indirekte Direktiva fungieren. Im letzteren Fall entspricht die Intonation laut Searle denen der direkt geäußerten Direktiva (vgl. ebd.: 69). Auch dieser Punkt ist für L2-Sprechende, die die Intonation einer Fremdsprache rezeptiv und produktiv erlernen, relevant. Warum werden indirekte Sprechakte überhaupt verwendet? Laut Searle (1975: 74) ist Höflichkeit der wichtigste Grund.

#### **4.4 Sprachliche Höflichkeit**

Escandell Vidal (1996: 139) definiert sprachliche Höflichkeit als „*un conjunto de estrategias conversacionales*“, die dazu dienen, Konflikte zwischen den Interessen des Sprechers und des Hörers abzuschwächen und gute Beziehungen zu pflegen. Die Höflichkeit und das Kooperationsprinzip, welches eine effiziente Kommunikation ermöglichen soll, stehen gewissermaßen in Konflikt (vgl. ebd.). Es gibt Fälle, in denen die Maximen aus Gründen der Höflichkeit verletzt werden dürfen, z. B. wenn man jemandem mitteilt, dass ein Angehöriger gestorben ist (vgl. ebd.: 140). In Notsituationen, wie z. B. bei Hilferufen, ist das Gegenteil der Fall und Höflichkeit fehlt am Platz, da Schnelligkeit und Klarheit wichtig sind (vgl. ebd.: 141).

Die Autorin unterscheidet zwischen interaktionalen Gesprächen, bei denen die sozialen Beziehungen im Vordergrund stehen und die Höflichkeit Priorität hat, und transaktionalen, bei denen die Maximen wichtiger sind, da es um eine effiziente Übertragung des Inhalts geht. Zwischen den beiden Extremen befindet sich ein Kontinuum (vgl. ebd.). Es ist zu vermuten, dass im Bereich der Wirtschaftskommunikation beide Aspekte relevant sind. So spielt die Beziehung zwischen den Personen eine wichtige Rolle für die Zukunft, aber auch die korrekte und pünktliche Ausführung von

Aufgaben ist nicht zu vernachlässigen, damit das Unternehmen keine Verluste erleidet. Im folgenden Kapitel wird ein Konzept vorgestellt, das die Grice'schen Maximen um die interpersonelle Komponente erweitert und die Bereiche Rationalität/Effizienz und Höflichkeit miteinander verbindet (vgl. ebd.: 148).

#### **4.4.1 Face-Konzept und *face threatening acts* (Brown & Levinson)**

Brown/Levinsons (2011: 57) Ausgangspunkt ist die Beobachtung, dass Menschen in vielen verschiedenen Sprachen ähnliche Strategien anwenden, je nachdem, wie unangenehm der verwendete Sprechakt für das Gegenüber ist.<sup>33</sup> Mit ihrem Modell wollen sie die universellen Prinzipien, die höflicher Sprachverwendung zugrunde liegen, herausarbeiten und damit gleichzeitig eine Basis für kulturspezifische Besonderheiten schaffen (vgl. ebd.). Zur Veranschaulichung ihrer Erkenntnisse und um interpersonelle Differenzen auszuschließen, verwenden sie für ihre Erklärungen eine Modellperson (MP), die eine beliebige natürliche Sprache fließend spricht und sich durch die beiden Charakteristika Rationalität und *face*<sup>34</sup> auszeichnet. Rationalität bedeutet, dass alle Modellpersonen rational und zweckgerichtet handeln und passende Mittel wählen, um ihre Ziele zu erreichen (vgl. ebd.: 59). Zudem gehen die Autoren wie Grice davon aus, dass Kommunikation effizient sein sollte (vgl. Escandell Vidall 1996: 148). Hier ist der Zusammenhang zum Kooperationsprinzip erkennbar. Jedoch kann aus guten Gründen wie z. B. Höflichkeit davon abgewichen werden. An dieser Stelle kommt die zweite Komponente, das *face*, ins Spiel, das eng mit Höflichkeit verbunden ist (vgl. ebd.). Brown/Levinson (2011: 61) basieren sich auf Goffman (1967: 5), der es als „the positive social value a person effectively claims for himself“ definiert. Mit anderen Worten handelt es sich um das „öffentliche[...] Selbstbild jedes einzelnen“ (Eckardt 2021: 310). Die Autoren unterscheiden zwischen positivem und negativem *face* (vgl.

---

<sup>33</sup> Evidenz für ihre Ausführungen ziehen sie aus aufgezeichneten Audiodaten des Englischen aus Europa und Amerika, des Tzeltal, einer Maya-Sprache aus Mexiko, und des Tamil aus einem Dorf in Südindien. Hinzuziehen sie ihr eigenes Sprachverständnis als Erstsprachler des Englischen und elizitierte Daten der beiden anderen genannten Sprachen sowie vereinzelt sekundäre Daten weiterer Einzelsprachen. Aufgrund der Unterschiedlichkeit der untersuchten Sprachen halten sie eine Generalisierung der Ergebnisse für erlaubt, da „the degree of detail in convergence lies far beyond the realm of chance“ (Brown/Levinson 2011: 59).

<sup>34</sup> Die Begriffe *face*, Gesicht und Image werden im Folgenden synonym verwendet.

Brown/Levinson 2011: 61).<sup>35</sup> „Das **positive Gesicht** entspricht dem Wunsch des Individuums, beliebt, geachtet und respektiert zu sein“ (Eckardt 2021: 311; Hervorhebung im Orig.) bzw. dass seine Wünsche auch von anderen als wünschenswert erachtet werden (vgl. Brown/Levinson 2011: 62). „Das **negative Gesicht** entspricht dem Wunsch nach Autonomie, selbstbestimmtem Handeln und Aktionsraum“ (Eckardt 2021: 311; Hervorhebung im Orig.). Es geht darum, nicht eingeschränkt werden zu wollen (vgl. Brown/Levinson 2011: 62).<sup>36</sup>

Das *face* einer Person kann geschützt oder bedroht werden (vgl. ebd.: 61). Letzteres geschieht durch sogenannte *face threatening acts* (FTAs). Diese können auf zwei Arten unterschieden werden. So wird einerseits zwischen Akten, die das positive oder negative Gesicht bedrohen, differenziert. Andererseits kann bestimmt werden, ob vorrangig das *face* des Sprechers oder des Hörers angegriffen wird (vgl. ebd.: 65-68). Daraus ergeben sich insgesamt vier Arten von Gesichtsbedrohungen: sowohl jeweils das negative und positive *face* des Sprechers als auch des Hörers kann angegriffen werden (vgl. ebd.: 68).

Akte, die eine Gefahr für das positive Gesicht des Hörers darstellen, verdeutlichen, dass der Sprecher die Gefühle oder Wünsche des Hörers nicht respektiert bzw. unterstützt. Das kann z. B. bei Expressiva der Fall sein, wenn die betreffende Person kritisiert wird, oder auch bei Meinungsverschiedenheiten, dem Ansprechen von Tabuthemen und unkooperativem Verhalten im Gespräch, wie Unterbrechungen (vgl. ebd.: 66f). Das negative Gesicht des Hörers wird hingegen von Akten bedroht, bei denen der Sprecher die Handlungsfreiheit des Hörers potentiell einschränkt bzw. andeutet, dass er diese Einschränkung in Kauf nimmt. Beispiele sind Direktiva wie Bitten und Befehle, weil sie den Hörer unter Druck setzen, eine zukünftige Handlung (nicht) auszuführen, sowie Drohungen und Versprechen (vgl. ebd.: 65f). Die Autoren weisen

---

<sup>35</sup> Leech (1983: 83f) unterscheidet ebenfalls zwischen negativer und positiver Höflichkeit, verwendet die Begriffe jedoch anders: „Negative politeness [...] consists in minimizing the impoliteness of impolite illocutions, and positive politeness consists in maximizing the politeness of polite illocutions“.

<sup>36</sup> Da die Bezeichnungen ‚positiv‘ und ‚negativ‘ als ‚gut‘ und ‚schlecht‘ missverstanden werden könnten, nutzen einige Autoren die Begriffe *involvement face* und *independence face* (vgl. Félix-Brasdefer 2017: 421; Scollon/Scollon/Jones 2012: 48f). Im Folgenden wird dennoch die Terminologie nach Brown/Levinson verwendet, da sie sehr geläufig ist und in für meine Arbeit wichtigen Referenzstudien ebenfalls angewandt wird.

darauf hin, dass einige Akte sowohl das positive als auch das negative Gesicht des Hörers einschränken. Beispiele hierfür sind „complaints, interruptions, threats, strong expressions of emotion, requests for personal information“ (ebd.: 67). Akte, die das positive Gesicht des Sprechers bedrohen, sind unter anderem Entschuldigungen, Schuldeingeständnisse und Annahmen von Komplimenten (vgl. ebd.: 68). Das negative Gesicht des Sprechers wird z. B. bedroht durch unfreiwillige Versprechen, Entschuldigungen, Dankausdruck sowie die Annahme von Dank oder Komplimenten. Einige davon können gleichzeitig auch wieder konfliktbehaftet für den Hörer sein (vgl. ebd.: 67).

Brown/Levinson (2011: 61) gehen davon aus, dass alle kompetenten erwachsenen Sprecher sich ihres eigenen Gesichts und dessen ihrer Gesprächspartner bewusst sind und wissen, dass der Schutz der Gesichter auf gegenseitiger Abhängigkeit beruht. Der scheinbare Konflikt zwischen Rationalität und Höflichkeit kann demnach wie folgt aufgelöst werden: Es ist rational, aus Höflichkeitsgründen von den Maximen abzuweichen, „weil die Person damit hofft, ihrerseits höflich behandelt zu werden“ (Eckardt 2021: 311). Das bestätigt auch Ebert (2015: 504): „Höflichkeit ist nicht einfach eine Tugend oder Etikette, sondern zweckorientiertes soziales Verhalten“. Die Sprecher versuchen, die gesichtsbedrohenden Akte so gut es geht zu vermeiden oder abzumildern und wenden dafür verschiedene Arten von Strategien an (vgl. Brown/Levinson 2011: 68), die im nächsten Kapitel genauer vorgestellt werden.

#### **4.4.2 Sprachliche Höflichkeitsstrategien (Brown & Levinson)**

Wenn Sprecher sich entscheiden, einen *face threatening act* durchzuführen, können sie dies entweder *on record* oder *off record* tun. *On record* bedeutet, dass die kommunikative Intention klar und ohne Mehrdeutigkeiten übermittelt wird und für den Hörer erkennbar ist (vgl. Brown/Levinson 2011: 68f). Dadurch kann Druck ausgeübt werden, aber der Sprecher kann auch für seine Ehrlichkeit und Offenheit wertgeschätzt werden und ihm kann nicht vorgeworfen werden, dass er durch verdeckte Formulierungen manipuliert. Zudem wird die Gefahr von Missverständnissen vermieden (vgl. ebd.: 71).

Äußert der Sprecher einen Sprechakt hingegen *off record*, so gibt es mehrere Möglichkeiten, diesen zu verstehen, und er kann abstreiten, ihn auf eine bestimmte Art und Weise gemeint zu haben. Dies ist z. B. bei Andeutungen, Metaphern und Ironie der Fall. Wie in Kapitel 4.2 erklärt, können Implikaturen zurückgenommen werden. Der



Sprecher wirkt taktvoller und kann Anerkennung dafür bekommen, dass er den Hörer nicht zu etwas zwingt. Versteht der Hörer die Andeutung und führt die Handlung aus, kann er dadurch freundlicher wirken. Der Sprecher gibt also dem Hörer die Chance, etwas für ihn zu tun (vgl. ebd.).

Wird ein Sprechakt *on record* durchgeführt, kann weiter zwischen verschiedenen Strategien unterschieden werden. Von *baldly, without redress* sprechen Brown/Levinson (2011: 69), wenn der Sprechakt direkt und ohne Umschweife ausgesprochen wird. Dies ist normalerweise nur der Fall, wenn entweder Sprecher und Hörer sich (stillschweigend) einig sind, dass Effizienz in dem Moment wichtiger ist als Gesichtsschutz, oder wenn die Gesichtsbetrohung für den Hörer sehr gering oder die Machtdistanz sehr hoch ist, der Sprecher also weit über dem Hörer steht (vgl. ebd.). Häufiger ist es jedoch der Fall, dass *redressive action* eingesetzt wird, die Gesichtsbetrohung also abgemildert wird und dem Hörer *face* ‚gegeben‘ wird. Die verbalen Ergänzungen verdeutlichen, dass der Sprecher das Gesicht des Hörers nicht angreifen will und seine Wünsche anerkennt (vgl. ebd.: 69f).

Wie bereits die Arten des *face* und der verschiedenen Bedrohungen, lassen sich auch die Höflichkeitsstrategien in positive und negative einteilen, abhängig davon, welches Gesicht sie vorrangig schützen. Die positive Höflichkeit dient dazu, das Gesicht des Hörers aufzuwerten, z. B. durch die Behandlung als *ingroup*-Mitglied. Der Sprecher zeigt, dass er den Hörer mag und etwaige Kritik nicht bedeutet, dass er ihn generell in schlechtem Licht sieht (vgl. ebd.: 70). Durch negative Höflichkeit soll das negative *face* des Hörers zumindest teilweise geschützt werden. Der Sprecher macht klar, dass er das negative *face* des Hörers, also seinen Wunsch nach Freiheit, anerkennt und nicht einschränken will (vgl. ebd.). Dafür „kann [er] Signale setzen, die ausdrücklich feststellen, dass [er] sich des gesichtsbedrohenden Akts bewusst ist“ (Eckardt 2021: 312). Mögliche Strategien sind z. B. Zurückhaltung, Entschuldigungen für Störungen, Respekterweisung und unpersönliche Formulierungen. Zudem kann der Sprecher durch konventionalisierte indirekte Formen wie Fragen nach den Vorbereitungsbedingungen dem Hörer eine gesichtswahrende Möglichkeit geben, nein zu sagen (vgl. Brown/Levinson 2011: 70). Wenn der Sprecher lediglich „Können Sie mir das Salz geben?“ (Eckardt 2021: 312) fragt, hat der Hörer (theoretisch) die Möglichkeit, der Bitte nicht nachzukommen und erleidet dadurch einen geringeren Gesichtsverlust, als wenn er

einen direkten Befehl missachtet, weil er nur die Implikatur nicht verstanden oder ignoriert hat (vgl. ebd.: 312f; Brown/Levinson 2011: 72). Zudem besteht die Möglichkeit, den FTA gar nicht durchzuführen, z. B. wenn er vom Sprecher als zu unangemessen eingeschätzt wird. Das Gesicht des Hörers wird in diesem Falle nicht angegriffen, der Sprecher erreicht aber auch sein kommunikatives Ziel nicht (vgl. Brown/Levinson 2011: 72). Abbildung 1 bietet einen Überblick über die verschiedenen Strategien.

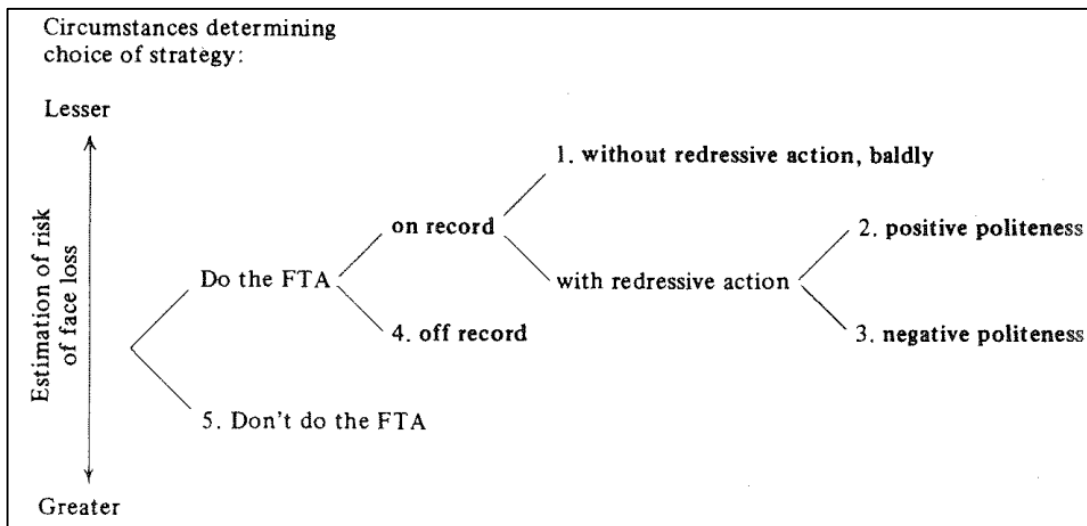


Abbildung 1: Sprachliche Höflichkeitsstrategien nach Brown & Levinson. Quelle: Brown/Levinson 2011: 60).

Die Wahl der Höflichkeitsstrategien ist nach Brown/Levinson (2011: 74) abhängig von den intrinsischen Vorteilen und von den sozialen Variablen, die die Schwere eines FTAs bestimmen. Dabei handelt es sich um soziale Distanz, relative Macht von Sprecher über Hörer und die absolute Einschätzung von Zumutungen für das *face* in der betreffenden Kultur (vgl. ebd.). Je schwerwiegender der Sprecher die Gesichtsbedrohung durch einen Akt einschätzt, desto stärker wird auch die entsprechende Strategie der Abschwächung sein (vgl. ebd.: 83). Die Autoren weisen jedoch darauf hin, dass niemand eine stärker abschwächende Strategie als nötig verwenden würde, weil damit einerseits das Risiko von Unverständlichkeit und Missverständnissen steigt, aber insbesondere auch, weil der Hörer denken könnte, dass es sich um einen schlimmen Sprechakt handelt, wenn er so stark abgeschwächt wird (vgl. ebd.). Zudem hängt die Wahl der Höflichkeitsstrategie mit der Art des Sprechaktes zusammen. Siebold (2008a: 82) weist mit Leech (1983: 107) darauf hin, dass bei Direktiva eher negative Höflichkeit verwendet wird. Expressive Akte hingegen werden tendenziell von positiver Höflichkeit begleitet. Hier ist zu bedenken, dass Leech positive und negative

Höflichkeit anders definiert (siehe Fußnote 35). Die Zuordnung zu den Sprechaktkategorien scheint dennoch auch bezogen auf Brown/Levinsons (2011) Höflichkeitskonzept sinnvoll, da Direktiva – wie in Kapitel 4.4.1 erklärt – insbesondere das negative *face* des Gegenübers angreifen und durch die negative Höflichkeit das Eindringen in das Territorium des Hörers abgeschwächt werden soll. Expressiva bedrohen das positive *face* des Hörers, welches durch positive Höflichkeitsstrategien bspw. vor oder nach dem Äußern von Kritik aufgewertet werden soll.

#### **4.4.3 Universalität des Modells von Brown & Levinson**

Das Modell von Brown/Levinson (2011) wurde über die Jahre in vielen Studien verwendet, sah sich jedoch auch zahlreicher Kritik ausgesetzt. Neben negativen Anmerkungen bezüglich der in den Augen einiger Kritiker übertriebenen Vulnerabilität des *face* (vgl. Escandell Vidal 1996: 153) und der Missachtung des Kontexts (vgl. Meinl 2010: 25) wurde insbesondere die von Brown/Levinson beanspruchte Universalität des Modells in Frage gestellt (vgl. ebd.: 24).<sup>37</sup> Den Autoren wird eine westliche Sicht attestiert und ihnen wird vorgeworfen, dass sie das individualistische Menschenbild zu sehr in den Vordergrund stellen, obwohl in vielen östlichen Gesellschaften der Platz einer Person in der Gruppe wichtige Auswirkungen hat (vgl. ebd.). Trosborg (2010: 7f) geht darauf ein, dass insbesondere für das Chinesische und das Japanische alternative Konzepte vorgeschlagen wurden, da das *face* kulturelle Besonderheiten, wie das japanische „honorific system“ (ebd.), nicht ausreichend erklären kann. Während über 20 Jahre lang davon ausgegangen wurde, „that East and West are fundamentally different in pragmatics“ (ebd.: 8), konnte diese Kritik in jüngerer Zeit wieder aufgelöst werden. Es wird argumentiert, dass japanische und chinesische Pragmatik von den gleichen grundlegenden Überlegungen („face considerations“) abhängig ist wie Höflichkeit in westlichen Sprachen. So können japanische Ehrerbietung und Anpassung an den Status des Gegenübers sowie chinesische Wärme als positive Höflichkeitsstrategien angesehen werden (vgl. ebd.).

Das *face*-Konzept im Allgemeinen scheint also universell zu sein, die einzelnen Komponenten eines wünschenswerten Image in einer bestimmten Gesellschaft aber sind kulturabhängig (vgl. Escandell Vidal 1996: 149), wodurch auch die verwendeten

---

<sup>37</sup> Für weitere ausführliche Kritikpunkte siehe Meinl (2010: 24-26).

Höflichkeitsstrategien variieren (vgl. Siebold 2008a: 62). Eine mögliche Begründung für die Unterschiede ist die abweichende Gewichtung von positivem und negativem *face* in verschiedenen Kulturen (vgl. Kasper 1990: 195f). Daher spricht Siebold (2008a: 62) sich mit Kasper (1990: 195f) für eine Beibehaltung des Modells von Brown/Levinson aus. Auch in dieser Arbeit wird das Modell verwendet, um die Ergebnisse mit denen von Siebold und anderen Forschenden vergleichbar zu machen. Zudem sind manche der Kritikpunkte zu vernachlässigen, da es sich beim Deutschen und Spanischen um zwei westlich geprägte Sprachkulturen handelt.

Doch nicht nur bei den konkreten Ausformungen des *face*, sondern auch bei den Sprechakten gibt es Unterschiede. So behalten indirekte Sprechakte bei der Übersetzung „in andere[n] Sprachen nicht unbedingt die gleiche illokutionäre Kraft“ (Ehrhardt/Heringer 2011: 126; vgl. Searle 1975: 76). Ein Grund dafür könnte sein, dass im Laufe der Zeit unterschiedliche Formen konventionalisiert wurden (vgl. Searle 1975: 77).<sup>38</sup> Im nächsten Kapitel wird das Gebiet der interkulturellen Pragmatik vorgestellt.

## 4.5 Interkulturelle Pragmatik

### 4.5.1 Kontrastive vs. Interkulturelle Pragmatik

Als Grundlage für die weiteren Kapitel ist zunächst eine Klärung der Begrifflichkeiten notwendig, da die Bezeichnungen ‚interkulturelle Pragmatik‘ und ‚kontrastive Pragmatik‘ nicht einheitlich verwendet werden und ihre Abgrenzung nicht immer klar erfolgt (vgl. Trosborg 2010: 2). Im Bereich der kontrastiven Pragmatik steht der vergleichende Aspekt im Vordergrund. Ehrhardt/Heringer (2011: 131) sprechen von einem Kulturvergleich, während laut Trosborg (2010: 2) „language differences as linguistic phenomena“ betrachtet werden. Im Englischen taucht mitunter zusätzlich das Adjektiv *cross-cultural* auf, welches ebenfalls sehr uneinheitlich verwendet wird. Einerseits bezeichnet es „the comparative study of the use of language by human beings in different languages and cultures“ (House/Kádár 2021: 1), andererseits wird es synonym zu interkulturell genutzt (vgl. Trosborg 2010: 2; Kecskes 2004: 1). Trosborg (2010: 2) verwendet es im *Handbook of Pragmatics* zum Thema *Pragmatics across languages*

---

<sup>38</sup> Insbesondere in der romanistischen Forschung wird der Begriff der Diskurstraditionen verwendet, um konventionalisierte Formen zu beschreiben (vgl. Kabatek/Pusch 2011: 172). Sie können sowohl übereinzelsprachlich sein als auch „innerhalb der Sprachgemeinschaft variieren“ (ebd.).

*and cultures* „to designate comparative cultural studies obtained independently from different cultural groups“. In der vorliegenden Arbeit werden alle Analysen als kontrastiv bezeichnet, die pragmatische Phänomene wie z. B. Sprechakte in verschiedenen Sprachkulturen miteinander vergleichen. Wichtig ist, dass die Daten getrennt voneinander in der jeweiligen Erstsprache erhoben werden und die Gruppen nicht miteinander interagieren.

Ist von interkultureller Pragmatik die Rede, muss hingegen eine wirkliche Interaktion zwischen Mitgliedern verschiedener Sprachgemeinschaften vorliegen: „the term intercultural pragmatics is saved for intercultural interaction where data is obtained when people from different cultural groups interact with each other“ (ebd.). Da in interaktiv verstandener interkultureller Kommunikation Personen mit verschiedenen sprachlichen und kulturellen Hintergründen aufeinandertreffen, spricht im Normalfall (mindestens) eine:r der Gesprächspartner:innen nicht seine:ihre Erstsprache und muss in einer Fremdsprache unter anderem pragmatische Regeln anwenden. Es handelt sich um „*lernaltersprachliche Kommunikation*“ (Knapp 1999: 19). Auf den Bereich der *Interlanguage*-Pragmatik wird nachfolgend eingegangen.

#### **4.5.2 *Interlanguage*-Pragmatik**

Der von Selinker (1972) eingeführte Begriff *Interlanguage* (dt. Zwischensprache) bezeichnet die Sprache, die von L2-Lernenden gesprochen wird (vgl. Félix-Brasdefer 2017: 416). Diese hat ihre eigenen Regeln und ist variabel (vgl. Trosborg 2010: 11). Je weiter der Lernende im Lernprozess voranschreitet, desto mehr nähert sich seine *Interlanguage* der Zielsprache, wie sie von den jeweiligen Erstsprachler:innen gesprochen wird, an (vgl. ebd.). Laut Selinker (1972: 215) können Teile der *Interlanguage* jedoch fossilisieren. Das bedeutet, dass Bestandteile der Erstsprache des Sprechenden dauerhaft in seiner *Interlanguage* erhalten bleiben, obwohl sie nicht Teil der Zielsprache sind (vgl. ebd.).

Während in den 1970er Jahren in Studien aus dem *Interlanguage*-Bereich hauptsächlich syntaktisches, morphologisches und phonologisches Wissen (vgl. Blum-Kulka et al. 1989: 9) sowie Lexik behandelt wurden, steht seit den 1980ern die *Interlanguage*-Pragmatik (ILP) im Vordergrund (vgl. Trosborg 2010: 11). Diese untersucht die Verwendung einer Sprache durch Personen, die sie nicht als Erstsprache erlernt haben

(vgl. Félix-Brasdefer 2017: 416).<sup>39</sup> Mögliche Untersuchungsgegenstände sind „speech acts, deixis, reference, speech act sequences in written and spoken discourse, conversational interaction, implicature, discourse management, politeness and impoliteness, and sociolinguistic aspects of language use, [...]” (ebd.: 418). In den meisten bestehenden Studien zu pragmatischem Wissen von Lernenden werden Sprechakte betrachtet. Zu den am häufigsten untersuchten Sprechhandlungen gehören Bitten, Ablehnungen und Entschuldigungen und der Fokus liegt zumeist auf Direktheit und Indirektheit (vgl. ebd.: 419f). Eng damit verbunden ist die sprachliche Höflichkeit, deren Verwendung durch Lernende ebenfalls häufig Teil von ILP-Studien ist (vgl. ebd.: 422).

Eine interessante Erkenntnis ist, dass Lernende zu Beginn eher direkte Sprechakte verwenden und diese auch besser verstehen. Mit fortschreitenden Sprachkenntnissen steigt ihre Fähigkeit, Implikaturen zu nutzen und zu entschlüsseln (vgl. Félix-Brasdefer 2017: 420). Auch Schauer (2024: 11) bestätigt, dass „learners tend to go through various stages in their L2 pragmatic development, such as using less complex and more direct requests in the early stages of L2 learning and over time producing more complex and indirect requests in their L2“. Das könnte zum einen dadurch begründet sein, dass die Verwendung von Implikaturen ein höheres Sprachniveau erfordert (vgl. Félix-Brasdefer 2017: 420). Zu Beginn verfügen die Lernenden noch nicht über die passenden pragmalinguistischen Ressourcen, um Indirektheit auszudrücken (vgl. ebd.: 428; siehe auch ders. 2007: 280). Zum anderen enthält die *Interlanguage* zu Beginn mehr Elemente aus der L1 der Lernenden (vgl. Trosborg 2010: 11). Wenn in dieser z. B. Bitten konventionellerweise eher direkt ausgedrückt werden, kann pragmatischer Transfer dazu führen, dass Lernende Bitten auch in der Zielsprache direkter formulieren als die jeweiligen L1-Sprechenden (vgl. Kasper 2022: 813). Pragmatische Kompetenz und pragmatischer Transfer werden im anschließenden Unterkapitel erläutert.

### **4.5.3 Pragmatische Kompetenz und pragmatischer Transfer**

Pragmatische Kompetenz besteht aus verschiedenen Komponenten bzw. Wissensarten. Am weitesten verbreitet ist die Unterscheidung zwischen pragmalinguistischem

---

<sup>39</sup> Unter ‚L2-Pragmatik‘ wird hingegen der Teilbereich verstanden, der den Erwerb von Pragmatik in einer Zweit-/Fremdsprache untersucht. Dort steht die Entwicklung im Vordergrund (vgl. Félix-Brasdefer 2017: 425; Bardovi-Harlig 2013: 69).

und soziopragmatischem Wissen nach Leech (1983) und Thomas (1983) (vgl. Félix-Brasdefer 2017: 418). Ersteres bezieht sich auf die linguistische Komponente der Pragmatik und umfasst die Beherrschung der sprachlichen Ressourcen und Strategien zur Vermittlung pragmatischer Bedeutung in einer Einzelsprache. Soziopragmatische Kompetenz umfasst den sozialen Aspekt der angemessenen Sprachverwendung in konkreten Situationen im Einklang mit den Normen einer bestimmten Gesellschaft (vgl. ebd.; siehe auch Leech 1983: 11 & Thomas 1983: 91)<sup>40</sup>. Zusammenfassend definiert Félix-Brasdefer (2017: 419) pragmatische Kompetenz als „the learner’s ability to produce and comprehend linguistic and non-verbal action at both the micro-level (speech acts) and macro-level (speech act sequences/discourse)“. Studien zum Erlernen pragmatischer Kompetenz zeigen, dass es sinnvoll ist, neben dem sprachlichen Input metapragmatisches Wissen explizit zu vermitteln (vgl. ebd.: 430; Hasler-Barker 2016: 148; für einen Überblick über ältere Studien siehe auch Kasper/Rose 2002: 237-273).

Ein wichtiger Aspekt, auf den die Lernenden bei expliziter Vermittlung hingewiesen werden können, sind pragmalinguistische Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen der L1 und L2, die zu Problemen führen oder Chancen bieten können, wenn sie in die Zielsprache übertragen werden. Die Rede ist hier von pragmatischem Transfer, der positiv oder negativ sein kann. Sogenannter positiver Transfer liegt vor, wenn Form und Funktion eines Ausdrucks in der Erstsprache der Lernenden und in der Zielsprache übereinstimmen und die Lernenden diese Strukturen auch in ihrer *Interlanguage* anwenden, also korrekt übertragen (vgl. Kasper 2022: 812). Negativer Transfer – auch Interferenz genannt (vgl. z. B. Siebold 2008b: 9) – besteht dann, wenn L1 und L2 strukturell oder funktional voneinander abweichen, die Lernenden aber dennoch in ihrer *Interlanguage* die Merkmale der L1 anwenden, sie also fälschlicherweise auf die L2 übertragen (vgl. Kasper 2022: 813). Félix-Brasdefer (2017: 425) weist darauf hin, dass angebliche Transferfehler auch an mangelnden Grammatikkenntnissen liegen können. Das ist z. B. der Fall, wenn der Lernende keine höflichere Vokabel in der Zielsprache kennt oder Probleme bei der Bildung des Konjunktivs hat.

---

<sup>40</sup> Leech (1983: 10f) unterscheidet zwischen Pragmalinguistik und Soziopragmatik. Thomas (1983: 91) verwendet die Begriffe *pragmalinguistic failure* und *sociopragmatic failure*. Die Unterscheidung lässt sich jedoch auf pragmatische Kompetenz übertragen.

Positiver und negativer Transfer können jeweils sowohl pragmalinguistische als auch soziopragmatische Aspekte betreffen (vgl. ebd.: 424). Ein Beispiel für negativen Transfer auf pragmalinguistischer Ebene ist die Übertragung von konventioneller Indirektheit bei Bestellungen im Restaurant aus dem Englischen (oder auch Deutschen) ins Spanische (z. B. wörtliche Übersetzung von „Can I have ...?“), da in Spanien in vergleichbaren Situationen direkte Aufforderungen genutzt werden (vgl. ebd.). Im soziopragmatischen Bereich kann es zu negativem Transfer kommen, wenn bspw. Personen aus Peru oder Mexiko nach einer abgelehnten Einladung weiter insistieren, was ihrer soziokulturellen Norm entspricht, in den USA aber als unpassend oder aufdringlich empfunden werden kann (vgl. ebd.: 424f). Aus solchen oder ähnlichen Vorfällen können – wie bereits in Kap. 3 angesprochen – Missverständnisse in interkultureller Kommunikation entstehen.

Die Interkulturelle Pragmatik geht davon aus, dass Fehlkommunikation und Missverständnisse in der interkulturellen Kommunikation größtenteils auf Interferenzfehlern, d.h. auf einer inadäquaten Übertragung der gewohnten sprachlichen Kommunikationsmuster und Verhaltensweisen von der Muttersprache in die Zielsprache, in einer Situation, in der sie mitunter keine oder nicht dieselbe Gültigkeit haben, beruhen (Siebold 2008b: 9).

Pragmatischer Transfer beinhaltet also erhebliches Konfliktpotenzial. Einerseits können pragmatische Interferenzen stärkere Auswirkungen haben als Grammatikfehler, da letztere von L1-Sprechenden normalerweise als Sprachproblem erkannt werden, während mangelnde pragmatische Angemessenheit den Sprechenden unfreundlich oder übergriffig wirken lassen kann (vgl. Trosborg 2010: 17; Crandall/Basturkmen 2004: 38). Andererseits „[tritt] pragmatischer Transfer häufig auch bei fortgeschrittenen Lernern auf[...]“ (Siebold 2008b: 9), was dazu führen kann, dass „pragmatische Unterschiede bei grammatischer Korrektheit nicht immer bewusst wahrgenommen werden“ (ebd.; vgl. auch Bardovi-Harlig/Hartford 1990: 497). Der Sprecher könnte dadurch als unhöflicher eingeschätzt werden, da das Problem vom Hörer nicht durch die Sprache begründet wird. Hier besteht wieder die Gefahr des fundamentalen Attributionsfehlers und der Kulturalisierung (vgl. Siebold 2008b: 9; ausführlich siehe Kap. 3). Wenn der Hörer das Sprachniveau des Sprechers schlechter eingeschätzt, werden pragmatische Interferenzen eventuell eher erkannt, da er im Hinterkopf hat, dass nicht



alles genau richtig ausgedrückt wird. Diese Aspekte müssen bei der Datenerhebung und Analyse berücksichtigt werden.

## 4.6 Datenerhebungsmethoden für gesprochene Sprache

Im Bereich der (interkulturellen) Pragmatik werden sehr viele verschiedene Methoden genutzt, um Daten zu erheben (vgl. z. B. Kirner-Ludwig 2022a: 459). Sie können in die drei Kategorien „intuition, observation and experimentation“ (Schneider 2018a: 49) eingeteilt werden. Diese werden auch „*armchair, laboratory and field*“ (Clark/Bangerter 2004: 25) genannt, da sie im Sessel bzw. am Schreibtisch, unter Laborbedingungen oder im Feld durchgeführt werden. Auf die verschiedenen Datenerhebungsmethoden mit ihren spezifischen Vor- und Nachteilen wird nachfolgend eingegangen.

### 4.6.1 Introspektive Pragmatik

Im Bereich der introspektiven Pragmatik dient das Wissen der Forschenden als Analysegrundlage und es werden keine Daten von anderen Personen erhoben (vgl. Schneider 2018a: 41). Dieses Wissen wird häufig auch als Intuition bzw. intuitiv bezeichnet (vgl. ebd.: 41, 49; Jucker 2018a: 5; Bublitz 2018: 123).<sup>41</sup> Dabei handelt es sich jedoch nicht um Daten im eigentlichen Sinn (vgl. Schneider 2018a: 49). Kirner-Ludwig (2022a: 465) spricht von „*non-collected data*“. Deshalb gilt die Methode als nicht empirisch (vgl. Schneider 2018a: 49). Besonders in den Anfängen der pragmatischen Forschung wurde dieser Ansatz viel genutzt (vgl. Bublitz 2018: 124) und wichtige Erkenntnisse unter anderem von Searle, Austin und Grice basieren darauf, weshalb er nicht diskreditiert werden sollte (vgl. Schneider 2018a: 41). Er wurde jedoch im Laufe der Zeit vermehrt durch empirische Methoden ersetzt (vgl. Bublitz 2018: 124f). Auch für das vorliegende Forschungsvorhaben ist der Ansatz nicht geeignet, da der konkrete Sprachgebrauch in der Wirtschaft untersucht werden soll.

---

<sup>41</sup> Während die Begriffe Intuition und Introspektion im Bereich der Pragmatik synonym verwendet werden (vgl. Jucker 2018a: 5), bezieht sich Introspektion in der kognitiven Psychologie und Psycholinguistik auf „experimental methods involving thinking-aloud and protocol analysis with groups of ordinary, i. e. non-expert, language users“ (Bublitz 2018: 123).

#### 4.6.2 Beobachtungsdaten

Als *observational data* (Beobachtungsdaten) werden Daten bezeichnet, die unabhängig vom Forschenden und seinem Projekt vorkommen (vgl. Jucker 2018b: 335), weshalb auch von „‘naturally occurring‘ data“ (ebd.: 336) die Rede ist. Diese Daten haben „consequences in real life“ (Schneider 2018a: 57). Sie können mit Video- oder Audiogeräten aufgezeichnet werden. Der größte Vorteil ist die Authentizität der Daten, die auch als Goldstandard bezeichnet werden (vgl. Jucker 2018b: 336). Es gibt jedoch einige Schwierigkeiten, die bei der Datenerhebung bedacht werden müssen (vgl. Schneider 2018a: 53). So kann das Wissen über die Aufnahmesituation das Verhalten der Teilnehmenden beeinflussen. Dieses Problem wird als Beobachterparadoxon bezeichnet (vgl. Mroczynski 2014: 48). „Um die Daten zu erhalten, die am wichtigsten für die linguistische Theorie sind, müssen wir beobachten, wie Leute sprechen, wenn sie nicht beobachtet werden“ (Labov 1980: 17), denn „je authentischer die aufgenommenen Gespräche sind, desto wertvolleres Untersuchungsmaterial stellen sie dar“ (Mroczynski 2014: 47). Ethische und rechtliche Regelungen verhindern jedoch, die Teilnehmenden ohne ihr Wissen aufzunehmen, da eine Einverständniserklärung nötig ist (vgl. ebd.: 48).<sup>42</sup> Vor der Analyse ist eine Transkription der Audios notwendig, die sehr viel Zeit in Anspruch nehmen kann (vgl. Schneider 2018a: 55). Hinzu kommt, dass auch ein sehr gutes Transkript nie exakt die Realität widerspiegelt (vgl. Jucker 2018b: 338).

Statt selbst Aufnahmen zu erstellen, können Forschende auch auf bereits existierende Korpora natürlicher Sprache zurückgreifen.<sup>43</sup> Heute werden darunter meist große computerlesbare Korpora verstanden, die viele Daten, aber häufig wenig Kontextinformationen beinhalten (vgl. Schneider 2018a: 50). Für die Analyse von Sprechakten sind große Korpora eher nicht geeignet, weil insbesondere indirekte Sprechakte, die keine performativen Verben enthalten, schwierig zu finden sind (vgl. ebd.: 52).

Eine andere Art der Datenerhebung durch Beobachtung ist die ethnographische Methode. Hierbei notiert der Forscher von Hand, was er gehört hat (vgl. ebd.: 55). Ein

---

<sup>42</sup> Die Ausführungen zum Beobachterparadoxon sind in ähnlicher Form bereits in Seeger (2023) erschienen.

<sup>43</sup> Kirner-Ludwig (2022b: 365, 370) verwendet die Begriffe *observed* und *extracted*, um zwischen selbst beobachteten und aufgenommenen Daten einerseits und aus bereits existierenden Korpora extrahierten Daten andererseits zu unterscheiden

Vorteil ist, dass keine Einverständniserklärung nötig ist, weil die Gesprächsteilnehmenden nicht aufgenommen werden. Deshalb gibt es auch kein Beobachterparadoxon. Zudem werden keine Aufnahmegeräte benötigt und die anschließende Transkriptionsarbeit entfällt (vgl. ebd.). Die Methode ist jedoch relativ ungenau, da der Forscher die Äußerungen korrekt verstehen und sich die exakte Formulierung merken muss, bis er sie aufschreibt (vgl. ebd.: 56). „The method is unsuitable for investigations of the exact wording of freely formulated speech acts, speech act sequences, interaction or turn-taking” (ebd.). Sie eignet sich nicht für die Untersuchung interkultureller Kommunikation, weil die genannten Aspekte in dem Bereich relevant sind.

Die Verwendung der in Kap. 2.2.3 angesprochenen *critical incidents* ist aus diesem Grund ebenfalls mit Vorsicht zu betrachten. Diese werden nacherzählt bzw. nachträglich aufgeschrieben und werden hier als spezielle Art der ethnographischen Methode gewertet. „Viele kritische Incidents sind nicht belegt und nicht überprüfbar dokumentiert“ (Erhardt/Heringer 2011: 136). Erschwerend kommt hinzu, dass Erzählungen durch ihre kulturgeprägte Struktur und die Sichtweise des Erzählers verfälscht werden (vgl. ebd.: 136f). Ehrhardt/Heringer (2011: 139) konstatieren jedoch, dass „[a]uthentische Kommunikationen [...] nicht in genügender Menge dokumentiert [sind]“. Auch Kirner-Ludwig (2022a: 469), die untersuchte, welche Methoden von 2004-2020 in den Beiträgen des Journals *Intercultural Pragmatics* verwendet wurden, bestätigt, dass weniger als ein Viertel der empirischen Arbeiten eigene authentische Daten nutzen. Das liegt unter anderem daran, dass die genannten Probleme die Datenerhebung erschweren (vgl. ebd.). Alternativ können experimentelle Methoden verwendet werden, denen sich das nächste Kapitel widmet.

### **4.6.3 Experimentelle Methoden**

Auch die experimentelle Pragmatik arbeitet mit Daten, die nicht vom Forschenden selbst stammen. Sie kommen jedoch nicht natürlich vor, sondern werden zum Zweck der Datengewinnung elizitiert (vgl. Schneider 2018b: 219). Daher werden sie zuweilen als unauthentisch oder künstlich kritisiert, bieten jedoch den großen Vorteil, dass die Variablen vom Forschenden festgelegt werden können (vgl. ebd.). Es kann zwischen Elizitierung und Experimenten im engen Wortsinn unterschieden werden. Unter letzteren werden Methoden wie fMRI und Eye-tracking verstanden (vgl. ebd.: 220). Kirner-Ludwig (2022a: 462) spricht analog von experimentellen und nicht-

experimentellen Settings. Erstere dienen unter anderem dazu, kognitive Prozesse von Sprechenden sichtbar zu machen, während letztere für die Untersuchung des tatsächlichen Sprachgebrauchs genutzt werden (vgl. ebd.). Der Fokus liegt daher in dieser Arbeit auf den nicht-experimentellen Settings. Diese können auf einem Kontinuum zwischen Interaktion der Teilnehmenden und Kontrollierbarkeit durch den Forschenden eingeordnet werden (vgl. ebd.; Schneider 2018a: 58) und werden im Folgenden nach absteigender Interaktionsstärke präsentiert.

#### 4.6.3.1 Rollenspiele

Eine Elizitierungsmethode, die hohe Interaktion erfordert und relativ nah an authentischer Kommunikation ist, stellen Rollenspiele dar (vgl. Kirner-Ludwig 2022a: 464). Sie werden sowohl mit L1- als auch mit L2-Sprechenden durchgeführt und dienen der Simulation realer mündlicher Gespräche. Die seit den 1940er Jahren in der Sozialpsychologie entwickelte Methode wird in der Linguistik vor allem in den Bereichen Zweitspracherwerb, *Interlanguage*-Pragmatik und sprachliche Höflichkeit genutzt. Den Teilnehmenden wird durch die Aufgabenstellung vorgegeben, welche Situation bzw. welchen Sprechakt sie versprachlichen sollen (vgl. Félix-Brasdefer 2018: 305f).

Von Vorteil ist, dass die Kontextfaktoren der Rollenspiele vom Forschenden festgelegt werden können, sodass die Vergleichbarkeit der Daten gegeben ist (vgl. Siebold 2008b: 9). Zudem erlauben sie die Untersuchung „spontane[r] mündliche[r] Sprachproduktion“ (ebd.: 10). Ein Nachteil ist der „große Arbeits- und Zeitaufwand, der durch die Organisation der Sprachaufnahmen und deren mühsame und langwierige Transkription entsteht“ (ebd.). Zudem kann die Authentizität der Daten nicht garantiert werden (vgl. Kirner-Ludwig 2022a: 464). Sie kann jedoch erhöht werden; hierfür ist die Unterscheidung zwischen *role playing* und *role enactment* wichtig (vgl. Félix-Brasdefer 2018: 306). Beim *role playing* wird eine fremde Rolle gespielt, bspw. wenn Studierende so tun sollen, als ob sie ein Manager wären, *role enactment* hingegen bedeutet das Ausführen der eigenen Rolle. Beim *role enactment* ist daher durch vorherige Erfahrungen die Authentizität höher (vgl. ebd.: 306f).

Des Weiteren kann zwischen offenen und geschlossenen Rollenspielen unterschieden werden (vgl. ebd.: 306; Kasper/Dahl 1991: 217). Beim offenen Rollenspiel wird ein gesamtes Gespräch mit Eröffnungs- und Schlussphase simuliert und das Endergebnis

ist nicht vorab festgelegt (vgl. Félix-Brasdefer 2018: 309; Scarcella 1979: 277). Mit dieser Methode können bspw. Mechanismen des Sprecherwechsels und Sprechaktsequenzen untersucht werden (vgl. Félix-Brasdefer 2018: 309). Geschlossene Rollenspiele zeichnen sich dadurch aus, dass der:die Teilnehmende eine mündliche Antwort auf einen Prompt formuliert. Es handelt sich nicht um ein Gespräch mit mehreren Sequenzen (vgl. ebd.: 307) und es findet keine Interaktion zwischen mehreren Gesprächspartner:innen statt (vgl. Kasper/Dahl 1991: 217). Während die Methode nicht für die Analyse von Sprecherwechseln und sequentiellen Phänomenen geeignet ist, kann sie zur Untersuchung der mündlichen Realisierung einzelner Sprechakte genutzt werden (vgl. Schneider 2018a: 62). Aufgrund der genannten Punkte werden geschlossene Rollenspiele auch als mündliche *discourse completion tasks* (DCT)<sup>44</sup> bezeichnet, bieten im Gegensatz zur schriftlichen Variante jedoch den Vorteil, dass gesprochene Daten mit ihren charakteristischen Besonderheiten erhoben werden (vgl. ebd.; Félix-Brasdefer 2018: 307).

#### 4.6.3.2 Interviews

Interviews sind ein „subtype of elicited talk“ (Schneider 2018a: 62) und erfordern mittlere Interaktion (vgl. Kirner-Ludwig 2022b: 375). Nach vorheriger Erlaubnis durch die Teilnehmenden werden sie mit Audiogeräten oder Videokameras aufgezeichnet und anschließend transkribiert (vgl. ebd.: 376). Je nach Grad der Steuerung durch die Fragen des Interviewenden wird zwischen strukturierten, semi-strukturierten und unstrukturierten Interviews unterschieden (vgl. ebd.: 375). Die Forschungszwecke, zu denen Interviews durchgeführt werden, sind sehr vielfältig (vgl. Schneider 2018a: 63). So können metapragmatische Interviews dazu dienen, die Konzeptualisierungen bestimmter Sprechakte oder Begriffe wie Höflichkeit zu untersuchen (vgl. ebd.). Sie bieten Einblicke in die Rezeption und Perzeption verschiedener Sprechaktrealisierungen (vgl. Kasper/Dahl 1991: 216f). Eine weitere Art sind ‚*oral proficiency interviews*‘, die genutzt werden, um das Sprachniveau von Lernenden zu erheben (vgl. Schneider 2018a: 64). Sogenannte retrospektive Interviews werden im Anschluss an andere Methoden durchgeführt und erlauben dem Forschenden, Fragen zu erhobenen Produktionsdaten zu stellen, um diese besser zu verstehen oder die Beweggründe der

---

<sup>44</sup> Siehe Kap. 4.6.3.3.

Teilnehmenden bei der Wahl bestimmter Formulierungen nachvollziehen zu können (vgl. ebd.). Im von Kirner-Ludwig (2022a) untersuchten Korpus<sup>45</sup> stellen sie die am häufigsten verwendete Interview-Art dar und dienen im Sinne der Triangulation der Bestätigung von Erkenntnissen aus anderen Daten (vgl. ebd.: 475). Kirner-Ludwig (2022b: 376) weist jedoch darauf hin, „that interviews alone are rarely considered a sufficient primary data source“.

#### 4.6.3.3 Schriftlicher *Discourse Completion Task* (DCT)

Beim *Discourse Completion Task* ist die Interaktion gering und die Teilnehmenden bekommen vom Forschenden eine kurze Situationsbeschreibung und ein lückenhaftes vorformuliertes Gespräch (*discourse*), das sie mit einem passenden Ausdruck vervollständigen (*complete*) sollen (vgl. Kirner-Ludwig 2022a: 463). DCTs können offen und geschlossen sein oder auch mehrere Lücken enthalten, die gefüllt werden müssen (vgl. Ogiermann 2018: 236). Laut Ogiermann (2018: 229) handelt es sich um die am häufigsten verwendete Methode in den Bereichen der kontrastiven Pragmatik und der *Interlanguage*-Pragmatik. DCTs können übersetzt werden und zum Vergleich von Sprechakten dienen oder für die Untersuchung von pragmatischem Transfer bei Lernenden genutzt werden (vgl. ebd.: 231).

Die größten Vorteile der Methode sind die Vergleichbarkeit und die Erreichbarkeit großer Datenmengen (vgl. ebd.: 229). Zudem können die sozialen Variablen, wie Abstand, Hierarchien und Geschlecht, systematisch variiert werden, um ihren Einfluss auf die Sprechaktrealisierungen zu untersuchen (vgl. ebd.: 233). Als Hauptnachteil wird von zahlreichen Autor:innen angeführt, dass DCTs aufgrund des schriftlichen Mediums lediglich erheben, was die Teilnehmenden denken, was sie sagen würden,<sup>46</sup> und nicht, was sie tatsächlich sagen würden (vgl. ebd.; Schneider 2018a: 67). Es wird eher ihr Wissen abgefragt, als wie sie es in einer wirklichen Interaktion anwenden (vgl. Félix-Brasdefer 2017: 432). DCTs erheben „keine authentisch gesprochene Sprache“ (Siebold 2008b: 9), unter anderem da die Spontanität fehlt. Zudem findet keine interaktive Aushandlung über mehrere Sequenzen statt (vgl. ebd.). Für die Beurteilung, ob

---

<sup>45</sup> Siehe Kap. 4.6.2.

<sup>46</sup> Englische Originalformulierung: „what they think they would say“ (Schneider 2018a: 67).

eine Sprechhandlung höflich ist, ist jedoch auch die Reaktion des Hörers relevant (vgl. Ogiermann 2018: 247).

#### 4.6.3.4 Fragebögen mit Multiple Choice Fragen

Eine weitere Möglichkeit der Datenerhebung ist die Verwendung schriftlicher Fragebögen mit vorformulierten Antwortmöglichkeiten (in der Regel vier bis fünf pro Frage), von denen eine oder mehrere ausgewählt werden sollen. Häufig wird mit ihnen die Angemessenheit von Äußerungen abgefragt. Entweder sollen die Teilnehmenden unabhängig von einem konkreten Kontext entscheiden, welchen Satz sie am (in-)direktesten oder am (un-)höflichsten finden, oder auf Basis einer kurzen Situationsbeschreibung auswählen, welche Antwort am angemessensten ist bzw. wie sie selbst reagieren würden.<sup>47</sup> Anders als bei DCTs formulieren sie diese Äußerung nicht selbst (vgl. Schneider 2018a: 69f).

Von Vorteil ist, dass das Ausfüllen der Fragebögen nicht aufwendig für die Teilnehmenden ist (vgl. ebd.: 70), wodurch in kurzer Zeit eine große Datenmenge erreicht werden kann. Ihr Nutzen für die Erforschung von Sprachproduktion ist jedoch begrenzt, da die Antworten nicht widerspiegeln, was die Teilnehmenden spontan und frei formuliert sagen würden, sondern wie sie vorformulierte Äußerungen bewerten/einschätzen. Sie sind daher eher zur Untersuchung der Rezeption von Sprechakten geeignet (vgl. ebd.; Kasper/Dahl 1991: 217).

Abschließend lässt sich festhalten, dass alle Methoden spezifische Vor- und Nachteile aufweisen und für bestimmte Fragestellungen geeignet sind (vgl. Schneider 2018a: 37). Um die Validität der Ergebnisse zu erhöhen, empfiehlt Schneider (2018a: 39), mehrere Methoden zu kombinieren (‘Triangulation‘). Abbildung 2 fasst die relevanten Datenerhebungsmethoden mit ihren wichtigsten Vor- und Nachteilen zusammen.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Eine weitere Möglichkeit sind Skalen zur Bewertung der Angemessenheit/Höflichkeit/etc. einer Äußerung (vgl. Schneider 2018a: 70).

<sup>48</sup> Interviews sind nicht dargestellt, da sie als alleinige Erhebungsmethode für Produktionsdaten nicht ausreichen (vgl. Kirner-Ludwig 2022b: 376).

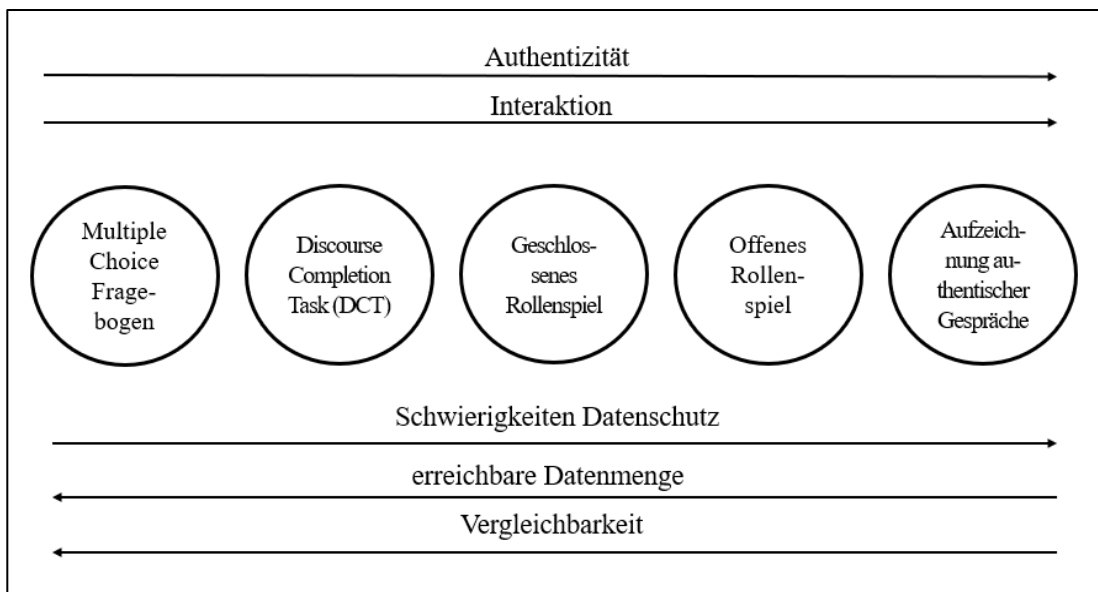


Abbildung 2: Auswahl empirischer Methoden zur Erhebung gesprochener Sprache mit Vor- und Nachteilen. Eigene Darstellung auf Basis der in Kap. 4.6 genannten Quellen.

Im folgenden Kapitel werden einige einschlägige Werke aus dem Bereich der interkulturellen Pragmatik vorgestellt. Aufgrund der begrenzten Datenlage wird sowohl auf kontrastive als auch auf interkulturelle Studien eingegangen.



## **5 FORSCHUNGSSTAND: PRAGMALINGUISTISCHE UNTERSUCHUNGEN DEUTSCH-SPANISCHER (WIRTSCHAFTS-) KOMMUNIKATION**

### **5.1 Cross Cultural Speech Act Realization Project (Blum-Kulka et al.)**

Im Rahmen *des Cross Cultural Speech Act Realization Projects (CCSARP)* aus dem Jahr 1989 untersuchte ein Team aus internationalen Forschenden die beiden gesichtsbedrohenden Sprechakte Bitten und Entschuldigungen in sieben Sprachen und Sprachvarietäten (vgl. Blum-Kulka et al. 1989: 8-11). Ziel war es, sowohl interkulturelle Unterschiede als auch Differenzen zwischen Erst- und Zweitsprachlern zu analysieren (vgl. ebd.: 12f). Zur Datenerhebung wurden schriftliche DCTs verwendet (vgl. ebd.: 13), die mit Studierenden an Universitäten in den USA, Australien, Großbritannien, Kanada, Dänemark, Deutschland und Israel durchgeführt wurden (vgl. ebd.: 16). Laut Ogiermann (2018: 230) handelt es sich beim CCSARP um „[t]he largest and most influential DCT study to date“.

An dieser Stelle wird nicht genauer auf die Ergebnisse des CCSARP eingegangen, da die Daten bereits relativ alt sind und die spanische Sprache nicht berücksichtigt wird. Dennoch bildet das Projekt eine wichtige Grundlage, da die von Blum-Kulka et al. (1989) vorgeschlagenen Kategorisierungen für Aufforderungs- und Entschuldigungsstrategien in vielen späteren – auch auf das Spanische bezogenen – Studien genutzt wurden (vgl. Félix-Brasdefer 2017: 424). „El esquema de codificación que emplearon estos investigadores para analizar la disculpa ha mostrado ser un tertium comparationis valiosísimo en muchos trabajos posteriores“ (Siebold 2008a: 132). Siebold (2008a) verwendet es, um die deutschen und spanischen Aufforderungen und Entschuldigungen in ihrem Korpus zu vergleichen (vgl. ebd.: 84, 132). Auch in der vorliegenden Arbeit wird die Klassifikation von Blum-Kulka et al. (1989) angewandt und an geeigneter Stelle genauer vorgestellt (siehe Kap. 7.6.1 und 7.6.3).

### **5.2 Kontrastive Untersuchung deutscher und spanischer Sprechakte in Alltagssituationen (Siebold)**

In ihrer im Jahr 2008 erschienenen Dissertation mit dem Titel *Actos de habla y cortesía verbal en español y en alemán: estudio pragmatolingüístico e intercultural* untersucht Siebold (2008a) deutsche und spanische Bitten, Entschuldigungen, Komplimente und Komplimenterwiderungen (vgl. Siebold 2008a: 17), von denen insbesondere die ersten

beiden für die vorliegende Arbeit relevant sind. Es handelt sich um eine kontrastive Studie und der Schwerpunkt liegt auf der unterschiedlichen Realisierung der Sprechakte mit Bezug auf Höflichkeit. Für die Korpuserstellung verwendet die Forscherin mündliche Rollenspiele, im Rahmen derer die spanischen und deutschen Proband:innen neun verschiedene Alltagssituationen auf ihrer jeweiligen Erstsprache formulieren (vgl. ebd.: 76). Zwei von neun Situationen finden im beruflichen Umfeld statt (vgl. ebd.: 191, 193). Obwohl darüber hinaus kein Wirtschaftsbezug besteht, bildet die Studie eine sehr wertvolle Vergleichsgrundlage für meine Daten.

Siebold (2008b: 11)<sup>49</sup> kommt zu dem Ergebnis, „dass die sprachliche Realisierung aller untersuchten Sprechakte erhebliche kulturspezifische Divergenzen aufweist“. Diese sind laut der Forscherin insbesondere „auf den unterschiedlichen Stellenwert des positiven und des negativen *face* in beiden Kulturen zurückzuführen“ (ebd.).

Das spanische Gesprächsverhalten richtet sich sehr stark an der Wahrung bzw. Aufwertung des positiven Image der Interaktanten aus, während die Normen der negativen Höflichkeit in geringerem Maße berücksichtigt werden. Der deutsche Kommunikationsstil hingegen ist maßgeblich von den Werten der negativen Höflichkeit beeinflusst. Der Schutz der Handlungsfreiheit und der Privatsphäre der Gesprächspartner steht im Mittelpunkt, während die positive Imagepflege eher vernachlässigt wird (dies. 2013: 369).

Für die Formulierung des direktiven Sprechaktes der Bitte nutzen die deutschen Teilnehmenden in Siebolds Korpus vorrangig „indirektere Strategien wie den Wunschausdruck oder die Frage nach den Vorbereitungsbedingungen, [...]“ (dies. 2008b: 11) und verwenden zudem „lexikalische oder syntaktische Modifizierer wie *mal*, *vielleicht* [...] oder den Konjunktiv II“ (ebd.: 12; Hervorhebung im Orig.). Dadurch wird das negative *face* des Hörers geschützt (vgl. ebd.). Die spanischen Proband:innen hingegen nutzen eher „direkte[...] Strategien wie Imperative, aus der Lokution ableitbare Bitten oder direkte Fragen“ (ebd.: 11), die das negative *face* des Hörers stärker angreifen. Um trotz der Gesichtsbedrohung eine „freundschaftliche[...] Atmosphäre und soziale[...]

---

<sup>49</sup> Für die Vorstellung der allgemeinen Ergebnisse wird auf Siebold (2008b) und Siebold (2013) zurückgegriffen. Auf die genauen Prozentzahlen aus Siebold (2008a) wird in Kapitel 7.6 eingegangen, da sie als kontrastive Vergleichsgrundlage für meine interkulturellen Ergebnisse dienen und Wiederholungen vermieden werden sollen.

Nähe“ (ebd.) zu kreieren, nutzen sie Höflichkeitsstrategien zur Aufwertung des positiven *face* des Gesprächspartners (vgl. ebd.).

Der expressive Sprechakt der Entschuldigung wird vom Großteil der Deutschen durch eine „explizite Entschuldigungsformel“ (ebd.: 12) ausgedrückt. Häufig kommt es zu einer zusätzlichen Intensivierung „durch lexikalische Modifizierer wie *furchtbar*“ (ebd.; Hervorhebung im Orig.) und den „Gebrauch indirekter Strategien wie Erklärungen“ (ebd.), wodurch das positive *face* des Sprechers nicht geschützt wird. Im Gegensatz dazu verwenden die spanischen Teilnehmenden teilweise nur „indirekte Strategien wie Erklärungen [...] als Entschuldigungen“ (ebd.) und die „illokutive Kraft vieler spanischer Entschuldigungen [wird] durch das Herunterspielen der Fehlhandlung abgeschwächt“ (ebd.). Siebold begründet dies damit, dass Entschuldigungen eine Gesichtsbedrohung für das positive *face* des Sprechers darstellen, welches die spanischen Probanden durch die indirekteren Formulierungen zu schützen versuchen (vgl. ebd.).

Erwähnenswert ist darüber hinaus, dass laut der von Siebold durchgeführten Befragung deutscher und spanischer Studierender, neben den von ihr analysierten Sprechakten, unter anderem auch Kritik, Einladungen, Angebote, Vorschläge und Ablehnungen zu Interferenzen führen (vgl. dies. 2008a: 28-31). Mit einigen davon befasst die Forscherin sich in anderen Publikationen. So untersuchen Siebold/Busch (2015) Ablehnungsstrategien im Deutschen und Spanischen. Die genaue Vorgehensweise und Ergebnisse werden an geeigneter Stelle vorgestellt (siehe Kap. 7.6.4).

### **5.3 Interkulturelle Interferenzen in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation (Keim)**

Die Dissertation *Interkulturelle Interferenzen in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation* von Keim (1994) ist laut meinem aktuellen Kenntnisstand die einzige Arbeit, die mündliche deutsch-spanische Wirtschaftskommunikation interkulturell untersucht. Keim (1994: 13) geht davon aus, dass in verschiedenen Kulturen unterschiedliche Konventionen bzw. Schemata handlungsleitend sind. Unter interkulturellen Interferenzen versteht sie „Störungen in der Interaktion zwischen Mitgliedern unterschiedlicher Kulturen, die dadurch entstehen, daß Interaktionskonventionen voneinander divergieren“ (ebd.). Um diese zu untersuchen, führt Keim Befragungen sowie Verhandlungssimulationen mit Wirtschaftsstudierenden und Geschäftsleuten durch. Ihr Fokus in der Analyse liegt auf Image und Diskursorganisation. Ziel ist es, die

Entstehung von interkulturellen Interferenzen in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation zu erklären und die Ergebnisse für den Wirtschaftsdeutschunterricht nutzbar zu machen (vgl. ebd.: 13f).<sup>50</sup>

Ein sprachlicher Aspekt, der laut Keim zu Spannungen führen kann, ist die Organisation des Sprecherwechsels, da sich die Mechanismen des *turn-taking* von Kultur zu Kultur unterscheiden (vgl. Keim Cubas 2015: 61). So können Überlappungen einerseits als Unterbrechungen und andererseits als Zeigen von Interesse aufgefasst werden. In deutsch-spanischen Verhandlungen kann der Eindruck entstehen, dass die Spanier die Deutschen unterbrechen. Das liegt daran, dass simultane Sequenzen auf spanischer Seite eher dem Abbau von Distanzen und der Persuasion dienen, während sie bei Deutschen nicht präferiert sind und Irritationen auslösen können (vgl. ebd.: 62-64).

Darüber hinaus können Konflikte entstehen, wenn die Höflichkeitsstrategien, die in einer Gesellschaft zum Schutz des *face* genutzt werden, in einer anderen nicht dazu dienen oder sogar dem Gesicht des Hörers schaden (vgl. ebd.: 65). Im Deutschen und Spanischen werden prinzipiell ähnliche Höflichkeitsstrategien genutzt, sie werden jedoch zu unterschiedlichen Zeitpunkten der Verhandlung unterschiedlich intensiv verwendet (vgl. ebd.; dies. 2000: 194). Für Spanier ist es z. B. wichtig, zu Beginn durch positive Höflichkeitssignale Bereitschaft zur Zusammenarbeit zu zeigen. Dafür können vorläufige Versprechen gemacht werden, die im weiteren Verlauf geändert werden, wenn eine Vertrauensbasis geschaffen wurde. Aus deutscher Sicht ist es wichtig, die Grenzen des anderen zu respektieren und vorab zu zeigen, dass unter der Einhaltung der eigenen und fremden Grenzen eine Lösung gefunden werden soll (vgl. dies. 2015: 65f). Wie Siebold für Alltagssituationen konstatiert (siehe Kap. 5.2), ist also auch in der Wirtschaft für Deutsche der Schutz des negativen *face* handlungsleitend, während für Spanier das positive *face* wichtiger ist. Das zeigt sich auch an den folgenden Beispielen, die potenziell Interferenzen auslösen können.

Die spanischen Interaktanten verwenden bei dem Aufstellen von Forderungen oder der Formulierung von Handlungsvorschlägen mehr imagebedrohende

---

<sup>50</sup> Für die Zusammenfassung der Ergebnisse wird im Folgenden zusätzlich auf Keim Cubas (2000) und Keim Cubas (2015) zurückgegriffen, die ebenfalls auf den Daten von 1994 basieren.

Handlungen, die ein Eindringen in das Territorium des Partners beinhalten, als die deutschen (Keim Cubas 2000: 194).

Es findet jedoch keine Kritik an der anderen Person statt, sondern eine Thematisierung von Problemen in gemeinsamer Interaktion. Meist geschieht keine Abschwächung durch negative Imagepflege, sondern „[d]ie Imagebedrohung wird eher durch anschließende Kooperationsangebote aufgehoben“ (ebd.). Als zweite Kategorie nennt Keim „Drohakte [...], die einen potentiellen Abbruch der Verhandlungen zum Ausdruck brächten“ (ebd.: 195). Diese werden von Deutschen mehr als von Spaniern verwendet, es liegt jedoch kein persönlicher Angriff vor (vgl. ebd.). Als Beispiel führt Keim an, dass ein Deutscher offen sagt, dass bei unpassenden Preisen gar nicht zusammengearbeitet werden kann (vgl. ebd.: 195f). Diese „negative Imagepflege ohne reales Entgegenkommen in der Sache“ (ebd.: 197) führt in Keims Daten zu deutlichen Interferenzen (vgl. ebd.).

Die Strategie „Stilisierung als Opfer“ (ebd.: 196) wird von beiden Seiten verwendet, jedoch werden „Inszenierungen des guten Willens“ (ebd.) nur von spanischer Seite genutzt und sind in den von Keim untersuchten deutsch-spanischen Gesprächen erfolglos. Sie können im Gegensatz dazu führen, dass „die deutschen Interaktanten es sogar irritierend finden und sie so schnell wie möglich auf eine ‚sachliche‘ Ebene zurückgehen“ (ebd.).

#### **5.4 Weitere Untersuchungsdesigns und Sprachkombinationen**

An dieser Stelle wird auf weitere Werke eingegangen, die im Zusammenhang zum untersuchten Thema stehen, jedoch aufgrund von abweichenden Erhebungsmethoden, Sprachkombinationen oder inhaltlichen Schwerpunkten nicht ausführlich vorgestellt werden. Mateo González (2018) untersucht in ihrem Artikel „[k]ulturelle Barrieren in der deutsch-spanischen Geschäftskommunikation“. Sie befragt mit Hilfe von Fragebögen und Interviews deutsche Geschäftsleute, die in Spanien arbeiten oder gearbeitet haben, und spanische Geschäftsleute, die beruflich in Deutschland sind oder waren (vgl. ebd.: 43). Ihr Ziel ist es, „herauszufinden, ob die kulturellen Standards, die bis dato [...] definiert wurden, heutzutage noch anwendbar sind“ (ebd.). Das scheint auf Basis der vorläufigen Ergebnisse der Fall zu sein (vgl. ebd.: 44-46). Bies (2015) geht ebenfalls genuin interkulturell vor und untersucht deutsch-spanische Erstkontakte.

Dafür zeichnet sie Gespräche zwischen deutschen und spanischen Studierenden auf und nutzt die Methode der Gattungsanalyse. Hier ist kein direkter Wirtschaftsbezug gegeben, aber Erstkontakte spielen auch im Geschäftsleben eine wichtige Rolle (vgl. ebd.: 9-11). Darüber hinaus gibt es vereinzelt Forschende, die das Deutsche und eine außereuropäische spanische Varietät in den Fokus nehmen. Ein Beispiel ist Papageorgiou (2015), der im Rahmen seiner Dissertation unter anderem „eine teilnehmende Beobachtung bei mehreren Akquise- und Verhandlungsgesprächen sächsischer Unternehmer in Mexiko und Brasilien durchgeführt [hat]“ (ebd.: 28).

Im Bereich der kontrastiven Studien anzusiedeln ist unter anderem Schröder (2015), der in seinem Artikel „La web social como libro de quejas: un análisis contrastivo de reclamaciones en Facebook“ deutsche und spanische schriftliche Kundenbeschwerden auf Firmenseiten von Mobilfunkanbietern auf *facebook* untersucht. Müller (2006) geht ethnographisch vor und vergleicht die Kommunikation in deutschen, französischen und spanischen Betrieben. Da die Daten jeweils nur aus einer Fabrik stammen, warnt er jedoch davor, „Einzelergebnisse vorschnell zu den Verhältnissen in den Ländern in Beziehung zu setzen“ (ebd.: 8). Der Sammelband *Kontrastive Pragmatik in Forschung und Vermittlung. Deutsch, Spanisch und Portugiesisch im Vergleich* von Reimann/Robles i Sabater/Sánchez Prieto (2019) beinhaltet verschiedene vergleichende Studien, bezieht sich jedoch nicht auf den Bereich der Wirtschaftskommunikation.

Hinzukommen einige rein auf das Spanische bezogene Werke. Vinther (2011) behandelt in ihrem Artikel „La interrupción y el género discursivo“ Unterbrechungen in drei Diskurstypen im Spanischen. Der theoretische Beitrag von Gómez Cervantes (2011) widmet sich der Rolle der Höflichkeit in der Wirtschaftskommunikation aus pragmatischer und rhetorischer Sicht. Zudem gibt es Sammelbände, die die Themen Pragmatik und Höflichkeit in verschiedenen spanischen Varietäten behandeln, wie z. B. Placencia/García (2011). Im Folgenden werden exemplarisch einige Publikationen genannt, die das Spanische oder Deutsche in Kombinationen mit anderen Sprachen behandeln und sich auf das Gebiet der Wirtschaftskommunikation beziehen.

Helmolt (1997) untersucht in ihrer Dissertation deutsche, französische und deutsch-französische Arbeitsbesprechungen aus gesprächslinguistischer Sicht. Als Grundlage für die Datenerhebung nutzt sie sowohl authentische Gespräche als auch Simulationen (vgl. ebd.: 12). Ihr Fokus liegt auf der „Ebene der interaktiven Konstituierung von

Modalitäten“ (ebd.: 13) und auf dem Entstehen von Missverständnissen aufgrund möglicher Differenzen. Sie kommt wie Keim (1994) zu dem Ergebnis, dass Deutsche eine sachliche Kommunikationsweise bevorzugen, während die Franzosen teilweise ein „scherzhaft-beziehungsorientiertes Modalitätsschema“ (Helmolt 1997: 176) nutzen. Interessant ist zudem, dass in den monokulturellen Simulationen Unterschiede auf der Ebene der Gesprächsorganisation auftauchten, die in den interkulturellen Besprechungen jedoch nicht in gleicher Weise zu finden waren, da die Gesprächsteilnehmer sich aufgrund ihrer Erfahrungen und Erwartungen teilweise anpassten (vgl. ebd.: 160f). Chen (2016) führt eine *Gattungsanalyse deutsch-chinesischer Kantinengespräche* durch. Kunkel (2020) vergleicht deutsche und italienische Kundenbeschwerden auf den „Facebook-Seiten von Telekommunikationsunternehmen“ (ebd.: 11). Ihr Fokus liegt auf den einzelnen Bestandteilen der Beschwerden und dem Zusammenhang zu Höflichkeitstheorien (vgl. ebd.: 11-13).

Für das Spanische sind insbesondere einige ältere Studien zu nennen, die es in Kombination mit verschiedenen germanischen Sprachen betrachten und sowohl Verhandlungssimulationen als auch authentische Daten nutzen (vgl. Montolío/Ramallo 2009: 416f). So vergleicht z. B. Bravo (1996) in ihrer Dissertation mit dem Titel *La risa en el regateo: Estudio sobre el estilo comunicativo de negociadores españoles y suecos* die unterschiedliche Verwendung von Lachen in spanischen und schwedischen Verhandlungssimulationen (vgl. ebd.: 2f). Ulijn/Verweij (2000) behandeln das Sprachenpaar Spanisch-Niederländisch und legen den Schwerpunkt auf das Frageverhalten in Verhandlungen. Als Datengrundlage verwenden sie sowohl monokulturelle als auch interkulturelle Simulationen (vgl. ebd.: 217).

Darüber hinaus gibt es zahlreiche Publikationen, die gänzlich andere Sprachenpaare in den Fokus nehmen. Häufig wird Englisch in Kombination mit Chinesisch oder Japanisch betrachtet. Einen Überblick bietet Spencer-Oatey (2010: 205-208). Auf weitere einschlägige Studien zu den einzelnen Sprechakten wird in den Kapiteln 7.6.1-7.6.7 eingegangen.

## **5.5 Forschungslücke**

Der Forschungsüberblick zeigt, dass bis dato relativ wenig zu deutsch-spanischer Wirtschaftskommunikation aus pragmatischer Sicht geforscht wurde. So sind für das in dieser Dissertation untersuchte Sprachenpaar vor allem die kontrastiven

Erkenntnisse zur Sprachverwendung in Alltagssituationen von Siebold (2008a) relevant. Diese und weitere Studien bieten eine wichtige Grundlage für das Verständnis unterschiedlicher Sprechaktrealisierungen. Sie reichen jedoch nicht aus, da sie keine empirischen Aussagen über interkulturelle Interaktionen zulassen. Es kann nicht ohne Weiteres davon ausgegangen werden, dass die Sprechakte in interkulturellen Situationen genauso realisiert werden wie in intrakulturellen und die Sprechenden die pragmatischen Regeln ihrer L1 unverändert auf die L2 übertragen. So weiß man nicht, ob Deutsche die Sprechakte auf Spanisch wie auf Deutsch ausführen würden und wie das von ihren spanischen Gesprächspartner:innen aufgefasst wird. Außerdem ist nicht sicher, „[o]b diese Unterschiede [aus kontrastiven Studien] [...] in der interkulturellen Kommunikation wirklich zu Interferenzen führen“ (Bies 2015: 10).

Sprach- und kulturvergleichende Daten reichen weder für die pragmalinguistische Analyse noch für Handlungsempfehlungen, da die kulturell bedingten Kommunikationskonventionen sich in interkulturellen Interaktionssituationen verschieden manifestieren können und auch komplett neue Formen z. B. durch Anpassungsleistungen entstehen können (vgl. Müller-Jacquier 2019: 71; vgl. auch ders. 2000: 25). „Wissenschaftliche Analysen müssen sich also nicht nur kontrastiv mit Verwendungen unterschiedlicher Sprechkonventionen in L1 und in L2 etc. befassen, sondern mit deren Folgen [...]“ (ders. 2019: 71). Es sollten nicht nur die Unterschiede, sondern insbesondere auch ihre Auswirkungen in interkulturellen Interaktionen betrachtet werden (vgl. ders. 2000: 26). Konkret mit Bezug auf Höflichkeit fordert auch Trosborg (2010: 28), dass nicht nur kontrastiv gearbeitet werden soll: „[I]t is time that politeness researchers focus more on politeness strategies in intercultural interactions, where the participants have different (socio)cultural backgrounds [...]“.

Hinzukommt, dass es neben Keim (1994), deren Daten bereits vor über 30 Jahren mit Wirtschaftsstudierenden erhoben wurden, keine weiteren Studien gibt, die mündliche deutsch-spanische Wirtschaftskommunikation untersuchen. Auch Ebert (2015: 517) konstatiert, dass „[d]as Gebiet der *Kundenkommunikation* [...] zu den wissenschaftlich am gründlichsten untersuchten Gebieten der schriftlichen Stakeholder-Kommunikation zählen [dürfte]“ (ebd.; Hervorhebung im Orig.). Während also schriftliche B2C-Kommunikation bereits häufig Gegenstand der Forschung war, ist das bei mündlichen B2B-Interaktionen unter anderem aufgrund der Schwierigkeiten der Datengewinnung



nicht der Fall. „Die Forschungslücken werden umso größer, je mehr man über das exakte ‚Wie‘ des Sprachhandelns und Sprachverstehens in der betrieblichen Praxis erfahren will“ (ebd.: 536). Die vorliegende Arbeit soll zum Schließen der skizzierten Forschungslücke beitragen.

## **TEIL II: EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG DEUTSCH-SPANISCHER WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION**

### **6 ZIEL, FRAGESTELLUNGEN UND FORSCHUNGSDESIGN**

Das Ziel der Arbeit ist es, herauszufinden, wie ausgewählte Sprechhandlungen von deutschen Geschäftsleuten auf Spanisch ausgedrückt werden und ob sie von spanischen Geschäftsleuten korrekt interpretiert werden und die intendierte Wirkung auslösen. Die erste Forschungsfrage, die in der vorliegenden Arbeit beantwortet werden soll, lautet:

1. Wie formulieren Geschäftsleute mit der Erstsprache Deutsch ausgewählte Sprechakte aus dem Geschäftsalltag auf Spanisch?

Bezogen auf die Sprechakttheorie geht es also darum, welche Lokutionen zum Ausdruck spezifischer vorgegebener Illokutionen genutzt werden, oder anders ausgedrückt, wie die intendierte illokutive Kraft versprachlicht wird. Die zweite Forschungsfrage baut darauf auf und besteht aus mehreren Teilfragen:

2. Wie interpretieren spanische Geschäftsleute die Formulierungen der Deutschen? Welche Intentionen unterstellen sie den Sprecher:innen? Wie würden sie auf die Sprechakte reagieren?

Der Fokus liegt demnach auf der Perlokution, und es soll herausgefunden werden, ob der perlokutive Effekt mit den perlokutiven Intentionen der Deutschen übereinstimmt. Zudem wird die Zuschreibung perlokutionärer Intentionen durch die Hörerseite untersucht.

Für die Operationalisierung und Beantwortung der Fragestellungen wurden die Methodik der kontrastiv arbeitenden interkulturellen Pragmatik erweitert und in zwei Schritten Daten erhoben. Die Forschungsfragen spiegeln sich in diesem zweischrittigen Vorgehen wider. Im ersten Schritt wurden deutsche Geschäftsleute, die beruflich Kontakt zu spanischen Unternehmen, Kolleg:innen oder Geschäftspartner:innen haben, gefragt, wie sie bestimmte Situationen auf Spanisch versprachlichen würden und ihre spontanen mündlichen Antworten wurden aufgezeichnet. Die Ergebnisse wurden mit den Erkenntnissen aus kontrastiven Studien verglichen, um zu analysieren, ob und inwiefern Transfer von der L1 in die L2 stattfindet und ob Unterschiede zwischen Alltags- und Wirtschaftskommunikation bestehen.

Da in der Wirtschaft auch das (Miss-)Verstehen und die Interpretation der Sprechakte eine entscheidende Rolle spielen, wurden im zweiten Schritt ausgewählte Audio-Dateien spanischen Geschäftsleuten vorgespielt. Die Hörer:innen wurden gefragt, was sie inhaltlich verstehen, wie die Audios auf sie wirken und welche Intention sie den deutschen Sprecher:innen unterstellen. Auf Basis von (nicht) übereinstimmenden Intentionen und perlokutiven Effekten wurden Handlungsempfehlungen abgeleitet. Das genaue Vorgehen in beiden Teilschritten wird im Folgenden ausführlich erklärt.

## 7 SCHRITT 1: SPRACHPRODUKTION DEUTSCHER GESCHÄFTSLEUTE AUF SPANISCH

### 7.1 Vorbereitung der Datenerhebung

#### 7.1.1 Auswahl und Kontext der Sprechakte

Für die Untersuchung der Sprachproduktion deutscher Geschäftsleute auf Spanisch wurden sieben konkrete Situationen aus dem Geschäftsalltag formuliert. Diese basieren zum einen auf Sprechakten, die von Kathrin Siebold bereits im Bereich der Alltagskommunikation untersucht wurden. Zum anderen wurden aus der Literatur *critical incidents* gesammelt, die häufig mit Bezug auf Kultur und nicht mit sprachlichen Besonderheiten erklärt werden. Für die Untersuchung ausgewählt wurden verschiedene direktive, expressive und kommissive Sprechakte, weil sie im Geschäftsleben häufig vorkommen und gleichzeitig problematisch sein können. Laut Siebold (2008a: 49) basieren die meisten Missverständnisse zwischen Deutschen und Spanier:innen auf Direktiva und Expressiva. Das kann damit begründet werden, dass erstere das negative *face* des Hörers angreifen und ihn in seiner Handlungsfreiheit einschränken (vgl. ebd.) und letztere insbesondere für das positive *face* eine Gefahr darstellen, z. B. wenn Kritik geäußert wird (siehe auch Kap. 4.4.1). Für die Ausführung dieser gesichtsbedrohenden Sprechakte werden sprachliche Höflichkeitsstrategien verwendet, die kulturabhängig sein können (vgl. Siebold 2008a: 49), und dementsprechend Konfliktpotential beinhalten, wenn sie von L2-Sprechenden nicht (richtig) angewendet werden.

Zunächst wurden der Kontext, in dem die Situationen angesiedelt sind, und die Rahmenbedingungen festgelegt. Die ersten fünf Situationen finden vor dem Hintergrund statt, dass ein deutsches Unternehmen eine Kooperation mit einer spanischen Firma pflegt, sei es für die Geschäfte vor Ort oder für ein größeres Joint Venture. Es handelt sich also nicht um Erstkontakte zwischen den Firmen, da die Kooperation bereits besteht. Die Kommunikation ist dialogisch mündlich und findet zwischen Vertreter:innen des deutschen und spanischen Unternehmens statt. Die Gesprächspartner:innen kennen sich nicht (gut) und sie verbindet keine persönliche Beziehung. Dadurch sollen der Rückbezug auf Witze aus vorherigen Gesprächen sowie spezifische Insider-Formulierungen vermieden werden. Beide Gesprächspartner:innen gehören der gleichen Hierarchieebene an und es besteht kein Unterstellungsverhältnis. Eine Unterscheidung nach Geschlecht und Alter wird nicht vorgenommen.

Bei der Situationsauswahl wurden verschiedene Aspekte ausgeschlossen, da sie die sprachliche Ausführung zu sehr beeinflussen oder die Vergleichbarkeit zwischen den Teilnehmenden verringern würden. So geht es nicht um offizielle Verhandlungen und Verträge, bei deren Nichteinhalten rechtliche Vereinbarungen gebrochen werden und juristische Konsequenzen drohen, sondern um die zwischenmenschliche Ebene, wenn bspw. Bitten keine Folge geleistet wird. Darüber hinaus dürfen die genauen Inhalte der Gespräche weder zu speziell sein, damit sie von Teilnehmenden aus verschiedenen Unternehmen zu beantworten sind, noch zu ökonomisch, da bspw. die Forderung, den Preis um 20% zu senken, in verschiedenen Branchen sehr unterschiedlich aufgenommen werden kann. Es handelt sich ausschließlich um kooperationsbezogene Kommunikation. Soziale Kommunikation innerhalb des Geschäftsalltags, wie das Aussprechen einer Einladung zu einer außerhalb der Arbeitszeit stattfindenden Geburtstagsfeier, wurde nicht betrachtet.

Neben Unternehmenskooperationen gibt es weitere Konstellationen in der Wirtschaft, in denen Deutsche und Spanier:innen aufeinandertreffen können. Während die ersten fünf Situationen im Bereich der externen Wirtschaftskommunikation anzusiedeln sind, zählen die letzten beiden Situationen zur internen Kommunikation zwischen Mitarbeitenden eines Unternehmens. Es geht darum, dass in dem Unternehmen, in dem der:die Deutsche angestellt ist, seit kurzem ein neuer spanischer Kollege oder eine neue spanische Kollegin arbeitet. Die weiteren Rahmenbedingungen sind identisch wie in den Situationen 1-5. Alle Situationen wurden mit einem langjährigen Mitarbeiter eines großen international tätigen deutschen Einzelhandelsunternehmens besprochen, um sicherzugehen, dass sie in der Praxis realistisch sind. Die konkreten Situationen werden im Folgenden vorgestellt.

## **7.1.2 Konkrete gewählte Situationen mit Begründungen**

### **Situation 1: Aufforderung, Daten bereitzustellen**

In der ersten Situation soll eine deutsche Angestellte gemeinsam mit einem spanischen Vertreter<sup>51</sup> ein Ausgangsstatement bzw. einen Entwurf für ein Projekt erbringen. Sie

---

<sup>51</sup> Die Personen können auch andere Geschlechter haben, an dieser Stelle wird jedoch aus Gründen der Lesbarkeit jeweils nur eins genannt. Stellvertretend für die deutsche Seite steht eine weibliche Person und für die spanische eine männliche, da sie jeweils zur Mehrheit der Teilnehmenden gehören (siehe Kap. 7.3.1 und 8.3.1).

ist für die Zusammenführung verantwortlich und soll in der kommenden Woche ihrem Vorgesetzten die Ergebnisse präsentieren. Dafür ist es wichtig, dass der Spanier ihr bis Ende dieser Woche seinen Datensatz/Systembeschreibung/Entwurf/die Details, auf die nur er Zugriff hat, schickt. Die Deutsche spricht ihn an und fordert ihn auf, ihr seinen Teil rechtzeitig zukommen zu lassen. Es soll also der direktive Sprechakt der Aufforderung elizitiert werden. Ob diese eher als Forderung/Befehl oder Bitte ausgedrückt wird, ist den Teilnehmenden überlassen. Ebenfalls nicht genauer vorgegeben wurde, wie viele zusätzliche Informationen die Teilnehmenden erwähnen sollen.

Die Situation wurde gewählt, weil es im Rahmen von Unternehmenskooperationen sehr typisch ist, dass bspw. ein IT-System integriert werden muss und dafür die Daten der anderen Seite benötigt werden. Zudem gelten Direktiva als gesichtsbedrohend (vgl. Brown/Levinson 2011: 65; siehe Kap. 4.4.1), bieten also Konfliktpotenzial in intra- und interkulturellen Situationen. Hinzukommt, dass Bitten<sup>52</sup> im Alltag bereits von Siebold untersucht wurden und von deutschen und spanischen L1-Sprechenden unterschiedliche Strategien verwendet werden, um sie auszudrücken (vgl. Siebold 2008b: 11). Daher ist es interessant, zu untersuchen, wie dieser Sprechakt von Deutschen auf Spanisch realisiert wird und ob in der Wirtschaft Besonderheiten existieren. Für Schritt 2 ist außerdem die Frage relevant, wie direkt die Sprecherin sich ausdrücken muss, damit ihrer Aufforderung Folge geleistet wird.

### **Situation 2: Beschwerde wegen verspäteter Bereitstellung von Daten**

Die zweite Situation stellt die Weiterentwicklung des ersten Szenarios dar. Es wurde gemeinsam vereinbart, dass der Spanier seinen Teil bis zum Ende der vergangenen Woche bereitstellen sollte. Die Deutsche hat jedoch zu Beginn der neuen Woche die Daten immer noch nicht erhalten und ist laut Situationsbeschreibung genervt, dass die Frist nicht eingehalten wurde und sie in ihrem Arbeitsablauf behindert wird. Sie spricht den Spanier darauf an. In dieser Situation soll der Sprechakt der Beschwerde elizitiert werden. Es wurde nicht vorgegeben, ob die Deutsche ihren Ärger offen zeigen oder

---

<sup>52</sup> Siebold (2008b: 8) verwendet den Begriff ‚Bitte‘, fasst darunter jedoch auch direkte Strategien wie Imperative, sodass ein Vergleich mit dem in der vorliegenden Arbeit untersuchten Sprechakt möglich ist.

eine erneute Aufforderung aussprechen soll.<sup>53</sup> Das Ziel ist es herauszufinden, wie in dieser kritischen Situation sprachlich gehandelt wird.

Die Situation wurde gewählt, weil es aufgrund vielfältiger Aufgaben und Belastungen im Berufsalltag durchaus vorkommen kann, dass Fristen nicht eingehalten werden. Das Gegenüber auf sein Versäumnis anzusprechen, stellt Konfliktpotential dar, da Beschwerden das positive *face* des Hörers angreifen (vgl. Brown/Levinson 2011: 66). Hinzukommt, dass in anekdotischen Erzählungen und *critical incidents* immer wieder darauf hingewiesen wird, dass Spanier häufig zu spät kommen (vgl. Springer 2012: 40f, 249f) oder im Berufsleben festgelegte Fristen zur Fertigstellung einer Aufgabe nicht einhalten (vgl. Rehbein/Thomas/Steinhuber 2009: 139). Daher ist es interessant zu untersuchen, wie Deutsche sprachlich mit solchen Verspätungen umgehen.

### **Situation 3: Entschuldigung für verspätete Bereitstellung von Daten**

Situation 3 basiert auf dem gleichen Szenario, die Rollenverteilung ist jedoch umgekehrt, d.h. die Deutsche sollte bis zur vergangenen Woche einen Entwurf/Datensatz/Prozessbeschreibung bereitstellen, konnte aber die Frist nicht einhalten. Mit der Situationsbeschreibung soll der Sprechakt der Entschuldigung elizitiert werden. Um die Teilnehmenden nicht zu beeinflussen, wurde aber nicht explizit gesagt, ob sie sich entschuldigen oder die Verspätung erklären sollen, sondern sie wurden nur gefragt, was sie sagen würden, um zu untersuchen, wie sie in einer solchen Situation sprachlich handeln.

Die Situation wurde gewählt, da Entschuldigungen das positive *face* des Sprechers bedrohen (vgl. Brown/Levinson 2011: 68), jedoch notwendig sein können, um die Beziehung zwischen den Gesprächspartner:innen nach einem Bruch – z. B. durch das Nicht-Einhalten einer Absprache – wieder ins Gleichgewicht zu bringen (vgl. Siebold 2008a: 132; siehe ausführlich Kap. 7.4.3.1). Das ist in der Wirtschaft besonders wichtig, um den Fortbestand einer Kooperation nicht zu gefährden. Zudem zeigen die kontrastiven Ergebnisse von Siebold (2008a: 144), dass Unterschiede zwischen deutschen

---

<sup>53</sup> Für eine genaue Erklärung der Zusammensetzung von Beschwerden siehe Kapitel 7.5.2.1.

und spanischen Entschuldigungen existieren, sodass die Untersuchung in interkulturellen Kontexten ein interessantes Forschungsdesiderat darstellt.

#### **Situation 4: Ablehnung von Vorschlag**

In der vierten Situation soll im Rahmen einer bestehenden Zusammenarbeit ein neues gemeinsames Projekt geplant werden. Dafür sammelt die deutsche Angestellte gemeinsam mit dem spanischen Vertreter Ideen. Der Spanier macht einen Vorschlag, den die Deutsche sehr schlecht und nicht umsetzbar oder ungeeignet findet. Der Sprechakt, der mit der Situationsbeschreibung elizitiert werden soll, ist eine Ablehnung des Vorschlags. Die deutschen Teilnehmenden werden jedoch weder explizit dazu aufgefordert, eine direkte Ablehnung zu formulieren, noch den Hörer nicht zu verletzen, da herausgefunden werden soll, wie sie auf Spanisch einen Vorschlag ablehnen und welche Strategien sie zur Modifizierung verwenden.

Die Situation wurde gewählt, weil es in der Wirtschaft bei der Planung eines neuen Projekts vorkommen kann, dass Vorschläge nicht umgesetzt werden können und abgelehnt werden müssen. Der Sprechakt beinhaltet jedoch Konfliktpotenzial, weil er das *face* beider Gesprächspartner:innen angreift (vgl. Siebold/Busch 2015: 54; siehe ausführlich Kap. 7.4.4.1). Laut Keim Cubas (2000: 194) stellen „Äußerung und Empfang von negativen Werturteilen (Kritik)“ einen Bereich dar, der „in der deutsch-spanischen Interaktion zu Interferenzen führen kann“. Bei der Untersuchung von Ablehnungen in Alltagssituationen auf Deutsch und Spanisch fanden Siebold/Busch (2015: 59-67) heraus, dass die sprachlichen Strategien kulturspezifisch variieren. Daher stellt sich die Frage, ob Deutsche den Sprechakt auf Spanisch analog zu ihrer L1 formulieren oder sich auf eine bestimmte Art und Weise anpassen. Interessant ist insbesondere auch im zweiten Schritt, ob und wie die Kritik von den Spanier:innen verstanden wird. Führt eine zu direkte Ablehnung zu negativen Reaktionen auf Seiten des Hörers? Wird indirekte, oberflächlich nett wirkende Kritik überhaupt als solche verstanden?

#### **Situation 5: Persuasion von Vorschlag**

Auch Situation 5 behandelt die Planung eines neuen gemeinsamen Projektes. Die Deutsche soll den Spanier von ihrem Vorschlag überzeugen und ihn dazu bringen, ihre Idee umzusetzen oder die Vorgehensweisen ihres Unternehmens für das Projekt zu



verwenden. Wie genau sie dabei vorgehen soll, ist nicht vorgegeben. Es soll also die Persuasion von einem Vorschlag elizitiert werden.

Die Situation wurde gewählt, weil es im Rahmen einer Zusammenarbeit wichtig ist, sich auf eine gemeinsame Vorgehensweise zu einigen. Beide Seiten möchten dabei in der Regel ihre Idee umsetzen oder es ist für ihr Unternehmen wichtig, die bereits etablierten Abläufe zu verwenden. Der Sprechakt ist problematisch für das negative *face* des Hörers, da er etwas tun bzw. bei etwas mitmachen soll und dadurch in seiner Handlungsfreiheit eingeschränkt wird (vgl. Brown/Levinson 2011: 65f). Hinzukommt, dass laut Keim Cubas (2000: 196) Deutsche und Spanier:innen in Verhandlungen unterschiedliche Strategien beim Argumentieren verwenden. In der vorliegenden Situation wird untersucht, wie Deutsche auf Spanisch argumentieren und ob sie überwiegend persönliche oder inhaltliche Argumente verwenden, um ihr spanisches Gegenüber zu überzeugen.

#### **Situation 6: Bitte um Hilfe**

In der sechsten Situation arbeitet die Deutsche an einer schwierigen Aufgabe, die sie alleine nicht lösen kann. Sie wird von ihrem Chef zu ihrem neuen spanischen Kollegen geschickt, der Experte in dem Bereich ist, und bittet ihn um Hilfe. Der Sprechakt, der elizitiert werden soll, ist also eine Bitte.

Die Situation wurde gewählt, da es im Berufsalltag häufig vorkommt, dass man Kolleg:innen, die über Expertenwissen verfügen, um Hilfe bittet. Zudem ist sie für beide Gesprächspartner:innen gesichtsbedrohend. Der Hörer wird in seinem Handlungsfreiraum eingeschränkt, sodass insbesondere sein negatives *face* angegriffen wird (vgl. Brown/Levinson 2011: 65f). Auf der Seite der Sprecherin ist vor allem das positive *face* in Gefahr, weil sie als Bittstellerin zugibt, dass sie etwas alleine nicht weiß (vgl. ebd.: 68). Wie in der ersten Situation kommt hinzu, dass Bitten von spanischen und deutschen L1-Sprechenden nicht auf die gleiche Weise realisiert werden (vgl. Siebold 2008b: 11). Deshalb ist es hier zum einen interessant, wie Deutsche sich in ihrer L2 Spanisch ausdrücken und zum anderen, ob der veränderte Kontext Unterschiede im Vergleich zu Situation 1 auslöst.

### Situation 7: Ablehnung einer Bitte

In der siebten Situation muss die Deutsche zu einem wichtigen Meeting, das in fünf Minuten beginnt. Sie trifft auf ihren neuen spanischen Kollegen, der Probleme mit dem Kopierer hat und sie um Hilfe bittet. Leider hat sie jedoch keine Zeit. Der elizitierte Sprechakt ist also eine Ablehnung der Bitte um Hilfe.

Die Situation wurde gewählt, weil sie für beide Parteien gesichtsbedrohend ist. Das positive *face* des Hörers wird nicht stimuliert, weil sein Wunsch nicht erfüllt wird und das positive *face* der Sprecherin ist bedroht, da sie weniger freundlich und hilfsbereit wirken kann (vgl. Siebold/Busch 2015: 54). Zudem existieren laut der kontrastiven Untersuchung von Siebold/Busch (2015) Unterschiede zwischen deutschen und spanischen Ablehnungen (vgl. ebd.: 59-67), sodass es interessant ist zu betrachten, wie deutsche Erstsprachler:innen Ablehnungen auf Spanisch realisieren. Wichtig ist hier anzumerken, dass in der vorliegenden Arbeit nicht untersucht wird, ob die Teilnehmenden helfen würden und dafür in Kauf nehmen, dass sie zu spät zum Meeting kommen. Von der Situationsbeschreibung ist vorgegeben, dass die Bitte um Hilfe abgelehnt werden soll und die sprachliche Realisierung steht im Fokus. Tabelle 1 fasst die gewählten Situationen zusammen. Die Sprechakte, bei denen in Schritt 2 zusätzlich die Rezeption untersucht wurde, sind fett markiert.

Hintergrund	Situation/Sprechakt
1. Unternehmenskooperation	<b>1. Aufforderung, Daten bereitzustellen</b>
	<b>2. Beschwerde wegen verspäteter Bereitstellung von Daten</b>
	3. Entschuldigung für verspätete Bereitstellung von Daten
	<b>4. Ablehnung eines Vorschlags</b>
	5. Persuasion von Vorschlag
2. Kolleg:innen innerhalb eines Unternehmens	6. Bitte um Hilfe
	7. Ablehnung einer Bitte um Hilfe

Tabelle 1: Überblick über die für die Datenerhebung verwendeten Situationen/Sprechakte.

## 7.2 Datenerhebungsmethode

### 7.2.1 Beschreibung und Vorteile

Für die Datenerhebung wird die Methode des geschlossenen Rollenspiels verwendet, um herauszufinden, wie deutsche Geschäftsleute in den genannten Situationen auf Spanisch sprachlich handeln. Es handelt sich um *role enacting*, da die Teilnehmenden nicht schauspielern, sondern ausdrücken sollen, was sie selbst in einer solchen Situation sagen würden. Dadurch ist die Authentizität der Daten höher als beim *role playing* (vgl. Félix-Brasdefer 2018: 306f; siehe ausführlich Kap. 4.6.3.1).

Die Methode bietet gegenüber der Aufzeichnung authentischer Gespräche den Vorteil, dass die Vergleichbarkeit der Daten gegeben ist, weil mehrere Proband:innen die gleiche Situation beantworten und die Datenerhebung konkreter vom Forschenden plan- und steuerbar ist (vgl. Siebold 2008b: 9; siehe ausführlich Kap. 4.6.3.1). Auch aus Datenschutzgründen sind geschlossene Rollenspiele vorteilhaft. Es werden keine risikanten Inhalte der Unternehmen thematisiert, sodass keine *Non Disclosure Agreements* (NDAs) nötig sind bzw. die Datenerhebung überhaupt erst möglich wird.<sup>54</sup> Die Tatsache, dass die Antworten nur mit Audiogeräten aufgenommen werden und keine Videoaufzeichnungen stattfinden, bietet einen rechtlichen Vorteil, weil die Privatsphäre der Teilnehmenden stärker geschützt wird. Gleichzeitig wird dadurch die Konzentration auf das Sprachliche gestärkt und Gestik und Aussehen der Personen haben keinen Einfluss auf die Ergebnisse. Auch die individuelle Beziehung zwischen den Teilnehmenden spielt keine Rolle, sodass die Ergebnisse leichter verallgemeinerbar sind.

Gegenüber offenen Rollenspielen bietet die Methode insbesondere einen praktischen Vorteil, da nicht zwei Geschäftsleute gleichzeitig anwesend sein müssen. Im Vergleich zu schriftlich durchgeführten DCTs beinhalten die Antworten in geschlossenen Rollenspielen für mündliche Sprache charakteristische Besonderheiten (vgl. Schneider 2018a: 62; Félix-Brasdefer 2018: 307). Das geschlossene Rollenspiel bildet einen Mittelweg zwischen Authentizität auf der einen und Steuerbarkeit und Vergleichbarkeit

---

<sup>54</sup> Die ursprünglich geplante Aufzeichnung authentischer Gespräche im Bereich der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation war aus Datenschutzgründen nicht möglich.

auf der anderen Seite und ist in den Augen der Verfasserin die Methode, die die Vorteile im Rahmen der Möglichkeiten am besten kombiniert.

### 7.2.2 Weitere Informationen zur Durchführung

Die Situationsbeschreibungen für die geschlossenen Rollenspiele wurden mündlich erklärt.<sup>55</sup> Das hat den Vorteil, dass die Interaktion persönlicher und spontaner als bei schriftlich präsentierten Aufgabenstellungen ist. Jedoch sind minimale Unterschiede möglich, da die Forscherin beim Vorlesen der Stimuli eventuell manchmal schneller spricht oder ein Wort weglässt. Vor Beginn der ersten Situation wurden den Proband:innen die Informationen zum Kontext und die Rahmenbedingungen mitgeteilt. Sowohl die Kontexte als auch die Situationen wurden auf Deutsch vorgestellt, um die Wortwahl der Teilnehmenden nicht zu beeinflussen. Die deutschen Geschäftsleute wurden darauf hingewiesen, dass die Situationen recht vage gehalten sind und sie sie auf ihren Bereich anpassen dürfen. Ihnen wurde mitgeteilt, dass ihr:e Gesprächspartner:in kein Deutsch spricht, sie aber einzelne Wörter auf Englisch sagen dürfen, wenn sie das in der Realität auch so handhaben würden. Jeder Stimulus endete mit „Was sagst du?“ und die Teilnehmenden bekamen Zeit für ihre Antwort.

Nach den geschlossenen Rollenspielen wurde eine aus mehreren Teilen bestehende Abschlussfrage gestellt, um den Proband:innen die Möglichkeit zu geben, Feedback zu geben und über ihre Antworten zu reflektieren. Sie wurden gefragt, ob sie der Forscherin noch etwas mitteilen möchten, ob sie solche oder ähnliche Situationen bereits erlebt haben und ob sie zufrieden mit ihren Antworten sind und diese realistisch fanden. Es handelt sich also um ein retrospektives Interview, das zu Zwecken der Triangulation durchgeführt wurde, um die Validität der Ergebnisse aus den geschlossenen Rollenspielen zu prüfen und zusätzliche Erklärungen unter anderem zu kulturellen Hintergründen zu erhalten. An dieser Stelle kann bereits vorweggenommen werden, dass mehr als zwei Drittel der deutschen Proband:innen die Situationen realistisch fanden.<sup>56</sup> Ein Drittel merkt an, dass sie sich zunächst in die Situation eindenken mussten

---

<sup>55</sup> Für die Situationsbeschreibungen, die als Stimuli für die Sprechaktproduktion dienten, siehe Anhang Kap. 12.1.2.

<sup>56</sup> Da die Abschlussfrage nicht bei allen Teilnehmenden exakt gleich formuliert und teilweise an vorherige Kommentare und Probleme angepasst wurde und zudem nicht alle ausführlich auf alle Teilfragen antworteten, handelt es sich nur um eine Tendenz.

oder es ungewohnt fanden, dass ihnen niemand antwortet. Die große Mehrheit von ihnen kam nach anfänglichen Schwierigkeiten aber gut mit den Aufgabenstellungen zurecht.<sup>57</sup>

Die geschlossenen Rollenspiele und die Antworten auf die Abschlussfragen wurden mit dem Audiogerät Olympus LS-P1 aufgezeichnet.<sup>58</sup> Zusätzlich wurden im Anschluss mit einem kurzen Fragebogen<sup>59</sup> ethnographische Zusatzdaten erhoben. Diese dienen zum einen der Beschreibung der Teilnehmenden und können zudem bei der Interpretation auffälliger Ergebnisse herangezogen werden. Bei den erfragten Kategorien handelt es sich um Geschlecht, Alter, Erstsprache(n), Fremdsprachenkenntnisse, Auslandserfahrungen, die Verwendung von Spanisch im Alltag, beruflichen Kontakt zu spanischsprachigen Ländern sowie den Fachbereich im Unternehmen und ob im Rahmen von Ausbildung, Studium oder Weiterbildung der Teilnehmenden speziell darauf eingegangen wurde, wie man mit Personen aus Spanien in der Arbeitswelt kommuniziert. Die überwiegende Mehrheit füllte den Fragebogen gemeinsam mit der Forscherin aus, sodass Nachfragen und Spezifizierungen möglich waren. So wurde bei der letzten Frage häufig mündlich hinzugefügt, dass auch die Teilnahme an einem interkulturellen Training genannt werden kann.

### **7.2.3 Profil der gesuchten Proband:innen und Kontaktaufnahme**

Für die Teilnahme wurden Personen mit der Erstsprache Deutsch aus Deutschland gesucht. Andere Varietäten aus der Schweiz und Österreich wurden ausgeschlossen, da es innerhalb plurizentrischer Sprachen, zu denen das Deutsche zählt, auch im pragmatischen Bereich Unterschiede gibt (vgl. Siebold 2013: 368). Eine weitere Voraussetzung für die Teilnahme waren Spanischkenntnisse, die im Geschäftsalltag verwendet werden können und gut genug sind, dass nicht nach wenigen Worten zu Englisch gewechselt wird. Die potentiellen Teilnehmenden sollten zudem in einem Wirtschaftsunternehmen arbeiten – die Branche und Position im Unternehmen spielten keine Rolle – und über beruflichen Kontakt zu Spanien oder auch Lateinamerika verfügen.

---

<sup>57</sup> Eine Systematisierung der wichtigsten Antworten auf die Abschlussfrage findet sich in Anhang Kap. 12.1.4.8.

<sup>58</sup> Die Teilnehmenden wurden vor der Aufnahme auf die Datenschutzbestimmungen hingewiesen.

<sup>59</sup> Siehe Anhang Kap. 12.1.3.

Um der Abhängigkeit von Branche und Unternehmenskultur entgegenzuwirken, sollten Personen aus vielen verschiedenen Firmen und Fachbereichen rekrutiert werden.

Für die Kontaktaufnahme wurde ein Flyer<sup>60</sup> erstellt, der sowohl digital über *LinkedIn*, in *facebook*-Gruppen für Deutsche in Spanien, per Mail an andere Universitäten mit Sprachen & Wirtschaft Kombinationsstudiengängen, an deutsche Unternehmen in Spanien und spanische Firmen in Deutschland und über persönliche Kontakte als auch analog auf der Career Fair Mannheim 2023 verbreitet wurde. Ziel war es, 30 Teilnehmende zu rekrutieren, da laut dem zentralen Grenzwerttheorem ab dieser Stichprobengröße von einer Normalverteilung der Mittelwerte ausgegangen werden kann (vgl. Lehrbuch Psychologie o. J.: *Zentrales Grenzwerttheorem*).

### 7.3 Beschreibung der Datenerhebung und Daten

#### 7.3.1 Zeitraum der Erhebung und Überblick über die Teilnehmenden

Im Zeitraum vom 24.03.2023 bis zum 07.07.2023 wurden über Zoom, Teams und in Präsenz mit 30 deutschen Geschäftsleuten Daten erhoben. Da ein Proband größtenteils auf Englisch antwortete, konnte sein Datensatz nicht genutzt werden, sodass am 31.08.2023 eine weitere Person befragt wurde, um eine Anzahl von  $n=30$  zu erreichen.<sup>61</sup>

Knapp drei Viertel der deutschen Teilnehmenden waren weiblich und gut ein Viertel männlich (siehe Abb. 3). Genau die Hälfte war zum Zeitpunkt der Erhebung jünger als 30 Jahre. 10% waren zwischen 30-39 Jahre alt, 16,7% zwischen 40-49 und 23,3% der Teilnehmenden waren zwischen 50-59 (siehe Abb. 4). Betrachtet man Geschlecht und Alter zusammen, bilden Frauen unter 30 die am häufigsten vertretene Gruppe.

---

<sup>60</sup> Siehe Anhang Kap. 12.1.1.

<sup>61</sup> Aus Gründen der Transparenz wurde der Datensatz nicht einfach ersetzt, sondern die ursprüngliche Nummerierung beibehalten. Diese geht daher bis D31, aber die Antworten von D4 fehlen sowohl in den Beispielen als auch in den vollständigen Vorkommnissen im Anhang.

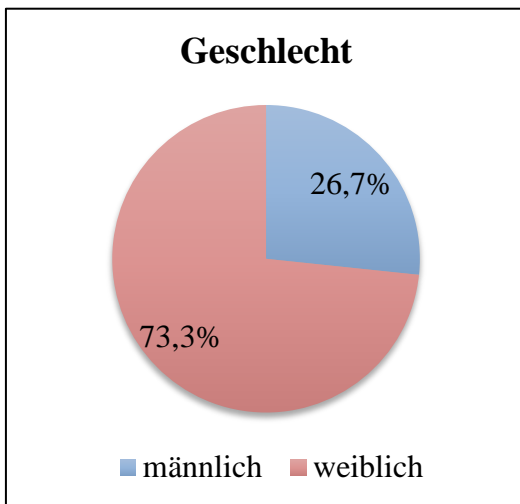


Abbildung 3: Geschlecht der deutschen Teilnehmenden.

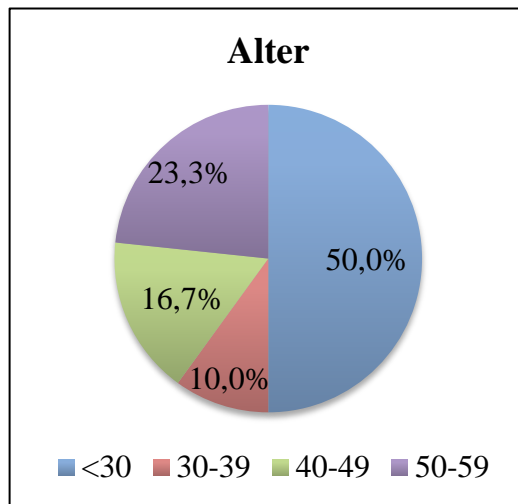


Abbildung 4: Alter der deutschen Teilnehmenden.

Die Erstsprache der Teilnehmenden ist in 90% der Fälle ausschließlich Deutsch. 10% erlernten im frühen Kindesalter zusätzlich Spanisch (und Italienisch). Die Proband:innen wuchsen ausnahmslos in Deutschland auf. Ihr Spanischniveau schätzen fast drei Viertel der Teilnehmenden als verhandlungssicher, fließend oder auf C1 bzw. C2-Niveau ein. Gut ein Viertel gibt an, Kenntnisse im B1/B2 bzw. B2/C1 Bereich zu haben oder macht keine genaue Angabe.<sup>62</sup> Zudem gaben alle Teilnehmenden an, Englisch zu sprechen. Französisch beherrschen knapp die Hälfte und Italienisch gut ein Viertel auf verschiedenen Niveaustufen. Weitere Fremdsprachen, die genannt wurden, sind Portugiesisch (13,3%), Katalanisch und Russisch (je 6,7%), Polnisch, Latein und deutsche Gebärdensprache (je 3,3%).

Der überwiegende Großteil der deutschen Teilnehmenden (93,3%) absolvierte bereits einen längeren Auslandsaufenthalt von mindestens drei Monaten in spanischsprachigen Ländern. Zwei Drittel waren bisher nur in Spanien, 10% nur in Lateinamerika und 16,7% bereits in beiden Regionen. 26,7% der deutschen Proband:innen wohnen in Spanien. Der Großteil der Teilnehmenden verwendet Spanisch außerhalb des Berufs, lediglich ein Fünftel nutzt es wenig bis kaum im Alltag. Die Verwendungsbereiche sind sehr divers und decken Freunde, Familie, Serien, Musik und Bücher ab. Die beruflichen Erfahrungen mit Spanier:innen reichen von Smalltalk über Praktika,

<sup>62</sup> Die Erfassung der Sprachkenntnisse dient nur dem Überblick über die Teilnehmenden. In der Analyse wird nicht nach Sprachniveau differenziert, da die einzelnen Untergruppen zu klein wären und die fremdsprachendidaktische Perspektive hier nicht im Vordergrund steht.

Werksstudierendentätigkeiten, Geschäftsreisen und Kontakt zu spanischen Kolleg:innen bis zur langjährigen Festanstellung in spanischen Unternehmen.<sup>63</sup> Hinzu kommen einige Erfahrungen mit Hispanoamerika.

Die Teilnehmenden arbeiten in vielen verschiedenen Fachbereichen. Genannt wurden unter anderem Kommunikation, Beratung, Vertrieb, Geschäftsleitung, IT, Einkauf, Marketing, Personal, Aus- und Weiterbildung, Logistik, Buchhaltung und Kundenbetreuung. Auf die Frage, ob in Ausbildung, Studium oder Weiterbildung speziell darauf eingegangen wurde, wie man mit Personen aus Spanien in der Arbeitswelt kommuniziert oder sie schon mal an einem interkulturellen Training teilgenommen haben, antworteten die meisten mit nein, fügten jedoch hinzu, dass sie sich mehr solcher Angebote wünschen. Sie brachten sich ihre Kenntnisse autodidaktisch und durch *learning by doing* bei. Etwa ein Drittel nannten Kurse aus dem Studium, in denen interkulturelle Kommunikation angesprochen wurde, jedoch nicht immer mit konkretem Bezug zu Spanien. Eine Person beschäftigte sich in letzter Zeit ausführlicher mit den Themen interkulturelle, nonverbale und non-violente Kommunikation, da sie selbst Trainings für Auszubildende gibt.

### 7.3.2 Transkription der Daten

Da alle Teilnehmenden die in Kapitel 7.1.2 vorgestellten sieben Situationen beantworteten, ergab sich insgesamt ein Korpus von 210 geschlossenen Rollenspielen, das als Grundlage für die Analysen in Schritt 1 diente. Nach der Aufnahme wurden die Daten zunächst mithilfe der datenschutzkonformen Spracherkennungssoftware f4x automatisch transkribiert. Anschließend überarbeitete die Verfasserin die Transkripte händisch mit dem Programm f4transkript. Die Transkription erfolgte in Anlehnung an die Konventionen des Gesprächsanalytischen Transkriptionssystems 2 (GAT 2) (vgl. Selting et al. 2009). Es wurden jedoch nur die für diese Arbeit relevanten Transkriptionszeichen verwendet, da „eine selektive Transkription [...] eine klare Sicht auf den ausgewählten Untersuchungsgegenstand [ermöglicht]“ (Mroczynski 2014: 52). Die

---

<sup>63</sup> In Einzelfällen stammen die Erfahrungen aus der Arbeit in einer Stiftung, bei der AHK, im Wirtschaftsdezernat einer Stadt und in der Administration einer Wirtschaftsschule. Diese werden hier dem Bereich „Wirtschaft“ im weitesten Sinn zugeordnet.



wichtigsten Aspekte werden im Folgenden kurz erläutert. Eine Auflistung aller verwendeten Transkriptionszeichen findet sich auf Seite ix.

Die Transkription geschieht in Kleinbuchstaben und folgt ansonsten der Standardorthografie (vgl. Selting et al. 2009: 358-360). In Abhängigkeit von der Fragestellung sollten jedoch Auffälligkeiten in der Aussprache transkribiert werden (vgl. Mroczynski 2014: 55). Großbuchstaben werden verwendet, um Akzente zu markieren (vgl. Selting et al. 2009: 358). Auch die Interpunktion ist nicht „normal“, sondern dient der Markierung der Intonation und zeigt an, ob die Tonhöhe der Stimme am Ende einer sogenannten Intonationsphrase steigt, fällt oder gleichbleibt (vgl. ebd.: 373). Darüber hinaus werden „[...] Verzögerungen, Pausen, Ein- und Ausatmen, Lachen und non-verbale Handlungen und Ereignisse sowie schwer- oder unverständliche Segmente notiert [...].“ (ebd.: 359). Hier ist jedoch zu beachten, dass Lachen nicht unbedingt ein intendierter Teil der Sprechaktrealisierung sein muss, sondern auch Peinlichkeit oder Unwohlsein im Rahmen der Datenerhebung ausdrücken kann. Dehnungen einzelner Silben werden kenntlich gemacht (vgl. ebd.: 376) und auch im Vergleich zum Rest des Audios schnelleres und lauterer Sprechen wird markiert (vgl. ebd.: 380f).

## 7.4 Analyse der Daten

Bevor auf die Analyse der einzelnen Sprechakte eingegangen wird, werden einige allgemeine Charakteristika der Daten vorgestellt. Die Audio-Dateien sind durchschnittlich 32 Sekunden lang, der Median beträgt im Schnitt 29 Sekunden.<sup>64</sup> Über alle Situationen hinweg dauerte das kürzeste Audio lediglich 4 Sekunden und das längste 1:39 Minuten.<sup>65</sup> Die genauen Werte pro Situation sind Tabelle 2 zu entnehmen.<sup>66</sup>

---

<sup>64</sup> Teilweise bestehen die Antworten aus zwei Teilen, weil die Teilnehmenden etwas hinzufügen oder zwischendurch Fragen an die Forscherin stellen und dabei gewissermaßen aus der Situation heraustreten. Diese Einschübe wurden bei der Berechnung der Dauer abgezogen. Auch einrahmende Elemente und Erklärungen, wie „ich würde sagen“, wurden nicht eingerechnet.

<sup>65</sup> Mit Ausnahme der fünften Situation stammt die längste Antwort immer vom gleichen Probanden (D2). Dieser spricht sehr gut Spanisch, da seine Eltern aus Spanien stammen. Hier kann nicht abschließend geklärt werden, ob er mehr redet als andere Proband:innen, weil er es besser kann, weil er weiß, dass es auf der spanischen Seite besser ankommt oder aber weil es durch seine individuelle Persönlichkeit bedingt ist.

<sup>66</sup> Aufgrund unpassender nicht der Aufgabenstellung entsprechender Antworten konnten bei Situation 5 nur 29 und bei Situation 7 nur 28 der Audios gewertet werden.

	<b>Mittelwert</b>	<b>Median</b>	<b>Kürzestes</b>	<b>Längstes</b>
Situation 1	00:35	00:31	00:13	01:39
Situation 2	00:36	00:33	00:13	01:21
Situation 3	00:27	00:27	00:09	01:11
Situation 4	00:30	00:26	00:04	01:11
Situation 5	00:36	00:32	00:16	01:18
Situation 6	00:37	00:32	00:12	01:26
Situation 7	00:26	00:24	00:08	01:13
<b>Gesamt</b>	<b>00:32</b>	<b>00:29</b>	<b>00:04</b>	<b>01:39</b>

Tabelle 2: Dauer der von den deutschen Teilnehmenden formulierten Antworten auf die Aufgabenstellungen.

Da in den Situationsbeschreibungen nicht vorgegeben wurde, ob die Teilnehmenden ihre spanischen Gesprächspartner:innen duzen oder siezen sollen, ist es interessant zu hören, welche Anrede gewählt wurde. Wie Tabelle 3 zeigt, wurde in den Situation 1 bis 5 größtenteils und in den Situationen 6 und 7 nahezu ausschließlich geduzt.<sup>67</sup> Manche Proband:innen gehen metasprachlich auf die Wahl der Anredeform ein. So weist z. B. D2 darauf hin, dass er duzt, weil es um Spanien geht, D10 sagt vor ihrer Antwort auf die erste Situationsbeschreibung „also wahrscheinlich würde man sich duzen“ und D28 führt auf Spanisch aus, dass Duzen von Alter und Hierarchie abhängig ist. Teilweise werden sowohl formelle als auch informelle Formen verwendet, was einerseits mit Unsicherheit bezüglich der Angemessenheit begründet werden kann, und andererseits auf mangelnde Sprach-/Grammatikkenntnisse zurückzuführen ist, wenn Pronomen und Verbkonjugation nicht zusammenpassen.<sup>68</sup> In manchen Antworten taucht keine direkte Ansprache auf, da die deutschen Teilnehmenden in der 1. Person Singular oder Plural sprechen (Situationen 3 und 5) oder in der 3. Person Singular über den Vorschlag reden (Situation 4).

---

<sup>67</sup> Eine Probandin verwendet in den Situationen 4 und 5 die Anrede in der 2. Person Plural (*vosotros*), die hier als informelle Anrede zu den Vorkommnissen von *tú* hinzugerechnet wird.

<sup>68</sup> Wurde ein Versprecher direkt korrigiert, wird nur die korrigierte Form gewertet.

Situation	tú	usted	beides	weder noch
Situation 1	80,0%	13,3%	6,7%	0,0%
Situation 2	80,0%	13,3%	3,3%	3,3%
Situation 3	76,7%	16,7%	0,0%	6,7%
Situation 4	73,3%	13,3%	3,3%	10,0%
Situation 5	69,0%	10,3%	0,0%	20,7%
Situation 6	90,0%	0,0%	10,0%	0,0%
Situation 7	92,9%	0,0%	7,1%	0,0%

Tabelle 3: Von den deutschen Teilnehmenden bei der Formulierung der spanischen Sprechakte verwendete Anredeformen.

Für die Analyse der transkribierten Daten wurde das Programm f4analyse verwendet, mit dessen Hilfe sowohl auf Basis der Theorie als auch induktiv Kategorien erstellt wurden. Die Ergebnisse der einzelnen Situationen werden im Folgenden vorgestellt. Zunächst wird jeweils der theoretische Hintergrund und die für die Untersuchung der Sprechakte zugrunde gelegte Kategorisierung erklärt, bevor darauf basierend die Analyse der eigenen Daten vorgenommen wird. Zudem werden die Ergebnisse mit Erkenntnissen aus bereits existierenden Studien verglichen.

#### 7.4.1 Situation 1: Formulierung des Sprechaktes Aufforderung

##### 7.4.1.1 Theoretischer Hintergrund

Aufforderungen sind direktive Sprechakte (vgl. Searle 1976: 11), die insbesondere das negative *face* des Hörers angreifen (vgl. Brown/Levinson 2011: 65f). Für die Analyse wird die Kategorisierung von Blum Kulka et al. (1989)<sup>69</sup> zugrunde gelegt, da sie in vielen späteren Studien angewendet wurde (vgl. Siebold 2008a: 82f). Die Autorinnen unterteilen den Sprechakt in *alerters*, *supportive moves* und den *head act*. *Alerters* sind sogenannte „attention-getters“ (Blum-Kulka et al. 1989: 17) und dienen dazu, vor dem eigentlichen Sprechakt die Aufmerksamkeit des Hörers zu erregen. Hierzu zählt z. B. die Anrede (vgl. ebd.). *Supportive moves* sind unterstützende Elemente, die außerhalb des Sprechakts vorzufinden sind und diesen ergänzen. Sie können vor- und nachgelagert sein. Beispiele sind Fragen nach Verfügbarkeit und Erklärungen für die Aufforderung (vgl. ebd.). Als *head act* bezeichnen Blum-Kulka et al. (1989: 17) die

---

<sup>69</sup> Der von Blum-Kulka et al. (1989) genutzte englische Begriff *request* kann unter anderem mit ‚Bitte‘ und ‚Aufforderung‘ übersetzt werden (vgl. Linguae: *request*).

eigentliche Aufforderung, welche unabhängig von anderen Teilen den Sprechakt ausdrückt. *Head acts* können nach Strategie und Perspektive unterschieden werden (vgl. ebd.).

Für die Analyse der Strategien erstellen die Forscherinnen eine Skala mit 9 Kategorien, die sich gegenseitig ausschließen. Diese teilen sie in drei Direktheitsgrade ein (vgl. ebd.: 17f). Die ersten fünf bezeichnen sie als direkte Strategien, da die Illokution klar erkennbar ist. Die erste Kategorie beinhaltet die Sprechakte, deren Illokution vom Modus des Verbs ableitbar ist wie bspw. bei Imperativen („Räum auf!“). Die zweite Gruppe bilden die performativen Verben, bei denen die Illokution explizit im Verb genannt wird („Ich bitte dich, es aufzuräumen.“). Davon abgegrenzt werden drittens die sogenannten *hedged performatives*. Sie beinhalten zwar ein performatives Verb, das illokutive Kraft ausdrückt, dieses wird jedoch durch ein Modalverb verändert („Ich möchte dich bitten, es aufzuräumen.“). Die ersten drei Arten haben gemeinsam, dass die illokutive Kraft direkt an der sprachlichen Form abgelesen werden kann. Als vierte Strategie zählen Ausdrücke der Verpflichtung („Du musst aufräumen.“), und als fünfte Wunschausdrücke des Sprechers, dass der Hörer etwas tut („Ich möchte/wünschte, dass du aufräumst.“). In diesen beiden Kategorien wird die illokutive Kraft am semantischen Inhalt erkannt (vgl. ebd.: 18).

Die Strategien 6-9 werden von Blum-Kulka et al. (1989: 18) als indirekt bezeichnet. Sie unterteilen sie nochmal in konventionalisierte und nicht konventionalisierte Sprechakte. Die Vorschläge („Wie wäre es mit Aufräumen?“) in der 6. Gruppe und die Fragen nach den Vorbereitungsbedingungen („Kannst/könntest du aufräumen?“) in der 7. Kategorie gelten als Formen, bei denen das Verstehen auf der konventionellen Verwendung basiert, während die 8. Kategorie mit starken Hinweisen („Du hast die Küche dreckig hinterlassen.“) und die 9. Gruppe mit schwachen Hinweisen (Aussagen, die nichts mit der eigentlichen Aufforderung zu tun haben) nicht konventionalisierte Formen darstellen, bei denen das Verstehen der Illokution kontextabhängig ist (vgl. ebd.).

Zusätzlich kann auch die Perspektive der Sprechakte untersucht werden. Hier wird neben inklusivem ‚wir‘ und unpersönlichen Aussagen insbesondere zwischen Sprecher- und Hörerperspektive unterschieden, wobei erstere weniger direkt/gesichtsbedrohend ist. „[S]ince requests are inherently imposing, avoidance to name the hearer as actor can reduce the form’s level of coerciveness“ (ebd.: 19). Darüber hinaus gibt

es interne Modifizierer, die als optionaler Teil des *head acts* die illokutive Kraft des Sprechakts verstärken oder abschwächen können. Syntaktische Abschwächer sind z. B. unterschiedliche Modalverben (vgl. ebd.).

#### 7.4.1.2 Ergebnisse<sup>70</sup>

##### ***Alerters* und vorbereitende Elemente**

Der Großteil (73,3%) der deutschen Proband:innen verwendet *alerters*, um die Aufmerksamkeit des Hörers zu erregen bzw. das Gespräch zu eröffnen. Insgesamt 70% formulieren eine Begrüßung und 57,1% von ihnen denken sich einen Namen für ihr Gegenüber aus. In etwas über einem Viertel der Fälle wird nach dem Befinden des Gesprächspartners gefragt. 10% der Deutschen stellen sich selbst vor. Ebenfalls jeweils 10% verwenden Aufmerksamkeitsmarker und positive Höflichkeit, wie „me gusta mucho colaborar contigo“ (D16). 6,7% stellen vorbereitende Fragen, z. B. „¿cómo te fue con lo que con el proyecto?“ (D16).

Der Hintergrund der Situation wird von gut drei Vierteln der deutschen Geschäftsleute zunächst mehr oder weniger ausführlich erklärt oder es werden vorab Begründungen für die Aufforderung gegeben, wie z. B. „como tenemos que presentar aquí actualmente el proyecto a nuestro director la semana que viene“ (D18). In einem Drittel der Fälle wird an das Projekt erinnert, als ob die andere Person es bereits kennt. Dies ist zu erkennen an der Verwendung von Verben wie *saber*, *recordar* und *acordarse* sowie dem Rückbezug auf vorherige Korrespondenz: „¿de de punto a facto del tema que habíamos correspondido?“ (D22).

##### ***Head acts***

##### **Direkte Strategien**

Für die Formulierung der eigentlichen Aufforderung verwenden 40% der Deutschen eine direkte Strategie. Imperative, die laut Blum-Kulka et al. (1989: 18) die direkteste Möglichkeit darstellen, tauchen nur in 6,7% der Audios auf, z. B. „por favor déjame (.) pasar tu parte por ¿cómo correo electrónico o si no llámame que yo\ que ya tienes el

---

<sup>70</sup> Für eine vollständige Auflistung aller Vorkommnisse der einzelnen Kategorien siehe Anhang Kap. 12.1.4.1.

número móvil,“ (D15). Als interner Modifikator wird jeweils *por favor* zur Abschwächung verwendet. Die zweite Strategie, die Verwendung performativer Verben, die direkt den illokutiven Akt beschreiben, wird in 6,7% verwendet, z. B. „pido que me mande äh tu parte de la información, hasta el fin de este semana, por favor“ (D8). Sie werden ebenfalls mit *por favor* abgeschwächt. Die 3. Kategorie (*hedged performative*) ist mit 3,3% vertreten: „así que me gustaría pedirte que para este viernes me gustaría tener un primer borrador tuyo con tus datos“ (D23).<sup>71</sup>

Weitere 23,3% der *head acts* können analog zur 5. Kategorie von Blum-Kulka et al. (1989) als *want statements* kategorisiert werden. Sie variieren in ihrer Explizitheit, die Illokution ist jedoch bei allen direkt erkennbar. Beispiele hierfür sind: „quiero que me hagas tu primero ähm tum tu primera versión de del de la presentación“ (D17) und „necesito el viernes que me traigas los papeles de lo que estamos haciendo juntos (.) y para que me lo que me lo des“ (D24). Diese werden insbesondere durch syntaktische Modifizierer wie die Verwendung von Konjunktiven und Konditional sowie den Verweis auf Vorbereitungsbedingungen abgeschwächt, wie in „si, si sería posible ähm (.) äh ähm me gustaría que lo me lo envíes el jueves“ (D21).

### **Indirekte Strategien**

Die überwiegende Mehrheit (83,3%) der deutschen Geschäftsleute nutzt mindestens eine indirekte Strategie, um die spanische Seite aufzufordern, ihnen ihren Teil zu schicken. In knapp einem Viertel der Audios werden mehrere indirekte *head acts* verwendet, was die illokutive Kraft verstärken kann. 23,3% der Proband:innen verwenden Fragen nach den Vorbereitungsbedingungen (7. Kategorie). Davon sind 42,9% direkt formuliert wie z. B. „me podrías äh enviar las informaciones necesarias para el proyecto?“ (D26). 57,1% der Fragen sind indirekt, also in einen Nebensatz eingebettet, wie bspw. „quería äh preguntarte si por favor me podrías äh enviar tu parte hasta el fin de esa semana“ (D13).

Die meisten Formulierungen können der 8. Kategorie (*strong hints*) zugeordnet werden. Es handelt sich um eine indirekte Strategie, da der Hörer nicht direkt aufgefordert

---

<sup>71</sup> Hier ist anzumerken, dass weitere 6,7% der Deutschen das Verb *pedir* nutzen; an der Satzstruktur ist aber zu erkennen, dass es wie das deutsche ‚fragen‘ verwendet wird, da es sich um eine Frage nach den Vorbereitungsbedingungen handelt.

wird, seinen Teil zu schicken, er im Kontext jedoch inferieren kann, dass er derjenige ist, der die Handlung ausführen soll. Diese starken Hinweise werden in zwei Dritteln der Audios verwendet und nehmen verschiedene Ausprägungen an, wie „necesito tus datos“ (D1), „si me pudieras dar tu (..) tus tus informaciones tu input ähm hasta el jueves por la tarde sería genial“ (D9) und „äh te agradecería mucho äh si me lo mandaras lo antes posible.“ (D14).

Hier ist anzumerken, dass die Trennung zwischen *want statements* und *strong hints* teilweise nicht eindeutig ist. So stellt sich die Frage, welcher der beiden Kategorien Äußerungen wie „es würde mir gefallen/ich wäre dir dankbar/es wäre gut/ich brauche/es wäre wichtig, wenn/dass du es mir schickst“ zugeordnet werden sollen. In der vorliegenden Analyse wurden Ausdrücke der Form „me gustaría/me encantaría que me enviaras“ als *want statements* kategorisiert, da der Wunsch des Sprechers, dass der Hörer ihm seinen Teil zukommen lässt, erkennbar ist. „Necesito que me envíes“ wurde ebenfalls dieser Kategorie zugeordnet, während „necesito los datos“ lediglich als Hinweis eingestuft wurde, da nicht direkt ersichtlich ist, dass der Hörer derjenige ist, der die Daten schicken soll. Auch „te agradecería que/si“ und „sería bueno que/si“ wurden als *strong hints* gewertet, da sie vom Hörer nur als Hinweis verstanden werden könnten, im Sinne von „es wäre gut, aber muss nicht unbedingt sein“.<sup>72</sup>

### **Perspektive**

Aufgrund der Schwierigkeit der genauen Abgrenzung der Kategorien scheint in der vorliegenden Arbeit zusätzlich die Einteilung basierend auf der Perspektive sinnvoll. Es werden also neben Imperativen, Performativa und Fragen nach den Vorbereitungsbedingungen Aussagesätze unterschieden, die in zwei Kategorien eingeteilt werden können. Einerseits werden von 43,3% aller Deutschen Aussagesätze in der Sprecherperspektive verwendet, in denen der Sprecher ausdrückt, dass er die Daten benötigt. Beispiele hierfür sind: „necesitaría ähm äh la parte tuya tus detalles ähm lo antes posible“ (D14) und „y por eso estaría muy agradecida recibir, tu información, tu input, hasta el final de esta semana=si puede ser hasta el jueves por la noche.“ (D31).

---

<sup>72</sup> Man denke hier an die Vorbereitung studentischer Referate: Wenn die Dozentin nicht explizit sagt, dass die Studierenden einen Aspekt hinzufügen sollen, sondern nur, dass es gut wäre, denken sie, dass sie selbst entscheiden können.

Andererseits nutzen 46,6% mindestens einen Aussagesatz in der Hörerperspektive, bei dem das Aktionsverb den Hörer betrifft. An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass auch Sätze wie „ich wäre dir denkbar, wenn du es mir schickst“ dazu gezählt werden, obwohl der Sprecher genannt wird, da deutlich wird, dass der Hörer eine Handlung ausführen soll. Beispiele hierfür sind: „si me puedes compartir lo que tienes hasta ahora sería genial“ (D5), „pues me gustaría que me lo enviaras lo antes posible“ (D11) und „me ayuda me ayudaría mucho muchísimo,“ (D30). Hier ist anzumerken, dass in 16,7% eine Kombination vorliegt und die Proband:innen mindestens einen auf sich und einen auf den Hörer bezogenen Aussagesatz verwenden.

### **Nachgelagerte *supportive moves***

56,7% der deutschen Teilnehmenden formulieren eine Erklärung, nachdem bereits mindestens ein *head act* ausgesprochen wurde, z. B. „para que me quede suficiente tiempo ähm y que lo pueda entregar puntualmente la semana que viene.“ (D10) und „porque la semana que viene yo tengo que presentar estos datos y este estatus del proyecto“ (D30). Eine Nachfrage zur Bestätigung findet sich in 13,3% der Audios, wie in „por fave\ vor puedes ähm (..) ähm (..) confirmarme el el jueves?“ (D21). Darüber hinaus fragen 16,7% der Deutschen nach, ob es Probleme gibt und/oder äußern ein Hilfsangebot. Beispiele hierfür sind „si hay problemas o algo contéstame en adelanto y así podríamos ähm averiguar (.) como finalizar este proyecto juntos“ (D15) und „o necesitas ayuda? puedo hacer cualquier cosa“ (D18). In jeweils 6,7% wird die Meinung des Hörers einbezogen und ein Dank ausgesprochen.

### **Zusammenfassung und Vergleich mit bestehenden Studien**

Insgesamt wird also von 40% der deutschen Teilnehmenden bei der Formulierung einer Aufforderung mindestens eine direkte Strategie und von 83,3% mindestens eine indirekte Strategie verwendet. Diese werden teilweise miteinander kombiniert; so kommen in 23,3% der Audios sowohl direkte also auch indirekte *head act* Realisierungen vor, während in 16,7% nur direkte und in 60% nur indirekte vorzufinden sind (siehe Abb. 5).



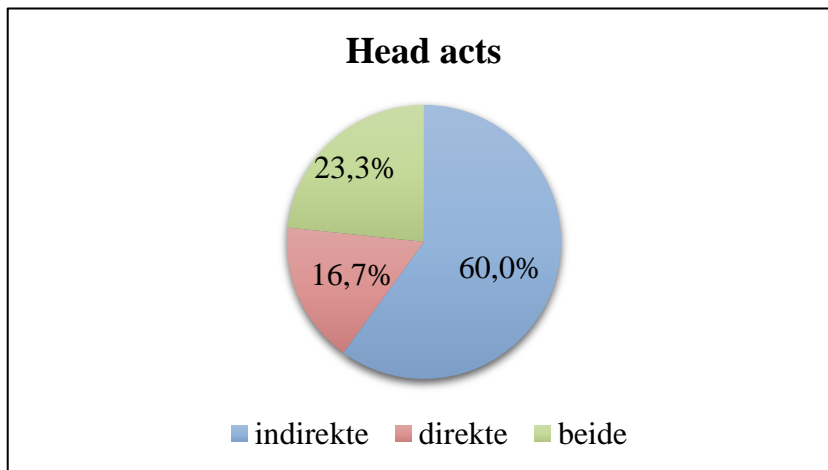


Abbildung 5: Art der von deutschen Geschäftsleuten verwendeten Strategien zur Formulierung einer Aufforderung auf Spanisch.

Der Vergleich mit den kontrastiven Ergebnissen aus Siebold (2008a) zeigt, dass Deutsche Aufforderungen auf Spanisch ähnlich wie auf Deutsch realisieren. Auch in ihrem Korpus formulieren die deutschen Proband:innen Bitten bzw. Aufforderungen (*petitions*) mit großer Mehrheit indirekt, wobei kontextabhängige Unterschiede vorliegen. So verwenden in der Situation der Bestellung beim Bäcker alle Deutschen die indirekte Strategie des Wunschausdrucks (‘Ich hätte gern...‘) (vgl. ebd.: 91).<sup>73</sup> Im Gegensatz dazu nutzen 31% der Spanier:innen einen Imperativ, in 43% der Fälle ist die Illokution *locution derivable* und nur in 26% wird eine indirekte Strategie verwendet (vgl. ebd.: 91f). Um nach dem Weg zu fragen, nutzen die deutschen Teilnehmenden ebenfalls hauptsächlich indirekte Strategien und 66% fragen nach den Vorbereitungsbedingungen, während 71% der spanischen eine (elliptische) direkte Frage stellen (vgl. ebd.: 99). Für die Bitte um Hilfe bei Druckerproblemen am Arbeitsplatz nutzen 75% der Deutschen die indirekte Strategie der Frage nach den Vorbereitungsbedingungen. In der Situation verhalten sich auch die Spanier:innen indirekter und 28% fragen nach

<sup>73</sup> Siebold (2008a: 91) kategorisiert *want statements* hier im Gegensatz zu Blum-Kulka et al. (1989: 18) als indirekt, vermutlich weil der Sprecher lediglich einen Wunsch ausdrückt, was er gerne hätte, aber nicht einen Wunsch, dass der Hörer etwas tun soll. Aussagen dieser Art wurden in der vorliegenden Arbeit als *strong hints* gewertet, da rein sprachlich nur gesagt wird, dass der Sprecher gerne Croissants hätte, aber nicht, dass er sie vom Hörer haben möchte. Diese Art von Äußerung ist laut Blum-Kulka (1989: 18) kontextabhängig. Würde der Sprecher seinen Wunsch bspw. im Wald oder in der Kirche äußern, würde er nicht als Aufforderung an den Hörer verstanden werden.

den Vorbereitungsbedingungen, während 72% sogar nur *supportive moves*<sup>74</sup> äußern (vgl. ebd.: 95f).

Als Erklärung für den hohen Anteil indirekter Strategien im Deutschen führt Siebold (2008a: 94) die höhere Wichtigkeit des negativen *face* und negativer Höflichkeitsstrategien im Deutschen an. Bspw. würden Imperative das negative *face* des Hörers zu sehr einschränken. Bei Fragen nach den Vorbereitungsbedingungen wird das negative Gesicht weniger bedroht, weil es theoretisch möglich ist, sie mit ‚nein‘ zu beantworten. In der vorliegenden Arbeit gilt das insbesondere auch für die *strong hints*, die vom Hörer ignoriert werden können. Wie dargestellt, verwenden auch in meinen Daten die deutschen Teilnehmenden überwiegend indirekte Strategien, jedoch ist der Anteil der direkten Formulierungen mit 40% höher als bei Siebold, in deren Korpus die Deutschen über alle Situationen gemittelt etwa in 20% der Fälle direkte Aufforderungen formulieren (vgl. ebd.: 91-100).

## 7.4.2 Situation 2: Formulierung des Sprechaktes Beschwerde

### 7.4.2.1 Theoretischer Hintergrund

Laut Meinel (2010: 14) dienen Beschwerden dem Ausdruck von „disapproval of a past or ongoing action which does not conform with the speaker’s expectations and interests“. Dabei ist erstens relevant, dass die Folgen der Handlung negativ für den Sprecher sind und zweitens, dass er glaubt, der Hörer sei für sie verantwortlich bzw. in der Lage, sie zu ändern (vgl. ebd.). Der Sprechakt gilt als FTA, da das Ansprechen eines Versäumnisses auf Hörerseite gesichtsbedrohend ist, sowohl für das positive *face*, weil seinem guten Image geschadet wird, als auch für das negative *face*, weil er etwas tun soll, um das Problem zu beheben (vgl. Decock/Spiessens 2017: 78; Chen et al. 2011: 255; Meinel 2010: 16).

According to Searle’s (1976) taxonomy, complaints are expressives, since speakers express their feelings and attitudes to a certain state of affairs. Their

---

<sup>74</sup> Diese könnte man mMn als *strong hints* bezeichnen, da der Hörer unter den richtigen Kontextbedingungen versteht, dass es sich um eine Aufforderung handelt.

psychological state is that of annoyance and anger, which they may or may not mention in the propositional content (Meinl 2010: 15).

Diese Kategorisierung greift laut Decock/Spiessens (2017: 79) jedoch zu kurz, da eine Beschwerde oft nicht nur aus einem einzigen *head act* besteht, sondern „it tends to be realized as a combination of several single speech acts which together make up the full illocutionary force of the speech act“ (ebd.). Häufig beinhaltet eine Beschwerde sowohl expressive als auch direktive Teilsprechakte, da Unzufriedenheit mit einem Zustand ausgedrückt wird und um die Behebung gebeten wird (vgl. ebd.). Beschwerden werden aus diesem Grund auch als *speech act set* bezeichnet (vgl. Murphy/Neu 1996: 191).

Während es zahlreiche Publikationen über Beschwerden im Alltag gibt (vgl. Meinl 2010: 13), „[s]tudies focusing on complaints or disagreements in business contexts are rare“ (Decock/Spiessens 2017: 83). Ausnahmen sind Orthaber/Márquez-Reiter (2011), die an eine slowenische öffentliche Transportfirma gerichtete telefonische Beschwerden untersuchen (vgl. ebd.: 3860), und Stalpers (1995), die Meinungsverschiedenheiten in niederländischen, französischen und niederländisch-französischen Verhandlungen betrachtet (vgl. ebd.: 275). Meinl (2010) befasst sich in ihrer Dissertation mit deutschen und englischen Kundenbeschwerden auf *ebay* (vgl. ebd.: 3), Schröder (2015) untersucht deutsche und spanische Kundenbeschwerden auf Firmenseiten von Mobilfunkanbietern auf *facebook* (vgl. ebd.: 47), und Decock/Spiessens (2017) analysieren in ihrem Artikel Strategien zum Ausdruck von Beschwerden und Meinungsverschiedenheiten in deutschen und französischen Emails im B2B-Kontext (vgl. ebd.: 86f).

Die folgende Analyse geschieht in Anlehnung an Decock/Spiessens (2017: 90), die zwischen direktiven und expressiven Teilsprechakten der Beschwerde unterscheiden und darüber hinaus induktiv vorgehen, um zu untersuchen, wie genau diese ausgeführt werden. In der vorliegenden Arbeit zeigt sich, dass der expressive Teilsprechakt der negativen Bewertung der „Tat“ des Hörers entweder direkt durch Schimpfen, einen Vorwurf oder eine Drohung oder indirekt durch eine Erklärung geschieht.<sup>75</sup> Hinzukommen vorbereitende Elemente (siehe Kap. 7.4.2.2). Für den direktiven

---

<sup>75</sup> Von einer genaueren Einteilung des Direktheitsgrads wie z. B. in Meinl (2010: 78-85) wird hier abgesehen, da auch mit Blick auf Schritt 2 die beiden Hauptkategorien gegenübergestellt werden sollen.

Teilsprechakt wird wie in Situation 1 die Kategorisierung von Blum-Kulka et al. (1989: 17-19) zugrunde gelegt (siehe ausführlich Kap. 7.4.1.1).

#### 7.4.2.2 Ergebnisse<sup>76</sup>

##### ***Alerters und vorgelagerte supportive moves***

Wie in Situation 1 formulieren gut zwei Drittel der deutschen Teilnehmenden zunächst eine Begrüßung. 57,1% von ihnen sprechen ihr Gegenüber mit Namen an. In 16,7% der Audios wird nach dem Befinden gefragt und in 13,3% Interesse für den Hörer gezeigt und positive Höflichkeit ausgedrückt, z. B. „espero que hayas tenido un buen fin de semana“ (D26). 13,3% der Deutschen nutzen Aufmerksamkeitsmarker und 6,7% beginnen ihre Beschwerde mit einer Entschuldigung.

##### **Vorbereitende Teilakte**

Darüber hinaus finden sich viele Elemente, die inhaltlich in die Situation einführen und als Vorbereitung der Beschwerde betrachtet werden können. 70% der Deutschen erwähnen, dass sie in der vergangenen Woche mit dem Spanier gesprochen haben, wiederholen die Information oder erinnern ihn daran bzw. fragen, ob er sich erinnert. Beispiele hierfür sind „te acuerdas que la semana pasada hablamos“ (D14) und „mira hemos hablado hace unos días“ (D27). 23,3% der Proband:innen weisen spezifisch darauf hin, dass der Termin gemeinsam festgelegt wurde, was an Verben wie *acordar*, *quedar* und *poner de acuerdo* zu erkennen ist, z. B. „como habíamos acordado,“ (D16).

Ebenfalls 70% der deutschen Proband:innen äußern, dass sie noch nichts erhalten haben. Hierfür verwendete Formulierungen sind z. B. „y hasta ahora no he recibido nada,“ (D7) und „pero ähm todavía me falta tu input para la presentación“ (D9). An dieser Stelle ist anzumerken, dass teilweise nur an der Stimmlage zu erkennen ist, ob es sich um eine reine Feststellung oder bereits um einen Vorwurf handelt. Hinzu kommt, dass die Interpretation subjektiv verschieden ausfallen kann. In knapp einem Fünftel der genannten Fälle wird durch das Hinzufügen von *lamentablemente* hier bereits deutlich gemacht, dass die Tatsache vom Sprecher als negativ bewertet wird, wie das folgende Beispiel zeigt: „lamentablemente no no recibido nada, ninguna

---

<sup>76</sup> Für eine vollständige Auflistung aller Vorkommnisse der einzelnen Kategorien siehe Anhang Kap. 12.1.4.2.

información de ti“ (D2). Anstelle eine Tatsache zu konstatieren, fragen 6,7% der Deutschen nach, ob es Probleme gab oder warum noch nichts geschickt wurde: „ähm puedes com\ äh explicarme porque todavía no he recibido la la tarea tuya“ (D21). Ebenfalls 6,7% erkundigen sich, ob sie vergessen wurden, „podría ser que te olvidaste de eso? sería posible de que mh compruebas si me lo enviaste o no?“ (D11). Hier ist anzumerken, dass diese vorbereitenden Teilakte bereits tendenziell gesichtsbedrohend sind, da der Hörer auf ein Versäumnis seinerseits hingewiesen wird.

### **Expressiver Sprechakt: Negative Bewertung der „Tat“ des Hörers**

Zu diesen eher konstatierenden bzw. fragenden Teilsprechakten kommen die expressiven Akte hinzu, in denen der Sprecher sein Missfallen über die „Tat“ des Hörers direkt oder indirekt ausdrückt. Unter die Kategorie Schimpfen/Vorwurf lassen sich Textstellen aus einem Drittel der Audios zusammenfassen.<sup>77</sup> Beispiele sind „entonces no tengo la opción de finalizar la tarea, y me cuesta tiempo que de hecho no tengo.“ (D6) und „ähm lo que lo que es muy=muy negativo para mí para ähm la eboración de la presentación para nuestro management“ (D22). 6,7% der Audios beinhalten Textstellen, die als Drohung aufgefasst werden können, z. B. „y si no tengo que hablar con tu jefe o tu jefa“ (D15). Insgesamt verwenden also 40% der deutschen Geschäftsleute Ausdrücke, die als Schimpfen, Vorwurf oder Drohen und somit als direkte Beschwerden kategorisiert wurden.

In 56,7% hingegen wird das Versäumnis des Hörers nur indirekt durch Erklärungen des Zeitdrucks und Verweise auf die Wichtigkeit negativ bewertet. Die Dringlichkeit wird von einem Drittel aller Deutschen angesprochen, z. B. durch das Adjektiv/Adverb *urgente(mente)* oder die Erwähnung der Deadline, wie die folgenden Aussagen zeigen: „y lo necesitamos de manera urgente para la presentación“ (D26) und „sino no no vamos a poder cumplir el plazo“ (D28).<sup>78</sup> Die Wichtigkeit wird ebenfalls von einem Drittel der deutschen Teilnehmenden betont, der Großteil von ihnen (70%) nutzt dafür die Kombination aus dem Adverb *muy* und dem Adjektiv *importante*, wie z. B. in „ähm

---

<sup>77</sup> Hier spielt die Interpretation der Forscherin eine Rolle, da die Aussagen vom Gegenüber unterschiedlich aufgefasst werden können.

<sup>78</sup> In weiteren 16,7% der Audios wird Zeitdruck zusätzlich zur direkten Beschwerde angeführt. Diese werden daher als *supportive moves* gewertet.

sería muy importante ähm preparar la ma\ el material äh ahora“ (D5).<sup>79</sup> In 10% der Audios wird sowohl Zeitdruck als auch Wichtigkeit genannt. Lediglich in 3,3% taucht weder eine direkte noch eine indirekte Beschwerde auf, sondern nur eine – für die Forscherin neutral klingende – Frage, ob der Hörer erklären kann, warum er es noch nicht geschickt hat: „ähm puedes com\ äh explicarme porque todavía no he recibido la la tarea tuya?“ (D21).

### **Direktiver Sprechakt: Aufforderung**

Die expressiven Teilakte werden von den deutschen Teilnehmenden um einen direktiven Teilsprechakt ergänzt und 96,7% fordern den:die Hörer:in erneut dazu auf, die betreffenden Daten zu schicken oder sie über den aktuellen Fortschritt und ein mögliches Abgabedatum zu informieren. Gut ein Drittel der Teilnehmenden verwenden für die Aufforderung mindestens eine Strategie, die nach Blum-Kulka et al. (1989: 18) als direkt gewertet werden kann. Imperative, die zur 1. Kategorie gehören, werden von einem Fünftel der Deutschen verwendet; ein Beispiel ist: „por lo tanto por favor ayúdame y (.) entrégamelo cuanto antes.“ (D23). Wie in Situation 1 wird bei allen Imperativen der lexikalische Modifizierer *por favor* zur Abschwächung genutzt. Jeweils 3,3% nutzen eine performative Bitte (2. Kategorie): ähm le pido y le ruego una última vez que me lo mande lo más tarde para mañana“ (D22) oder ein *obligation statement* (4. Kategorie): „lo tienes que entregar hoy“ (D17). *Want statements* (5. Kategorie) werden von 10% genutzt, z. B. „y me gustaría que me lo enviaras lo antes posible“ (D11).

Knapp drei Viertel der deutschen Geschäftsleute verwenden hingegen indirekte Strategien. So stellen 16,7% Fragen nach den Vorbereitungsbedingungen, die der 7. Kategorie nach Blum-Kulka et al. (1989) zuzuordnen sind, wie „hasta cuándo me po\ podrías enviar tus datos“ (D7). 56,7% nutzen *strong hints*, die implizieren, dass der Hörer ihnen seinen Teil schicken soll, wie „en cinco días, me gustaría tener tu respuesta“ (D15) und „te agradecería si si pudieses terminarlo lo antes posible“ (D16). In 13,3% der Audios wurden sowohl direkte als auch indirekte Strategien identifiziert; demnach

---

<sup>79</sup> Hier ist anzumerken, dass der Hinweis auf die Wichtigkeit in 13,3% der Audios bereits als erneute Aufforderung in Form eines *strong hints* gelten kann, da die Proband:innen keine weiteren expliziteren Direktiva formulieren.

verwenden 23,3% der Proband:innen bei der Formulierung des direktiven Teilsprechaktes nur direkte Strategien und 60% nur indirekte.

Interessant ist, dass bei den direkten Aufforderungen wie oben ausgeführt *por favor* zur Abschwächung genutzt wird. Bei indirekten hingegen kann es dazu dienen, sie als Aufforderung erkennbar zu machen (vgl. Searle 1975: 68). So wird z. B. der zunächst konstatierende Hinweis „entonces pues es muy importante que me lo envíes, [...]“ (D30) durch „[...] por favor“ (D30) zur Bitte. Auch syntaktische Abschwächer können die illokutive Kraft verändern. Die Äußerungen „en cinco días, me gustaría tener tu respuesta“ (D15) und „entonces hasta las cinco hoy quiero ver qué tú has hecho“ (D17) zählen rein von ihrer Form beide zu den *strong hints*, da sie zwar einen Wunsch des Sprechers äußern, aber nicht „the speaker’s desire that the hearer carries out the act“ (Blum-Kulka et al. 1989: 18). Sie wirken aber aufgrund der Verwendung von Indikativ und Konditional nicht gleich stark gesichtsbedrohend.

### **Perspektive der Aufforderung**

Wie schon in Situation 1 ist auch hier die Einteilung in die Kategorien von Blum-Kulka et al. (1989: 18) nicht immer eindeutig möglich und die unterschiedlichen *want statements* und *strong hints* differieren in ihrer Direktheit und Gesichtsbedrohung. Während bei Imperativen, Performativa, *obligation statements* und Fragen nach den Vorbereitungsbedingungen die Hörerperspektive klar erkennbar ist, können sich *want statements* und *strong hints* auch nur auf den Sprecher beziehen. Sie werden deshalb zusätzlich nach Hörer- und Sprecherperspektive unterschieden. In 30% dieser Aussagesätze wird die Sprecherperspektive verwendet, z. B. „necesito sin falta hasta final de esta semana los datos para elaborar el informe que requieren para estudiar tu concesión y poner el proyecto en marcha“ (D27). Die Hörerperspektive wird dagegen in 70% verwendet. Beispiele hierfür sind: „realmente te agradecería pero sinceramente de que me lo enviaras (.) YA o ähm en pocas horas“ (D2) und „y entonces pues es muy importante que me envíes TUS datos“ (D30).

### *Supportive moves*<sup>80</sup>

Zusätzlich zu den expressiven und direktiven Teilsprechakten tauchen in den Antworten *supportive moves* auf, die die illokutive Kraft abschwächen oder verstärken können. Diese stimmen teilweise mit den vorgelagerten überein. So weisen 3,3% der deutschen Geschäftsleute erst später auf die gemeinsame Absprache hin und 10% sagen, dass sie noch nichts erhalten haben. 20% thematisieren ihre Angewiesenheit auf die Mithilfe des Hörers, wie in „äh lamentablemente no lo puedo hacer sola, dependo de tú: de tus informaciones“ (D9). Das kann unterschiedliche Effekte haben. So kann es einerseits Druck aufbauen und beim Hörer ein Schuldgefühl auslösen, weil ihm seine Verantwortung bewusst gemacht wird. Es könnte aber auch abschwächend wirken, weil der Sprecher als Begründung für die Aufforderung auf sein eigenes Unvermögen hinweist und dadurch seinem positiven *face* schadet.

Zudem tauchen weitere zusätzliche Elemente auf, die die illokutive Kraft eher abschwächen und das *face* des Hörers schützen bzw. aufwerten sollen. 20% der deutschen Geschäftsleute bieten Hilfe an, wie z. B. „ähm si si hay algunas problemas o dudas ähm buen\ me puedes contactar en todo momento“ (D5) und 10% zeigen Verständnis, wie z. B. „sé que estás ocupado“ (D23). 13,3% bedanken sich abschließend bei ihrem Gegenüber. Hinzukommt, dass 16,7% der Probanden, die eine direkte Beschwerde formulieren, als Erklärung zusätzlich auf den Zeitdruck hinweisen, wie z. B. „porque necesit\ me queda poco tiempo para para acabar“ (D16).

### **Zusammenfassung und Vergleich mit bestehenden Studien**

Die Ausführungen zeigen, dass die deutschen Geschäftsleute ähnliche Teilsprechakte für die Realisierung des *speech act sets* der Beschwerde verwenden. So sprechen insgesamt 80% der Teilnehmenden eine Art von Erinnerung aus oder weisen darauf hin, dass der Termin gemeinsam festgelegt wurde. Gut drei Viertel konstatieren, dass sie noch nichts erhalten haben oder fragen nach, warum das so ist. Einen expressiven Teilsprechakt und eine neue Aufforderung beinhalten jeweils 96,7% der Audios. In

---

<sup>80</sup> Die meisten der *supportive moves* sind nachgelagert, manche tauchen jedoch auch vor oder zwischen den *head acts* auf. Eine Trennung scheint an dieser Stelle aufgrund der niedrigen Gesamtzahl nicht sinnvoll.



80% kommt mindestens ein *supportive move* oder *alerter* vor, in manchen Fällen tauchen bis zu sieben auf.

Bezüglich der genauen Ausprägungen der einzelnen Teile zeigen die Ergebnisse, dass der expressive Teilakt von 56,7% der Teilnehmenden indirekt formuliert wird, während 40% ihr Missfallen direkt zeigen und 3,3% keine Beschwerde aussprechen (siehe Abb. 6). Für die Realisierung des direktiven Teilaktes verwenden 23,3% der Teilnehmenden nur direkte Strategien, während 60% nur indirekte nutzen. 13,3% formulieren sowohl direkte als auch indirekte Strategien und 3,3% sprechen keine erneute Aufforderung aus (siehe Abb. 7).

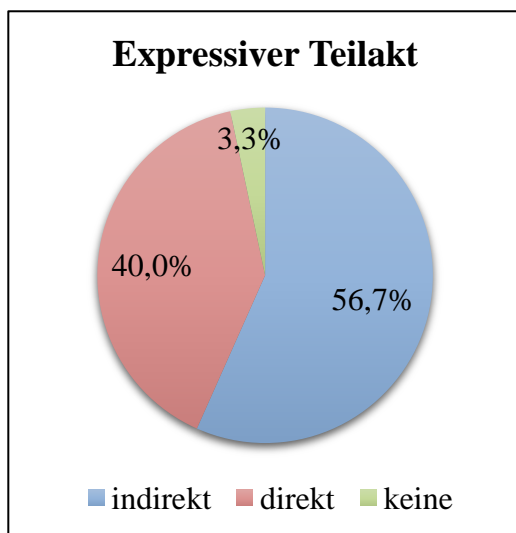


Abbildung 6: Art der von deutschen Geschäftsleuten verwendeten Strategien zur Formulierung des expressiven Teilaktes der Beschwerde auf Spanisch.

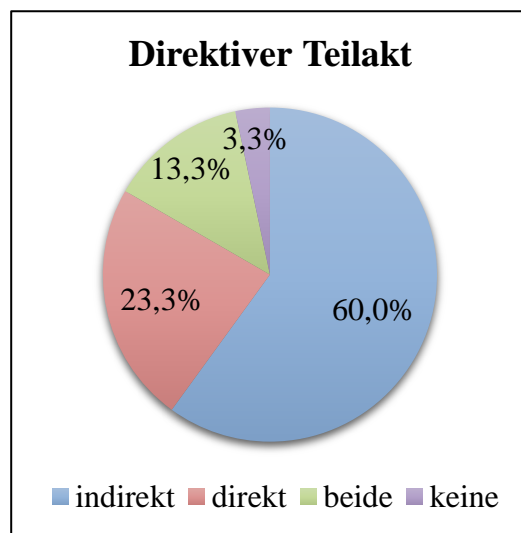


Abbildung 7: Art der von deutschen Geschäftsleuten verwendeten Strategien zur Formulierung des direktiven Teilaktes der Beschwerde auf Spanisch.

Decock/Spiessens (2017), die schriftliche computervermittelte Kommunikation auf Deutsch und Französisch im B2B-Kontext untersuchen und Strategien zum Ausdruck von Beschwerden und Meinungsverschiedenheiten fokussieren (vgl. ebd.: 86f), kommen ebenfalls zu dem Ergebnis, dass eine Tendenz zu indirekteren Beschwerdestrategien besteht (vgl. ebd.: 106). Gleichzeitig werden in ihrem Korpus weder sehr indirekte Andeutungen noch direkte Anschuldigungen verwendet (vgl. ebd.: 106f). Interessant ist zudem, dass die prototypische Kombination aus dem expressiven Ausdruck der Unzufriedenheit und der direktiven Bitte um Reparatur besteht (vgl. ebd.: 106). Letztere kommt bei ihnen in 90% der Beschwerden vor (vgl. ebd.: 109). In meinen Daten ist das sogar in 96,7% der Fall. Eine mögliche Begründung könnte sein, dass in

der Wirtschaft ein konstruktiver Ansatz verfolgt wird. Für das Fortschreiten des Projekts ist die Problemlösung am wichtigsten (vgl. auch ebd.: 108).

An dieser Stelle ist zudem der Vergleich des direktiven Teilsprechaktes mit den Anforderungen aus Situation 1 interessant. Allgemein werden ähnlich viele direkte und indirekte Strategien verwendet, die genaue Betrachtung zeigt jedoch, dass innerhalb der direkten Strategien eine Verschiebung von mehr Performativa und *want statements* zu mehr Imperativen stattfindet. Während in Situation 1 nur 6,7% einen Imperativ nutzen, sind es in der zweiten Situation 20%. Das könnte damit begründet werden, dass Dringlichkeit und Direktheit korrelieren, beim zweiten Mal wird also direkter darauf hingewiesen, weil es dringender ist. Dies verdeutlicht auch der zusätzliche Kommentar einer Probandin: „Auf jeden Fall ein bisschen, ein bisschen deutlicher werden [...]“ (D9).

### 7.4.3 Situation 3: Formulierung des Sprechaktes Entschuldigung<sup>81</sup>

#### 7.4.3.1 Theoretischer Hintergrund

Entschuldigungen sind expressive Sprechakte, die im Gegensatz zu Aufforderungen durchgeführt werden, wenn eine Handlung bereits geschehen ist (vgl. Blum-Kulka et al. 1989: 12).<sup>82</sup> Sie werden verwendet, wenn eine soziale Norm (im vorliegenden Fall ein festgelegter Termin) nicht eingehalten wurde und der Sprecher sich zumindest teilweise verantwortlich für die Gesichtsbedrohung des Hörers fühlt (vgl. ebd.). Durch die Entschuldigung sollen das Gleichgewicht zwischen den Gesprächspartner:innen wiederhergestellt und zukünftige Beziehungen ermöglicht werden (vgl. Siebold 2008a: 132; dies. 2007: 759f). Entschuldigungen greifen das positive *face* des Sprechers an, weil er einen Fehler eingesteht (vgl. dies. 2008a: 135; dies. 2013: 370). Gleichzeitig werten sie je nach Vorfall das positive oder negative *face* des Hörers auf (vgl. dies. 2007: 760). Der Sprechakt wurde laut Siebold (2008a: 131) bereits relativ viel untersucht, jedoch beziehen die Studien sich nicht auf die deutsch-spanische Wirtschaftskommunikation.

---

<sup>81</sup> Wie aus der Situationsbeschreibung hervorgeht, wurde auch hier nicht vorgegeben, dass die Teilnehmenden sich entschuldigen oder erklären sollten. Der intendierte und auch von der großen Mehrheit realisierte Sprechakt ist jedoch die Entschuldigung.

<sup>82</sup> Hierbei kann es sich auch um das Unterlassen einer Handlung handeln.

Als Grundlage für die folgende Analyse dient das Schema aus Blum-Kulka et al. (1989), welches in vielen späteren Studien verwendet wurde (vgl. Siebold 2008a: 132) und laut dem Entschuldigungen aus zwei grundlegenden Formen oder Kombinationen aus ihnen bestehen können (vgl. Blum-Kulka et al. 1989: 19). Zum einen kann nach (Searle 1969: 64) ein sogenanntes *illocutionary force indicating device* (IFID) verwendet werden, das die illokutive Kraft des Sprechaktes klar anzeigt und ihn als Entschuldigung zu erkennen gibt (vgl. Siebold 2008a: 133). IFIDs beinhalten eine „routinized formulaic expression of regret“ (Blum-Kulka 1989: 19f) und können in die folgenden drei Arten unterschieden werden: Ausdruck von Gefühlen („tut mir leid“, „lo siento“), Entschuldigung („entschuldigen Sie“, „disculpe“) und Bitte um Verzeihung („verzeihen Sie“, „perdona“) (vgl. Siebold 2008a: 133; Marquéz Reiter 2000: 46f).<sup>83</sup>

Zum anderen gibt es verschiedene indirekte Strategien, die auf jegliche Weise miteinander kombiniert und ergänzend oder anstelle vom IFID durchgeführt werden können (vgl. Blum-Kulka et al. 1989: 20). Eine mögliche Strategie ist die Erklärung des Grundes für den Verstoß gegen die soziale Norm durch das Anführen externer Faktoren, wie z. B. „Der Bus war zu spät“.<sup>84</sup> Der Sprechende weist die Schuld also von sich. Er kann aber auch eine andere Strategie verfolgen und Verantwortung übernehmen. Dabei existiert ein Kontinuum von komplettem Schuldeingeständnis (z. B. „Es ist meine Schuld“) bis zum vollständigen von sich weisen der Schuld. Je mehr Verantwortung der Sprecher übernimmt, desto stärker schadet er seinem eigenen positiven *face*, desto eher wird die Entschuldigung aber auch vom Hörer als solche akzeptiert. Weitere Möglichkeiten sind das Formulieren eines Angebots der Wiedergutmachung und das Versprechen der Besserung, wobei letzteres insbesondere in Fällen benutzt wird, in denen das Verantwortungsbewusstsein des Sprechers sehr hoch ist (vgl. ebd.: 21).

Darüber hinaus gibt es verschiedene Möglichkeiten, Entschuldigungen zu verstärken. Zum einen können dafür Intensivierer innerhalb des IFID verwendet werden (vgl. ebd.). Ein Beispiel hierfür ist „lo siento mucho“ (Siebold 2008a: 134). Zum anderen gibt es Intensivierer, die außerhalb des IFID liegen, wie „expressing explicit concern for the hearer“ (Blum-Kulka et al. 1989: 21). Auch die Verwendung mehrerer

---

<sup>83</sup> Die deutschen und spanischen Beispiele stammen aus Siebold (2008a: 133).

<sup>84</sup> Die Beispiele stammen aus Blum-Kulka et al. (1989: 21) und wurden von der Verfasserin übersetzt.

Strategien kann der Verstärkung dienen. Abgeschwächt werden Entschuldigungen hingegen durch das Runterspielen der Tat (vgl. ebd.). In diesen Fällen folgt nach der Entschuldigung meist ein ‚aber‘, wie in „Sorry, aber wir fangen ja eh nie pünktlich an“ (ebd.; Übersetzung durch die Verfasserin). Ob eine Entschuldigung durchgeführt wird und mit welchen Strategien, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Einige sind soziokulturell wie Abstand und Macht, andere hängen stärker mit dem konkreten Kontext zusammen (vgl. ebd.: 21f), also bspw. wie wichtig das Projekt für das Unternehmen ist. Die eigene Einschätzung der Schwere der Tat und die Vermutung, wie schlimm der Hörer sie einschätzt, kann kulturell unterschiedlich sein (vgl. Siebold 2008a: 135).

#### 7.4.3.2 Ergebnisse<sup>85</sup>

##### ***Alerters und vorgelagerte supportive moves***

56,7% der Deutschen begrüßen ihr Gegenüber, etwas mehr als die Hälfte von ihnen nutzen dafür einen Namen. Jeweils 10% der Audios beginnen mit einem Ausruf wie „ay“ (D24) oder mit einem Aufmerksamkeitsmarker wie „mira“ (D27). Hinzukommen in 13,3% der Audios weitere Elemente, die grob als Beziehungsarbeit zusammengefasst werden können, wie Fragen nach dem Befinden und Ankündigungen (z. B. „tengo que comentarte algo“ (D7)).

##### **Explizite Entschuldigung**

Der Großteil der Deutschen tendiert zur expliziten Realisierung des Sprechaktes der Entschuldigung. 86,7% verwenden mindestens ein IFID, an dem die illokutive Kraft direkt ablesbar ist. Mit Abstand am meisten genutzt wird von 80% aller Deutschen der Gefühlsausdruck, am häufigsten durch die Formel *lo siento*. 20% der Teilnehmenden formulieren eine Entschuldigung, z. B. „disculpa“ (D15), und 6,7% bitten um Verzeihung, z. B. „me ähm perdona“ (D18). Interessant ist zudem, dass mehr als zwei Drittel aller in den Daten vorkommenden IFIDs zusätzlich durch einen internen Modifizierer verstärkt werden. Das geschieht in über 70% der Fälle durch das Adverb *mucho* („lo siento mucho“ (D6)). In 25% wird die gesteigerte Form *muchísimo* („lo siento muchísimo“ (D23)) verwendet.

---

<sup>85</sup> Für eine vollständige Auflistung aller Vorkommnisse der einzelnen Kategorien siehe Anhang Kap. 12.1.4.3.

Betrachtet man die genaue Verteilung, taucht in der Hälfte aller Audios jeweils ein IFID auf, in 26,7% werden zwei IFIDs verwendet, in 6,7% werden jeweils drei IFIDs in 3,3% sogar vier IFIDs genutzt. Interessant ist zudem, dass immer eine Kombination aus mehreren direkten und/oder indirekten Entschuldigungen vorliegt und nie nur eine Strategie alleine verwendet wird.

## **Indirekte Arten der Entschuldigung**

### **Erklärungen**

Als indirekte Entschuldigungen können, wie in Kapitel 7.5.3.1 erklärt, verschiedene Strategien fungieren. Von 73,3% der deutschen Geschäftsleute werden Erklärungen formuliert; es werden also externe Faktoren als Ursache für das Fehlverhalten angeführt (vgl. Blum-Kulka et al. 1989: 21). Als Grund werden von 43,3% aller Proband:innen Zeitmangel und andere Verpflichtungen genannt. Beispiele hierfür sind: „debido a otros proyectos ähm ähm no he tenido el tiempo de preparar las cosas,“ (D9) und, „estaba muy ocupada“ (D25). 26,6% der Deutschen führen unvorhergesehene Probleme im eigenen Unternehmen oder mit anderen Kunden an, wie z. B. „por algunos inconvenientes que hemos tenido aquí ähm en mi departamento, äh no he podido contestarte,“ (D14). Eine Person (3,3%) erklärt, dass sie die Daten selbst erst von außerhalb bekommen muss („pero esos datos que yo te tengo que facilitar dependen del ayuntamiento“ (D27)).

### **Schuldeingeständnis**

Eine weitere Strategie, die von den deutschen Teilnehmenden eingesetzt wird, stellen Schuldeingeständnisse dar. 16,7% geben auf allgemeine Art und Weise zu, dass es ihre Schuld ist („y es culpa mía“ (D11)) oder sie die Aufgabe vergessen bzw. nicht erledigt haben („sí, es que lo he olvidado“ (D30)). 23,3% bestätigen explizit, dass sie noch nichts geschickt haben (z. B. „no he podido acabar mi parte la semana pasada,“ (D16)) und 26,7% konstatieren, dass sie wissen, dass sie es schicken sollten, was an der Verwendung des Verbes *saber* oder Ausdrücken wie *estoy consciente* erkennbar ist (z. B.: „yo sé que ähm la idea era que yo te iba dar äh lo que tenía mh en la semana pasada,“ (D17). Auch diese Aussagen werden als Schuldeingeständnisse gewertet, weil die Sprecher:innen bestätigen, dass sie etwas nicht getan haben, was sie tun sollten.

Teilweise überschneiden sich die Strategien, sodass sich in insgesamt 60% der Audios mindestens eine Art von Schuldeingeständnis findet.

### **Zusage, bis wann es geschickt wird (*offer of repair*)**

Auffallend ist zudem, dass von fast allen (96,7%) hinzugefügt wird, dass sie die Daten (bis zu einem bestimmten Termin) schicken werden. Diese Zusagen können der Kategorie *offer of repair* nach Blum-Kulka et al. (1989: 21) zugeordnet werden; die Sprecher:innen sagen aus, dass sie es wiedergutmachen, indem sie die Daten so bald wie möglich schicken. Dafür verwenden sie sowohl das *presente* („estoy detrás, estoy intentando hacerlo lo más rápido posible“ (D18)) als auch *futuro compuesto* („pero lo voy a acabar äh miércoles“ (D21)) und *futuro simple* („y: te: lo pasaré en cuanto antes.“ (D16)). 20% der deutschen Teilnehmenden nutzen eine Form des Verbs *prometer*, wie z. B. „pero (.) äh te prometo que al finalizar el día de hoy, lo lo tienes.“ (D16). Der Versuch der Wiedergutmachung wird zudem in 6,7% an der Verwendung der Verben *intentar arreglar* deutlich, wie z. B. „lo intento arreglar“ (D11).

### **Externe Modifizierer**

Weitere Elemente, die zusätzlich zu den direkten und indirekten Entschuldigungsstrategien vorkommen, sind externe Modifizierer. So wird die illokutive Kraft in 20% der Fälle durch „expressing explicit concern for the hearer“ (Blum-Kulka et al. 1989: 21) verstärkt. Davon wird gleich häufig Verständnis für die andere Seite verbalisiert, z. B. „sé que usted tampoco tiene tiempo de esperar a a otras otras trabajos,“ (D6) und auf wenig Unannehmlichkeiten für den Hörer gehofft, z. B. „espero que (.) que no te suponga un mh gran problema“ (D16). Abschwächungen kommen nicht vor, aber 13,3% der Proband:innen fragen nach, bis wann die Daten geschickt werden sollen, was impliziert, dass ihnen die Dringlichkeit bis dahin nicht bewusst war, z. B. „hasta cuando necesite äh la información“ (D8).

16,7% der Deutschen appellieren an den Hörer, indem sie Dank für oder Hoffnung auf Verständnis ausdrücken, z. B. „y espero que puedes entender mi situación.“ (D15) oder ihn bitten, ihnen mehr Zeit zu geben oder ihnen zu helfen („por favor, me puedes dejar hasta mañana para mandártelo?“ (D18)). Hinzu kommen in 13,3 % der Audios weitere Elemente, die nach oder teilweise zwischen den Entschuldigungsstrategien genutzt werden, und hier als Beziehungsarbeit zusammengefasst werden, wie „de verdad, no

no te preocupes“ (D2) und „si necesitas algo más, ähm dímelo y y te ayudo cuan\ como puedo.“ (D26).

### Zusammenfassung und Vergleich mit bestehenden Studien

Es ist zu erkennen, dass der überwiegende Großteil der Deutschen (86,7%) eine explizite Entschuldigung formuliert. Mehr als zwei Drittel aller verwendeten IFIDs werden zusätzlich intensiviert. Zudem werden häufig mehrere Strategien miteinander kombiniert: Ein Drittel der Deutschen verwendet eine Kombination aus IFID, Erklärung, Schuldeingeständnis und *offer of repair*. Weitere 50% verwenden drei der vier Teile. Bemerkenswert ist auch, dass nur 13,3% der Deutschen keine direkte Entschuldigung formulieren und lediglich mehrere indirekte Strategien miteinander kombinieren. Abbildung 8 gibt einen Überblick über die verwendeten Strategien.<sup>86</sup>

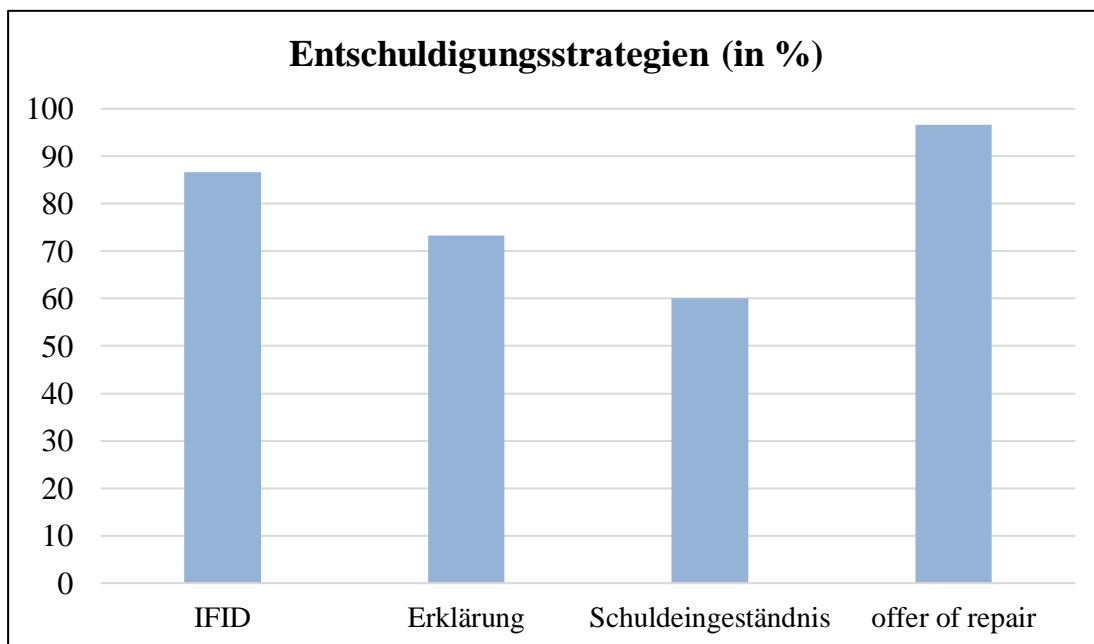


Abbildung 8: Von den deutschen Teilnehmenden verwendete Strategien zur Formulierung einer Entschuldigung auf Spanisch.

Diese Ergebnisse ähneln den Erkenntnissen aus kontrastiven deutsch-spanischen Studien. Während laut Siebold (2008a: 135-137) in Spanien häufig nur eine Erklärung als Entschuldigung fungiert und lediglich 33% der Spanier ein IFID benutzen, verwenden in ihren Daten 52% der Deutschen eine explizite Entschuldigungsformel. Zudem

<sup>86</sup> Jede Strategie wurde pro Audio nur einmal gewertet.

verstärken zwei Drittel der Deutschen die Entschuldigungen durch Adverbien, wie z. B. in ‚Es tut mir sehr leid‘. In ihren spanischen Daten sind weniger Intensivierungen zu finden (vgl. ebd.: 137f; dies. 2007: 763). Als Grund für die Tendenz zur expliziteren Formulierung von Entschuldigungen auf deutscher Seite nennt Siebold (2008a: 145) den niedrigeren Stellenwert des positiven *face*. Die Bedrohung, die von einer direkten Entschuldigung für das positive *face* des Sprechers ausgeht, nehmen die Deutschen hin, während Spanier es eher zu schützen versuchen (vgl. ebd.; dies. 2013: 370). Als weitere mögliche Erklärung können kulturelle Besonderheiten angeführt werden, die die Einschätzung der Schwere des Versäumnisses beeinflussen. Aufgrund der unterschiedlichen Zeitauffassung (vgl. Hall/Hall 1990: 13f) kann es sein, dass Deutsche Verspätungen als schlimmer bewerten und deshalb die Notwendigkeit sehen, sich (explizit) zu entschuldigen.

#### **7.4.4 Situation 4: Formulierung des Sprechaktes Ablehnung von Vorschlag**

##### 7.4.4.1 Theoretischer Hintergrund

Der Sprechakt der Ablehnung „expresses a discrepancy between the communicative intentions of both interlocutors“ (Siebold/Busch 2015: 53) und stellt die nicht-präferierte Reaktion auf einen initiiierenden Sprechakt wie einen Vorschlag oder eine Bitte dar (vgl. ebd.). Ablehnungen von Vorschlägen werden in der vorliegenden Arbeit den Expressiva nach Searle (1976) zugeordnet, da sie eine negative Bewertung durch den Sprechenden ausdrücken. Sie greifen das *face* beider Gesprächspartner:innen an (vgl. Siebold/Busch 2015: 54). Die größte Bedrohung besteht für das Image des Hörers, dessen Vorschlag abgelehnt wird. Seinem positiven *face* wird geschadet, weil der Wunsch, dass sein Vorschlag anerkannt wird, nicht erfüllt wird. Gleichzeitig wird aber auch sein negatives *face* bedroht, weil er seine Pläne nicht ungehindert ausführen kann (vgl. ebd.). Auch das Gesicht des Sprechers kann in Gefahr sein. Eine Ablehnung zu formulieren, stellt ein Risiko für das positive *face* des Sprechers dar, weil er durch mangelnde Solidarität und Zustimmung weniger freundlich wirkt, und für sein negatives *face*, weil er in der Umsetzung seiner eigenen Pläne eingeschränkt wird, sollte die Ablehnung misslingen (vgl. ebd.).

Der Sprechakt wurde bereits relativ viel untersucht und es gibt sowohl kontrastive Studien als auch solche, in denen die Sprachverwendung von Lernenden mit der von



Erstsprachler:innen verglichen wird. Häufig ist eine der behandelten Sprachen Englisch (vgl. ebd.: 56). Für das in der vorliegenden Arbeit relevante Sprachenpaar sind insbesondere Siebold/Busch (2015) zu nennen, die Höflichkeitsstrategien in deutschen und spanischen Ablehnungen in Alltagssituationen untersuchen. Ihre Ergebnisse werden in Kap. 7.4.4.2 genauer thematisiert und mit meinen verglichen, um Wiederholungen zu vermeiden.

Die Analyse geschieht in Anlehnung an die in Siebold/Busch (2015) verwendete Kategorisierung, die der von Beebe et al. (1990) ähnelt und laut der Ablehnungen in einen *head act* und unterstützende Elemente unterteilt werden. Das Konzept des *head acts* basiert auf Blum-Kulka et al. (1989) und ist bereits aus den vorherigen Situationen bekannt. Pro Audio wird ein *head act* bestimmt, der die Ablehnung ausdrückt und direkt oder indirekt ausgeführt werden kann. Direkte Ablehnungen können performativ sein und Verben wie *ablehnen/rechazar* beinhalten oder nicht-performativ sein (vgl. Siebold/Busch 2015: 54). Letztere werden von Siebold/Busch (2015: 54) genauer in *nein/no*, Ausdrücke des nicht-Wollens und Ausrufe unterteilt. In der vorliegenden Arbeit zählen zudem Äußerungen mit der Negationspartikel *no* (z. B. ‚no es factible‘) zu den direkten Strategien, da die illokutive Kraft klar erkennbar ist und der Hörer nicht inferieren muss, dass es sich um eine Ablehnung handelt. Als indirekte Ablehnungen können viele verschiedene Ausdrücke fungieren. Hier sind unter anderem Erklärungen bzw. Begründungen, Alternativvorschläge, Ausdrücke des Bedauerns, Wunschausdrücke (‚ich würde gerne‘) und Bedingungen oder Versprechen für eine zukünftige Zusage zu nennen (vgl. ebd.: 54f; Beebe et al. 1990: 73).

Diese können teilweise auch als *supportive moves* fungieren, wenn bereits ein anderer *head act* identifiziert wurde. In diesem Fall dienen sie dazu, die illokutive Kraft des Sprechaktes zu verändern (vgl. Siebold/Busch 2015: 54). Weitere *supportive moves* sind Nachfragen, Danksagungen, Lob, Entschuldigungen und Ausdruck von Unsicherheit (vgl. ebd.: 55). Sie können vor oder nach dem Haupt-Sprechakt stehen. Davor werden sie genutzt, um den Hörer auf die Ablehnung vorzubereiten oder diese hinauszuzögern oder um dem Sprecher mehr Zeit zu geben. Nachgelagerte Elemente haben das Ziel, die illokutive Kraft des *head acts* durch Ergänzungen abzuschwächen (vgl. ebd.: 62).

#### 7.4.4.2 Ergebnisse<sup>87</sup>

##### **Vorbereitende Elemente**

Die Teilnehmenden nutzen verschiedene *supportive moves* vor dem *head act*, um die Ablehnung hinauszuzögern bzw. den Hörer darauf vorzubereiten. 26,7% beginnen ihre Antwort mit einer Verzögerungspartikel (*pues/bueno*) und 6,7% mit einer Entschuldigung. 16,7% führen das Thema auf verschiedene Weise ein. 40% der deutschen Geschäftsleute bedanken sich für den Vorschlag, wie z. B. „primero muchas gracias por su idea,“ (D6), und ein Drittel von ihnen äußern ein Lob oder bezeichnen den Vorschlag als interessant, wie in „me gusta tu idea, así en general“ (D10). Weitere Elemente, die vor dem *head act* auftauchen, sind unter anderem Entschuldigungen (6,7%), vorläufige Zusagen (6,7%) und Ausdrücke von Unsicherheit (10%). Insgesamt formulieren zwei Drittel der Deutschen zunächst eine positive Äußerung und drücken Dank, Lob und/oder eine vorläufige Zusage aus und sprechen damit das positive *face* des Hörers an. Darauf folgt in 40% aller Audios eine Konjunktion (überwiegend *pero*), die die Überleitung zur Ablehnung darstellt.

##### **Head act**

Die eigentliche Ablehnung wird von 36,7% der deutschen Geschäftsleute direkt formuliert. Dabei kommen nur non-performative Realisierungen vor, wie z. B. „pero creo que para ese proyecto: no es muy útil,“ (D19) und „nom\ no me gusta mucho lo que me estás diciendo,“ (D24). 63,3% hingegen verwenden eine indirekte Art der Ablehnung. 30% der deutschen Teilnehmenden erklären, warum der Vorschlag des Hörers nicht geeignet ist, ohne diesen explizit abzulehnen, wie z. B. „y yo creo que si entramos con estas ideas como primero äh va hacer lo más difícil para nosotros,“ (D12) und „ähm creo que la jefe nos quiere una otra dirección“ (D7). Beim letzteren Beispiel wird zusätzlich die Schuld auf die Chefin geschoben, sodass die Sprecherin den Vorschlag nicht selbst kritisieren muss und das *face* beider Gesprächspartner:innen geschützt wird. 23,3% der Teilnehmenden formulieren einen Alternativ- oder

---

<sup>87</sup> Für eine vollständige Auflistung aller Vorkommnisse der einzelnen Kategorien siehe Anhang Kap. 12.1.4.4.

Änderungsvorschlag, wie z. B. „pero qué te parece si lo hacemos así,“ (D18).<sup>88</sup> Die restlichen 10% wollen den Vorschlag genauer besprechen („ähh pero me gustaría hablarlo un poco más en detalle,“ (D15)) oder meinen, dass er verbessert werden könnte („pero creo que se puede mejorar todavía,“ (D10)). Diese Strategien implizieren, dass der Vorschlag in seiner ursprünglichen Form nicht gut ist und abgelehnt wird.

### **Nachgelagerte *supportive moves***

Darüber hinaus verwenden fast alle Teilnehmenden (96,7%) nachgelagerte *supportive moves*. Insgesamt wurden 61 Elemente gefunden, im Durchschnitt also etwa zwei pro Audio. Diese dienen zumeist der Abschwächung der illokutiven Kraft, können sie aber auch verstärken oder die Ablehnung wiederholen. Die meisten Deutschen (60%) formulieren Alternativvorschläge nach dem eigentlichen *head act*, z. B. „así que (.) yo propo\ propongo que lo hacemos así así“ (D25). Erklärungen für die Ablehnung, wie „porque: mh no tenemos los suficientes fondos para hacer esta inversion,“ (D11), nutzen 43,3%. Gut ein Viertel beziehen die Meinung des Gegenübers ein, z. B. „qué te parece?“ (D13). Weitere Elemente, die weniger häufig auftauchen, sind unter anderem Nachfragen nach genaueren Erklärungen, Aussagen, dass die Idee vielleicht in Zukunft umgesetzt werden kann, und Bitten um Änderungen.

### **Lexik**

Interessant ist in dieser Situation zudem die Lexik, da der Begriff ‚Vorschlag‘ nicht immer korrekt übersetzt wird. So finden sich in den Antworten der deutschen Geschäftsleute viele verschiedene Begrifflichkeiten. In fast der Hälfte der Audios taucht die Vokabel *idea* im Singular oder Plural auf, teilweise kombiniert mit anderen Begriffen wie *ideas y conceptos*. 23,3% der Deutschen verwenden den Begriff *propuesta*. Weitere genutzte Bezeichnungen sind: *sugestión, situación, proposición, propósito, propuesto* und *proyecto* sowie die Umschreibungen *lo que has propuesto, lo que me estás diciendo* und *esto*. Das bestätigt die Entscheidung, die Situationen für die deutschen Teilnehmenden auf Deutsch vorzustellen, um die Wortwahl nicht zu beeinflussen. In realen Situationen beginnt der:die Spanier:in den eigenen Vorschlag nicht

---

<sup>88</sup> Hier ist anzumerken, dass die Proband:innen den Vorschlag aufgrund der Offenheit der Situation nicht konkret ausführen und generische Formulierungen und Platzhalter wie „tal y tal“ (D5) und „bla, bla bla“ (D14) verwenden.

unbedingt explizit mit „mi propuesta es esta“, sodass der:die Deutsche die Formulierung aufgreifen könnte.

### Zusammenfassung und Vergleich mit bestehenden Studien

Es ist zu erkennen, dass mit 63,3% der Großteil der Deutschen eine indirekte Ablehnung verwendet. 36,7% formulieren eine direkte Ablehnung, bei der die illokutive Kraft klar erkennbar ist (siehe Abb. 9). Zudem fällt auf, dass sowohl vor als auch nach den *head acts* viele abschwächende Elemente genutzt werden.

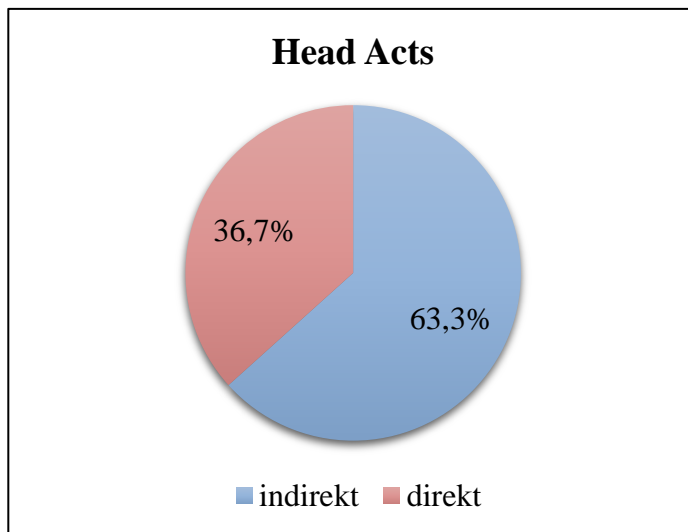


Abbildung 9: Art der von den deutschen Teilnehmenden verwendeten Strategien zur Formulierung der Ablehnung eines Vorschlags auf Spanisch.

Die Ergebnisse deuten in die gleiche Richtung wie bereits existierende Studien. Siebold/Busch (2015), die Ablehnungen auf Deutsch und Spanisch kontrastiv untersuchten und dafür die Teilnehmenden offene Rollenspiele zu sechs verschiedenen Alltagssituationen durchführen ließen, kommen zu dem Ergebnis, dass sowohl Deutsche als auch Spanier:innen überwiegend indirekte Ablehnungen verwenden (vgl. ebd.: 58f). Der Anteil der direkten Ablehnungen ist auf deutscher Seite mit 26% jedoch höher als bei den spanischen Proband:innen, die nur in 17% der Fälle direkt ablehnen (vgl. ebd.: 59). Zudem bleibt in 36% der spanischen Gespräche das Ende offen und die finale Entscheidung wird in die Zukunft geschoben, während im Großteil der deutschen Daten sowohl die direkten als auch indirekten Ablehnungen abschließend formuliert sind und keine Zweifel zulassen (vgl. ebd.: 65f).

## 7.4.5 Situation 5: Formulierung des Sprechaktes Persuasion von Vorschlag

### 7.4.5.1 Theoretischer Hintergrund

Das lateinische Verb *persuadere* bedeutet ‚überzeugen‘ und ‚überreden‘ (vgl. Mann 2000: 56)<sup>89</sup>. Beim Sprechakt der Persuasion will der Sprecher den Hörer von etwas überzeugen, da er „zur Realisierung seines Handlungsziels seinen Gesprächspartner bzw. dessen Hilfe in irgendeiner Form braucht“ (ebd.: 108). Er geht von einem Dissens aus und denkt, dass der Hörer die vom Sprecher gewünschte Handlung nicht von alleine durchführen würde (vgl. ebd.: 56). Die beiden Punkte treffen auch auf die vorliegende Situation zu. Die Umsetzung der Projektidee muss gemeinsam erfolgen, der Sprecher geht jedoch (auch wegen der vorherigen Situation) davon aus, dass der Hörer lieber seinen eigenen Vorschlag verfolgen würde. Dadurch wird sowohl das negative als auch das positive *face* des Hörers angegriffen; ersteres, weil er in seiner Handlungsfreiheit eingeschränkt wird und letzteres, insbesondere weil mitschwingt, dass der Sprecher den Vorschlag des Hörers weniger geeignet als seinen eigenen findet (vgl. Brown/Levinson 2011: 65f). Der Hauptunterschied zu Direktiva ist die „argumentative[...] Stützung des Handlungsziels“ (Mann 2000: 68), mit der der Sprecher den Hörer überzeugen will. Dies ist im Fall von Direktiva irrelevant. „PERSUASIVA wurden als komplexe Sprechhandlung bzw. Sprechhandlungssequenzen definiert, die aus mindestens zwei Teil-Sprechhandlungen bestehen“ (ebd.: 108). Diese Teile sind die Äußerung des Handlungsziels von Seiten des Sprechers und die Unterstützung durch Argumente (vgl. ebd.; ebd.: 61). Zur Persuasion können verschiedene Sprechakttypen verwendet werden, wie z. B. fragen und behaupten; „sie bilden in der Interaktion eine komplexe Sprechhandlung mit persuasiver Funktion“ (ebd.: 61).

Der Sprechakt der Persuasion wird bspw. von Mann (2000) in ihrem Werk *Persuasive Sprachhandlungen in Alltagsdialogen des Russischen* behandelt. In Anlehnung an ihre Ausführungen wird in der folgenden Analyse zwischen der offenen und der dissimulativen Handlungsstrategie, die der Sprecher zur Überzeugung des Hörers einsetzen

---

<sup>89</sup> Mann (2000: 165) unterscheidet zwischen den kognitiven Zuständen des Überzeugt-Seins und des Überredet-Seins. Im Falle des Überzeugt-Seins übernimmt der Hörer das Ziel des Sprechers als sein eigenes, weil er es selbst für gut befindet und davon überzeugt ist. Beim Überredet-Sein formuliert der Hörer zwar eine Akzeptanzklärung, ist jedoch selbst nicht vom Ziel überzeugt. Er stimmt dem Sprecher zu, weil er beispielweise keine Zeit oder Lust zum Diskutieren hat oder sich in Zukunft Vorteile in der Beziehungsgestaltung erhofft (vgl. ebd.).

kann, differenziert. Bei der offenen Handlungsstrategie wird das Ziel oder der Vorschlag am Anfang offen genannt,<sup>90</sup> bei der dissimulativen tastet der Sprecher sich taktisch an das Thema heran und nennt zuerst Argumente (vgl. ebd.: 72). Zum anderen wird zwischen objektiver und subjektiver Argumentation unterschieden (vgl. ebd.: 162). Bei ersterer „referiert der Sprecher auf Sachverhalte, die außerhalb der jeweiligen Interaktionsbeziehung [...] liegen“ (Techtmeier 1996: 138), während sich letztere „auf die Einstellungs- und Gefühlswelt der Interaktanten“ (ebd.) bezieht (vgl. auch Mann 2000: 162).<sup>91</sup> In der Persuasionsforschung werden analog „die faktenhaltige und die emotionale Kommunikationsstrategie unterschieden“ (Maurer 2008: 133).

Hier ist anzumerken, dass die Antwort einer Teilnehmerin (D27) nicht als Argumentation zu einem Vorschlag aufgefasst werden kann und aus der Analyse ausgeklammert wurde. Die folgenden Ergebnisse beziehen sich auf n=29. Zwei weitere Teilnehmende (D3, D18) äußerten zunächst ebenfalls eine unpassende bzw. sehr kurze Antwort, auf Nachfrage der Forscherin formulierten sie jedoch eine genauere, die für die Analyse verwendet wurde.

#### 7.4.5.2 Ergebnisse<sup>92</sup>

##### ***Alerters und vorgelagerte supportive moves***

Einige Deutsche nutzen zu Beginn ihrer Antwort *alerters* und vorgelagerte *supportive moves*, während andere direkt in die Situation einsteigen. 6,9% begrüßen ihr Gegenüber und 13,8% verwenden einen ausgedachten Namen. Etwa ein Fünftel der deutschen Proband:innen nutzt den Aufmerksamkeitsmarker *mira* und gut ein Drittel der Antworten beginnen mit einer Partikel, wie *pues*, die auch im weiteren Verlauf häufiger auftaucht.

---

<sup>90</sup> Hier ist zu bedenken, dass Persuasionssequenzen bei Mann (2000) aus mehreren Schritten bestehen und der Hörer im zweiten Schritt seinen Dissens ausdrückt, woraufhin der Sprecher Argumente nennt (vgl. ebd.: 73). In meinem Korpus gibt es aufgrund der Methode des geschlossenen Rollenspiels keine Sprecherwechsel; der Sprecher muss direkt seine Argumente anführen, nachdem er seinen Vorschlag vorgestellt hat.

<sup>91</sup> Techtmeier (1996: 138) spricht statt von objektiver und subjektiver Argumentation von Sachverhalts- und Ausdrucksebene. Diesen fügt sie zusätzlich die Interaktionsebene, die sich auf die aktuelle Gesprächssituation bezieht, hinzu. Letztere wird hier vernachlässigt.

<sup>92</sup> Für eine vollständige Auflistung aller Vorkommnisse der einzelnen Kategorien siehe Anhang Kap. 12.1.4.5.

13,8% der Teilnehmenden gehen auf negative oder positive Weise auf den vorangegangenen Vorschlag des Gegenübers (aus Situation 4) ein, wie z. B. „por eso utilicé lo que tú has habías hecho y muchas gracias por tu trabajo de preparación,“ (D17). In 6,9% der Audios wird eine vorherige Ablehnung oder ein Zögern des Gegenübers angesprochen, z. B. „yo sé que tienes dudas o que tengas ahí inconvenientes que no estás muy acuerdo con con mi propuesta,“ (D24). Hier wird der Dissens deutlich und der Sprecher setzt mit seiner Argumentation sozusagen nach dem zweiten Schritt der Sprechaktsequenz an (vgl. Mann 2000: 73).

### **Persuasion von eigenem Vorschlag**

Knapp die Hälfte der deutschen Geschäftsleute stellen ihr Handlungsziel am Anfang vor, verwenden also eine offene Handlungsstrategie, wie im folgenden Beispiel zu erkennen ist: „äh pues desde mi punto de vista es mejor (.) grabar el vídeo fuera, con la naturaleza y el sol y el cielo, que dentro, porque [...]“ (D19). Aufgrund der Vagheit der Situationsbeschreibung sind die Vorstellungen des Handlungsziels bei den meisten Teilnehmenden sehr grob, häufig kündigen sie ihren Vorschlag auch nur an, wie z. B. „ähm respecto a lo que el proyecto nuevo, pues yo había pensado que podríamos hacerlo de de la siguiente forma, [...]“ (D16). 27,6% nennen ihr Handlungsziel nicht, sondern gehen davon aus, dass es dem Hörer bereits bekannt ist, was ebenfalls der Offenheit der Situation geschuldet sein könnte. Dieses Vorgehen wird auch als offene Handlungsstrategie klassifiziert, da die Sprecher ihre Argumente erst nennen, wenn der Hörer den Vorschlag bereits kennt. Im Gegensatz dazu führen knapp ein Viertel der Deutschen Argumente an, bevor sie das Handlungsziel nennen, versuchen also schon vorab, den:die Spanier:in für sich zu gewinnen, weshalb hier von einer dissimulativen Strategie nach Mann (2000: 72) gesprochen werden kann. Die meisten von ihnen (71,4%) weisen vorab auf ihre Erfahrung hin.

Da es sich nicht um ein Gespräch mit mehreren Sequenzen handelt, kann nur annähernd von offener und dissimulativer Handlungsstrategie gesprochen werden. Für die vorliegende Analyse ist es relevanter, welche Art von Argument die Deutschen für die Persuasion verwenden und ob sie eine subjektive oder objektive Strategie verfolgen. 44,8% der Teilnehmenden führen inhaltliche Argumente an. Knapp ein Drittel denken sich einen fiktiven Grund aus, bspw. dass ihr Vorschlag einfach umzusetzen ist oder gut zum Image der Unternehmen passt, wie „porque es mh algo muy sencillo se puede

emprender fácilmente, y mmh es muy útil por el día a día,“ (D11). 13,8% führen die Argumente nicht genauer aus oder kündigen die Aspekte, die ihre Idee stützen, lediglich an, z. B. „mira que he preparadao preparado ähm algunos argumentos que: que soportan esa idea“ (D9). Es wird davon ausgegangen, dass es sich bei den ausgelagerten und vorbereiteten ebenfalls um inhaltliche Argumente handelt. In knapp einem Viertel der Fälle wird mit dem Faktor Zeit argumentiert und erklärt, dass der Vorschlag besonders schnell zu realisieren ist, z. B. „y la ventaja es que tampoco cuesta mucho tiempo,“ (D6). Gut ein Fünftel der Proband:innen argumentieren über Kosteneinsparungen, z. B. „porque así podríamos ähm ahorrarnos gastos“ (D18). Diese überschneiden sich relativ häufig und 17,2% nennen sowohl Zeit als auch Geld.<sup>93</sup>

37,9% aller Geschäftsleute führen ihre Erfahrung als Argument an („como como sabes llevamos mucho tiempo trabajando en este aspecto, y creo que tenemos bastante experiencia con el tema=“ (D23)) oder konstatieren, dass ihre Vorgehensweise in der Vergangenheit erfolgreich war („ähm la verdad es que me ha funcionado en el pasado, y: creo que se podría aplicar muy bien a a este proyecto nuevo.“ (D16)).

Etwa 10% der Deutschen nutzen persönliche Argumente zur Überzeugung des Hörers. Diese nehmen unterschiedliche Formen an, z. B. „pero tienes que fiarte ahí, te pido que te fies en nuestra propuesta“ (D12), beziehen sich jedoch alle auf die Gefühlswelt des Hörers bzw. auf die Beziehung zwischen den beiden Interaktanten. In 13,8% der Audios ist keine der genannten Argumentationsarten zu finden, stattdessen wird insbesondere die ausführliche Erklärung und Wiederholung des Vorschlags sowie die Kombination von *supportive moves* verwendet.

#### **(Nachgelagerte) *supportive moves***

Hinzukommen unterstützende Elemente, die ebenfalls der Überzeugung dienen und Zweifel ausräumen sollen. In 27,6% der Audios wird der eigene Vorschlag gelobt oder als positiv bezeichnet, wie z. B. „mh y mh, con (lachend(todos con)) todas estas ventajas pienso que es una idea muy bien. muy buena.“ (D6). Gut 10% der deutschen

---

<sup>93</sup> Die letztgenannten Ergebnisse sind mit Vorsicht zu betrachten, da die Forscherin die Teilnehmenden, die spontan keine eigenen Ideen hatten, darauf hinwies, dass sie sich auch ausdenken dürfen, dass es schneller/günstiger ist. Die Tatsache, dass sie die Tipps verwendeten, zeigt jedoch, dass sie inhaltliche Argumente nutzen und nicht nur mit Erfahrung/Vertrauen argumentieren wollten.



Geschäftsleute drücken ihre Selbstsicherheit aus, entweder durch „yo estoy segura que podríamos hacerlo [...]“ (D26) oder durch auf den Hörer bezogene Aussagen im Futur, wie z. B. „ähm pero vas a ver los lo\ äh sí los ventajas que nos ähm que nos trae, ähm (.)“ (D9).

41,4% der Teilnehmenden fragen nach der Meinung des Hörers (z. B. „qué opinas?“ (D16)) bzw. beziehen ihn mit ein, indem sie auf seine Zustimmung hoffen (z. B. „espero que esto también funcione para ti“ (D10)) oder einschränkende Einschübe wie „=si te parece bien,“ (D30) verwenden. Dadurch wird sowohl das negative als auch das positive *face* des Gegenübers aufgewertet, da ihm Entscheidungsfreiraum gegeben und seine Meinung als wertvoll dargestellt wird. Knapp ein Viertel der Deutschen gehen auf den Hörer zu, indem sie ihm die Möglichkeit, Aspekte zu ihrem Vorschlag hinzuzufügen, geben oder eine weitere gemeinsame Ausarbeitung anbieten, z. B. „ähm los podemos revisar ähm juntos si quieres,“ (D9). 6,9% deuten an, dass sie bereit sind, ihren Vorschlag aufzugeben und neue Ideen zu suchen, falls der Hörer nicht einverstanden ist („si no tendríamos que mirar si tal vez encontramos otro camino otras ideas, que que nos lleguen a convencer los dos,“ (D31)).

### **Zusammenfassung und Vergleich mit bestehenden Studien**

Es ist zu erkennen, dass der Großteil der Deutschen (82,8%) mindestens ein objektives Argument verwendet und eine inhaltliche Begründung anführt, die Faktoren Geld und Zeit nennt oder sich auf seine Erfahrung beruft. Nur gut 10% argumentieren persönlich (siehe Abb. 10). Nach Techtmeier (1996: 138) ist Erfahrung als objektives Argument zu werten, da sie außerhalb der Beziehung der beiden Interaktionspartner:innen liegt. An dieser Stelle ist es jedoch interessant, sie von den inhaltlichen projektbezogenen Argumenten abzugrenzen und den persönlichen zuzurechnen. Auch bei dieser Betrachtungsweise liegen die objektiven Argumente Inhalt, Zeit und Geld, die von 58,6% der Teilnehmenden genutzt werden, klar vor den persönlichen, die lediglich in 38% der Persuasionen auftauchen. Die Deutschen in meinem Korpus präferieren also klar die objektive sachliche Argumentationsstrategie.

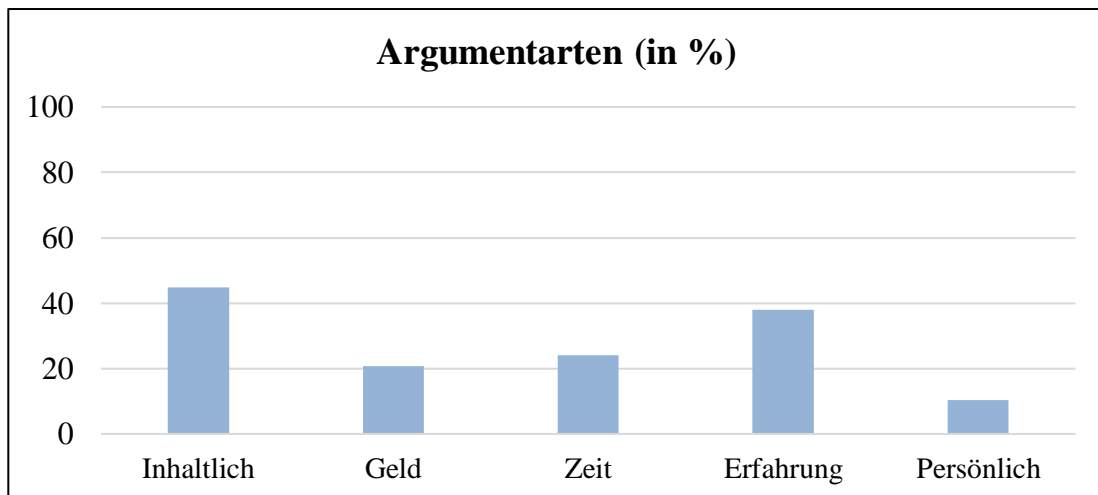


Abbildung 10: Von den deutschen Teilnehmenden verwendete Argumente zur Persuasion von einem Vorschlag auf Spanisch.

Dieses Ergebnis ist ansatzweise auch bei Keim Cubas (2000) wiederzufinden. Laut ihr verwenden Spanier in Verhandlungen „Inszenierungen des guten Willens“ (ebd.: 196), während „die deutschen Interaktanten es sogar irritierend finden und sie so schnell wie möglich auf eine ‚sachliche‘ Ebene zurückgehen“ (ebd.). Auch Helmolt (1997: 176) fand heraus, dass Deutsche (im Vergleich zu Franzosen) eine sachliche Kommunikationsweise bevorzugen.

#### **7.4.6 Situation 6: Formulierung des Sprechaktes Bitte um Hilfe**

##### 7.4.6.1 Theoretischer Hintergrund

Bei einer Bitte um Hilfe handelt es sich um einen direktiven Sprechakt (vgl. Searle 1976: 11), der insbesondere für das negative *face* des Hörers gesichtsbedrohend sein kann, weil er in seiner Handlungsfreiheit eingeschränkt wird (vgl. Brown/Levinson 2011: 65f). Hinzu kommt, dass auch das positive Gesicht des Sprechers bedroht wird, weil er implizit oder explizit zugibt, etwas nicht (alleine) zu können oder zu wissen (vgl. ebd.: 68). Für die Analyse wird die gleiche Kategorisierung wie in Situation 1 verwendet, es werden also *head act*, *alaters* und *supportive moves* unterschieden (vgl. Blum-Kulka et al. 1989: 17; für genauere Ausführungen siehe Kap. 7.5.1).

7.4.6.2 Ergebnisse<sup>94</sup>**Alerters und vorgelagerte supportive moves**

In den Daten finden sich zahlreiche Elemente vor dem eigentlichen *head act*. 83,3% der Deutschen eröffnen das Gespräch mit einer Begrüßung und verwenden dafür überwiegend *hola*, ein Drittel der Teilnehmenden sprechen ihr Gegenüber mit Vornamen an. 40% nutzen eine Art von Smalltalk; sie alle sprechen an, dass der:die Kolleg:in neu und/oder aus Spanien ist und dass sie in Zukunft zusammenarbeiten werden, wie z. B. „qué tal, como estás, yo he escuchado que tú eres mh el nuevo compañero en la compa en la empresa,“ (D25). 6,7% heißen ihr Gegenüber explizit im Unternehmen willkommen, wie z. B. „primero bienvenido äh a nuestra empresa,“ (D5). Gut die Hälfte der Deutschen stellen sich selbst mit dem eigenen Namen vor und knapp ein Drittel erwähnen, in welcher Abteilung sie arbeiten.

Während die bisher genannten Elemente eher als allgemeine Einführung in das Gespräch gewertet werden können, dienen andere Teilsprechakte der Hinführung zum *head act*. 43,3% der Deutschen entschuldigen sich für die Störung und verwenden dafür eine explizite Formel (z. B. „disculpa que te estoy interrumpiendo“ (D14))<sup>95</sup>. Ungefähr ebenso viele (40%) fragen nach der Verfügbarkeit des Hörers, wie z. B. „äh tienes un momentito?“ (D3). Durch Diminutive wie *momentito* wird das Eindringen in das Territorium des Gegenübers und somit die Gesichtsbedrohung für das negative *face* als klein dargestellt. Teilweise taucht sowohl eine Entschuldigung als auch eine Frage auf. 16,7% nennen als Voraussetzung ihrer Bitten, dass das Gegenüber Zeit haben oder einverstanden sein muss und nutzen dafür *si*-Sätze direkt vor dem *head act* (z. B. „y ähm quizás si tienes tiempo en en esos días, [...]“ (D5)). Insgesamt verwenden gut zwei Drittel der Deutschen ein Element negativer Höflichkeit, um die Gesichtsbedrohung, die durch die Störung entsteht, bereits vor dem *head act* abzuschwächen.

Darüber hinaus wird in 73,3% vor dem *head act* auf das in der Situationsbeschreibung genannte Expertentum des Hörers eingegangen, wie z. B. „y me han dicho que tú eres

---

<sup>94</sup> Für eine vollständige Auflistung aller Vorkommnisse der einzelnen Kategorien siehe Anhang Kap. 12.1.4.6.

<sup>95</sup> Für eine ausführliche Erklärung zu Entschuldigungsstrategien siehe Kap. 7.4.3.1.

un absoluto experto en esto“ (D28), wodurch das positive *face* des Gegenübers angesprochen wird. 60% der Deutschen kündigen an, dass sie ein Problem oder eine Frage haben, wie z. B. „tengo una pregunta.“ (D27). 20% sagen explizit, dass sie das Problem selbst nicht lösen können oder nicht wissen, was sie tun müssen, z. B. „no sé pues directamente mh lo que es que tengo que hacer“ (D30), und 13,3% der Personen drücken aus, dass sie Hilfe brauchen, z. B. „y necesito un poco de ayuda“ (D1), wodurch sie das eigene positive *face* abwerten und das des Hörers potenziell aufwerten.

### **Head act**

Lediglich 23,3% der deutschen Geschäftsleute verwenden bei der Formulierung der Bitte um Hilfe eine direkte Strategie. 16,7% nutzen *want statements*, die der 5. Kategorie nach Blum-Kulka et al. (1989) zuzuordnen sind, und drücken ihren Wunsch aus, dass der Hörer ihnen hilft, wie in „entonces quiero que me ayudes con algunos temas para comprenderlos mejor“ (D27). Imperative und *hedged performatives* werden jeweils nur in 3,3% verwendet. 83,3% der Deutschen hingegen nutzen mindestens eine indirekte Strategie.<sup>96</sup> Knapp die Hälfte aller Teilnehmenden verwendet Fragen nach den Vorbereitungsbedingungen, die der 7. Kategorie nach Blum-Kulka et al. (1989) zugeordnet werden können. Diese sind entweder als direkte Fragen formuliert („mh me podrías ayudar?“ (D11))<sup>97</sup> oder in einen Nebensatz eingebettet („te quería preguntar si me podías dar una mano,“ (D12)). Hinweise (*strong hints*), die der 8. Kategorie nach Blum-Kulka et al. (1989) angehören, werden von 64% von ihnen formuliert. Ein Beispiel hierfür ist: „y entonces sería genial si nos ähm pudieras ayudar con esto,“ (D30). Auffallend ist, dass die indirekten Aufforderungen zusätzlich häufig durch Partikel wie *quizás* und *tal vez* abgeschwächt werden. 48% der Deutschen, die mindestens eine indirekte Strategie verwenden, nutzen auch mindestens eine Partikel, wie z. B. „y quizás me podrías ayudar un poquito?“ (D7). Wie das Beispiel zeigt wird für die Abschwächung zudem *poco* oder *poquito* genutzt. Auch syntaktische Abschwächer wie *subjuntivo* und *condicional* kommen zum Einsatz. Explizit *por favor* sagen

---

<sup>96</sup> Insgesamt tauchen 37 Strategien auf, bei denen die illokutive Kraft nicht direkt erkennbar ist.

<sup>97</sup> Die Intonation ist nicht in allen Fällen steigend, was nach Searle (1975: 69), daran liegen könnte, dass die primäre Illokution keine Frage nach dem Können, sondern eine Aufforderung zu helfen ist (siehe auch Kap. 4.3.3).

unabhängig von der verwendeten Strategie nur 13,3% aller deutschen Teilnehmenden. In gut einem Drittel der Audios taucht mehr als ein *head act* auf, was als Verstärkung der illokutiven Kraft gesehen werden kann.

Da wie in Situation 1 die Einteilung in *want statements* und *strong hints* nicht in allen Fällen eindeutig den Kategorien von Blum-Kulka et al. (1989) entspricht, werden die Aussagesätze zusätzlich nach ihrer Perspektive unterschieden. Insgesamt werden von 23,3% der deutschen Teilnehmenden Aussagen in der Sprecherperspektive formuliert, wie z. B. „me gustaría saber tu opinión“ (D18) und die Hälfte der Proband:innen verwendet mindestens einen Aussagesatz, bei dem sich das Aktionsverb auf den Hörer bezieht, z. B. „y mh tal vez me podrías explicar algo“ (D11).

#### **Nachgelagerte *supportive moves***

Neben den Modifizierungen (vor und) innerhalb der *head acts* tauchen nachgelagerte *supportive moves* auf, die die illokutive Kraft der Bitte abschwächen sollen. Diese ähneln den vorgelagerten. So erwähnen 23,3% der deutschen Geschäftsleute das Expertentum der:des Spaniers:in nach dem *head act*, was als Begründung für die Bitte fungieren kann, wie in „porque hemos visto que tú estás äh bueno que tú eres un experto en este tema,“ (D30). Das gleiche gilt für die von 10% verwendeten Aussagen, dass sie das Problem selbst nicht lösen können oder Hilfe brauchen. 30% der Proband:innen schränken nach dem *head act* ein, dass ihr Gegenüber Zeit haben oder einverstanden sein muss (z. B. „sí, sería genial si nos pudieras ayudar=pero sólo si te da tiempo y si no te da tiempo pues tal vez también podemos hablar, no sé en una hora o después del com\ de comer algo si si te parece bien,“ (D30)). Weitere 6,7% nutzen einen Einschub innerhalb des *head acts* (z. B. „ähm y: bueno per\ por eso quería preguntarte que si äh quizás tendrías u\ unos minutos, no tiene que ser ahora, para äh ayudarme con con algunas cosas.“ (D13)).

### Zusammenfassung und Vergleich mit bestehenden Studien und Situation 1

Es kann festgehalten werden, dass 23,3% der deutschen Teilnehmenden direkte Strategien und 83,3% mindestens eine indirekte Strategie verwenden. Diese werden in 6,7% miteinander kombiniert, sodass die Bitte in 16,7% nur auf direkte Weise formuliert und in 76,7% ausschließlich indirekt ausgedrückt wird (siehe Abb. 11). Durch die Verwendung indirekter Strategien wird das negative *face* des Hörers geschützt, da Fragen nach Vorbereitungsbedingungen und *strong hints* gesichtsschützender abgelehnt oder ignoriert werden können als direkte Bitten (vgl. Eckardt 2021: 312f).

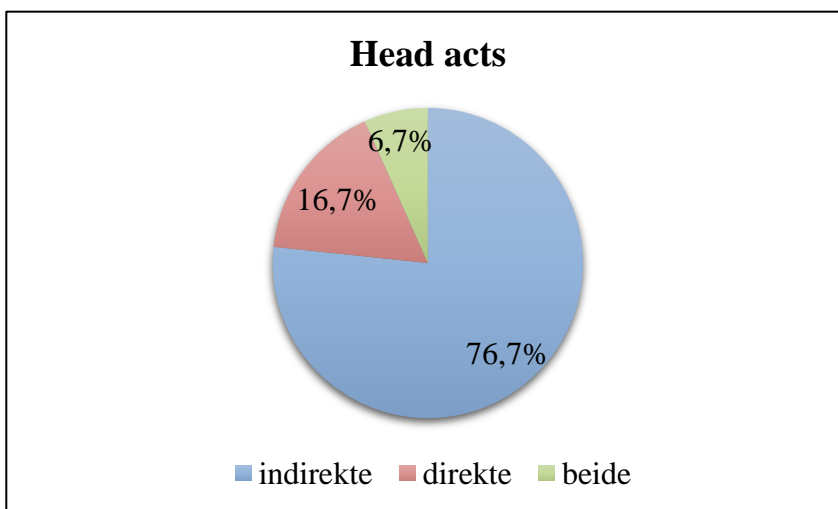


Abbildung 11: Art der von deutschen Geschäftsleuten verwendeten Strategien zur Formulierung einer Bitte um Hilfe auf Spanisch.

Zusätzlich werden viele vor- und nachgelagerte *supportive moves* verwendet, die sowohl das negative *face* schützen, als auch das positive *face* des Hörers ansprechen sollen. Ersteres geschieht durch die Verwendung negativer Höflichkeitsstrategien, wie z. B. Entschuldigungen für die Störung und das Knüpfen der Bitte an die Bedingung, dass der Hörer Zeit hat, die in 80% der Audios auftauchen. Das kann mit der in monochronen Gesellschaften vorherrschenden negativen Einschätzung von Störungen (vgl. Hall/Hall 1990: 14) und mit der hohen Wichtigkeit des negativen *face* im Deutschen (vgl. Siebold 2013: 369) zusammenhängen. Der Sprecher will den Hörer nicht zu sehr in seiner Handlungsfreiheit einschränken, dieser soll ihm nur helfen, wenn er ohnehin Zeit hat.

Das positive *face* des Gegenübers wird stimuliert durch Beziehungssignale wie Begrüßungen, Willkommen heißen und die Referenz auf die Zugehörigkeit zur Ingroup der

Kolleg:innen (vgl. Brown/Levinson 2011: 70). Der Smalltalk und vorgelagerte Problemerkündigungen dienen dazu, den Hörer auf die Bitte vorzubereiten. Von diesen einleitenden Elementen tauchen insgesamt 83 auf, d. h. durchschnittlich fast drei pro Audio. Zur positiven Höflichkeit zählen des Weiteren das Ansprechen oder Lob des Expertentums des Gegenübers, was von knapp drei Vierteln der Deutschen genutzt wird, und auch das explizite Eingehen auf das eigene Nicht-Wissen von Seiten des Sprechers, welches in 40% der Audios auftaucht. Dieses schmeichelt dem Hörer, gleichzeitig wird jedoch das positive *face* des Sprechers nicht geschützt, da er zugibt, etwas nicht alleine zu können oder Hilfe zu brauchen (vgl. ebd.: 68).

Der Vergleich mit bestehenden Studien zeigt, dass der Anteil der direkten Strategien mit 23,3% ähnlich hoch ist wie bei Siebold (2008a: 91-100), bei der durchschnittlich etwa in 20% der Fälle direkte Aufforderungen genutzt werden. Verglichen mit Situation 1 der vorliegenden Arbeit (40% direkte Strategien, siehe Kap. 7.5.1.2) formulieren die Deutschen ihre Bitten weniger direkt und nutzen mehr *supportive moves*, die Höflichkeit ausdrücken. Das kann einerseits am anderen Inhalt der Situation liegen (in Situation 1 ist der:die Deutsche eher Befehlsgeber:in; in Situation 6 eher Bittsteller:in). Andererseits kann sich auch der unterschiedliche Kontext auf die Wahl der Strategien auswirken. Dieser Aspekt wird in Kapitel 7.5 näher erläutert.

#### **7.4.7 Situation 7: Formulierung des Sprechaktes Ablehnung einer Bitte um Hilfe**

##### 7.4.7.1 Theoretischer Hintergrund

Während die Ablehnungen von Vorschlägen im Rahmen einer Kooperation in Situation 4 als Expressiva kategorisiert wurden, weil sie eine negative Bewertung des Vorschlags durch den Sprechenden ausdrücken, sind die Ablehnungen von Bitten um Hilfe zwischen Kolleg:innen in der vorliegenden Situation laut Félix-Brasdefer (2013: 148) den Kommissiva nach Searle (1976) zuzuordnen, da der Sprecher sich zu der zukünftigen Handlung verpflichtet, nicht zu helfen. Dennoch lässt sich für die Analyse des Sprechaktes, der das positive und negative Gesicht von Sprecher und Hörer bedrohen kann (vgl. Siebold/Busch 2015: 54), das gleiche Schema wie in Situation 4 verwenden. Es wird also pro Audio ein *head act* bestimmt, der als Ablehnung fungiert und direkt

oder indirekt sein kann. Zusätzlich werden vorbereitende und nachgelagerte ergänzende Elemente untersucht (vgl. ebd.: 54f, 62; siehe ausführlich Kap. 7.5.4.1).

An dieser Stelle ist anzumerken, dass zwei Personen in meinem Korpus die Aufgabenstellung missachten und dem:der spanischen Kollegen:in helfen, obwohl sie dadurch zu spät zum Meeting kommen. Diese werden bei den Analysen nicht berücksichtigt, da es hier nicht darum geht, ob die Teilnehmenden Hilfsbereitschaft oder Pünktlichkeit wichtiger finden, sondern die sprachliche Realisierung der Ablehnungen untersucht werden soll. Die folgende Analyse basiert demnach nur auf 28 Antworten. Auch einige weitere Proband:innen meinten, dass sie eigentlich helfen würden, haben die Aufgabenstellung aber korrekt beantwortet und eine Ablehnung formuliert.

#### 7.4.7.2 Ergebnisse<sup>98</sup>

##### ***Alerters und vorgelagerte supportive moves***

Die Elemente, die vor dem *head act* auftauchen und den Hörer auf die Ablehnung vorbereiten sollen, sind relativ heterogen und vielzählig. Da es sich um einen respondierenden Gesprächsschritt handelt und die Situation bereits begonnen hat, tauchen nur wenig Begrüßungen auf. Ein Viertel der Deutschen begrüßen ihren Gesprächspartner, 14,3% sprechen ihn mit einem ausgedachten Vornamen an. 21,4% der Antworten beginnen mit einem Ausruf, wie z. B. „ay“ (D14). 17,9% der deutschen Teilnehmenden verbalisieren die Tatsache, dass ihr Gegenüber Probleme mit dem Kopierer hat und verwenden dafür alle eine Formulierung mit *veo*, wie z. B. „veo que estás luchando con la máquina,“ (D31). Das häufigste Element vor dem *head act* sind explizite Entschuldigungen (IFIDs), die in 64,3% der Audios vorkommen und überwiegend durch *lo siento (mucho/muchísimo)* ausgedrückt werden. Wird mit einer Entschuldigung auf eine Bitte um Hilfe reagiert, könnte man davon ausgehen, dass es sich bereits um eine Ablehnung handelt. Rein sprachlich stellt eine Entschuldigung ohne Spezifizierung jedoch noch keine Absage dar, da der Sprecher lediglich sein Bedauern darüber ausdrücken könnte, dass sein Gegenüber Probleme mit dem Kopierer hat oder

---

<sup>98</sup> Für eine vollständige Auflistung aller Vorkommnisse der einzelnen Kategorien siehe Anhang Kap. 12.1.4.7.



ihm noch niemand geholfen hat. Erst durch den *head act* wird deutlich, dass eine Ablehnung vorliegt.

### ***Head act***

Lediglich 14,3% der deutschen Geschäftsleute verwenden eine direkte non-performative Ablehnung als *head act* und sagen explizit, dass sie dem Hörer nicht helfen können, wie z. B. „ahora mismo no te puedo ayudar“ (D10). Weitere 10,7% sagen ausdrücklich, dass sie jetzt nicht können oder keine Zeit haben, wie „ahora mismo no tengo tiempo“ (D1). Letztere gelten bei Siebold/Busch (2015: 55) als indirekte Strategien, werden hier jedoch zu den direkten gezählt, da durch das ‚no‘ klar erkennbar ist, dass es sich um eine Ablehnung handelt, und sie sich von den indirekten Ablehnungen durch Erklärungen unterscheiden. Insgesamt verwendet nach dieser Kategorisierung ein Viertel der deutschen Teilnehmenden eine direkte Strategie. Diesen geht in 85,7% eine Entschuldigung voraus. Zusätzlich werden sie alle durch eine adverbiale Bestimmung der Zeit eingeschränkt und der:die Sprecher:in drückt aus, dass er:sie nur aktuell, aber keinesfalls generell nicht helfen kann.

Drei Viertel der Deutschen nutzen eine indirekte Art der Ablehnung. 57,1% formulieren eine Erklärung und sagen, dass sie es eilig haben und/oder zu einem wichtigen Meeting müssen, wie z. B. „es que tengo una reunión en cinco minutos, y ähm estoy un poco de prisa,“ (D13).<sup>99</sup> Der Hörer muss inferieren, dass der Sprecher ihm aufgrund des Meetings nicht helfen kann. Weitere 14,3% nutzen die Strategie des Wunschausdruckes und sagen, dass sie dem Hörer gerne helfen würden, wie in „me encantaría ayudarte, pero [...]“ (D16). Anhand der Verwendung des *conditionals* in Kombination mit *pero* (oder *es que*) lässt sich jedoch herleiten, dass es sich um eine Ablehnung handelt. Eine Person (3,6%) spricht eine vorläufige Zusage aus, schränkt diese jedoch dann immer weiter ein, indem sie sagt, dass sie nur wenig Zeit hat, vorschlägt, später zu helfen und erst im letzten Satz indirekt ablehnt, indem sie den Hörer an einen Kollegen verweist: „pero si lo necesitas ahora mismo te recomiendo hablar con con fredy, ähm el sabe un poco de español, quizás es suficiente para que te ayude.“ (D5).

---

<sup>99</sup> Auch hier bestätigt sich das Vorgehen, die Situationen auf Deutsch vorzustellen, da der Begriff ‚Meeting‘ verschieden übersetzt wurde.

### Nachgelagerte *supportive moves*

Nach den *head acts* finden sich zahlreiche Elemente, die die illokutive Kraft der Ablehnung modifizieren. In den meisten Fällen dienen sie der Abschwächung. So entschuldigen sich 28,6% der Deutschen nach dem *head act* und 50% nennen das anstehende Meeting oder Zeitdruck als Erklärung für ihre Absage, wie z. B. „porque yo ahora tengo un meeting“ (D11). Um eine alternative Lösung für das Problem des Hörers anzubieten, verweisen 57,1% den:die Spanier:in an eine:n Kolleg:in. Beispiele hierfür sind: „pues pregunta fernando nuestro informático que igual te puede ayudar.“ (D3) und „ähm por qué no hablas con julia? ella puede ayudarte.“ (D15). Die Hälfte der Teilnehmenden verwenden einen positiven kommissiven Teilsprechakt und bieten an, nach dem Meeting zu helfen, z. B. „pero si puedes esperar, te ayudo después de la reunión,“ (D26).<sup>100</sup> Hinzukommen weitere Elemente, die in geringerer Anzahl auftauchen und als Beziehungsarbeit und positive Höflichkeit kategorisiert werden können. 7,1% der Deutschen schlagen vor, gemeinsam einen Kaffee zu trinken. 14,3% sagen aus, dass andere auch bereits Probleme mit dem Drucker hatten, was der Solidarisierung und der Aufwertung des positiven *face* des Hörers dient, z. B. „tod\ äh todos tienen problemas con ese fu\ äh ma\ máquina aquí.“ (D8). In knapp einem Drittel der Audios tauchen direkte Ablehnungen auf, nachdem bereits ein indirekter *head act* identifiziert wurde. Sie werden hier daher als *supportive moves* gewertet, da sie die illokutive Kraft des *head acts* nachträglich verdeutlichen bzw. unterstreichen. Es zeigt sich, dass die Ablehnung häufig erst gegen Ende direkt verbalisiert wird, wie das folgende Beispiel verdeutlicht:

„äh perdona que que lo siento mucho pero en cinco minutos tengo que entrar äh a un meeting con un cliente importante, y todavía me queda preparar lala reunión y voy muy apurado, pues pregunta fernando nuestro informático que igual te puede ayudar. (.) yo no puedo.“ (D3).

---

<sup>100</sup> Eine weitere Person (3,6%) sagt bereits vor der eigentlichen Ablehnung, dass sie später helfen kann.

### Zusammenfassung und Vergleich mit bestehenden Studien und Situation 4

Es lässt sich festhalten, dass 75% der deutschen Teilnehmenden die Bitte um Hilfe indirekt ablehnen und dafür am häufigsten eine Erklärung nutzen und auf das anstehende Meeting verweisen. 25% verwenden eine direkte Strategie (siehe Abb. 12).

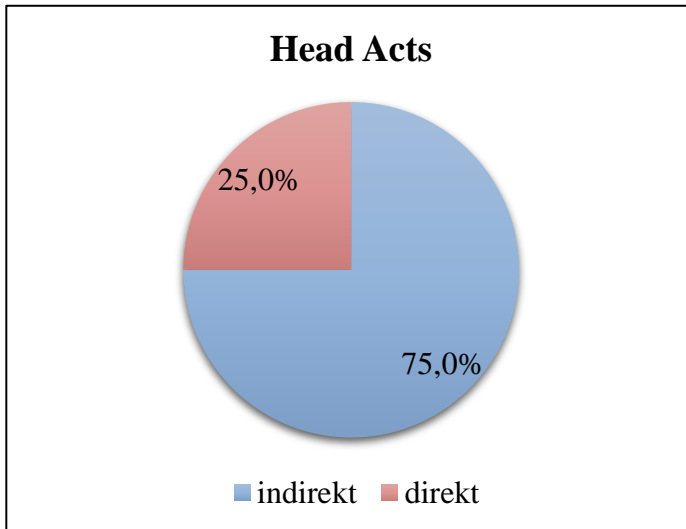


Abbildung 12: Art der von den deutschen Teilnehmenden verwendeten Strategien zur Formulierung der Ablehnung einer Bitte um Hilfe auf Spanisch.

Darüber hinaus werden vor und nach den *head acts* viele *supportive moves* verwendet. Während die in knapp einem Drittel der Audios auftauchenden direkten Ablehnungen nach dem eigentlichen *head act* der Verdeutlichung der illokutiven Kraft bzw. der abschließenden Zusammenfassung dienen, ist der Großteil der Elemente eher abschwächend. Betrachtet man die vor- und nachgelagerten Entschuldigungen zusammen, fällt auf, dass nur gut ein Fünftel der deutschen Geschäftsleute sich nicht entschuldigen. Auffallend ist zudem, dass in allen Audios entweder an eine:n Kolleg:in verwiesen wird oder der:die Sprecher:in anbietet, nach dem Meeting selbst zu helfen. Dieses konstruktive Verhalten könnte dem Wirtschaftskontext geschuldet sein, da man weiß, dass man in Zukunft zusammenarbeiten wird. Dies bestätigt auch die Antwort einer Teilnehmerin auf die Abschlussfrage: „[...] in Spanien ist immer ganz wichtig, dass du dich mit allen ganz prima verstehst, weil du weißt nie, ob du die morgen wieder brauchst für irgendetwas [...]“ (D27). Aus den genannten häufig vorkommenden Sprechakt-Teilen ergibt sich eine typische Kombination. So bestehen 42,9% der Audios aus einer Entschuldigung, einer indirekten Ablehnung durch Erklärung und der

Suche nach einer Lösung durch den Verweis an eine:n Kolleg:in bzw. das Angebot, selbst zu helfen.

Der Vergleich mit bestehenden Studien zeigt, dass fast genau gleich häufig direkte und indirekte Ablehnungsstrategien wie in den von Siebold/Busch (2015) untersuchten Alltagssituationen genutzt werden (vgl. ebd.: 59). Verglichen mit Situation 4 der vorliegenden Arbeit werden bei der Ablehnung einer Bitte um Hilfe zwischen Kolleg:innen mehr indirekte Strategien verwendet als bei der Ablehnung eines Vorschlags im Kooperationskontext. Beebe et al. (1990: 56) bestätigen, dass „form and content vary according to the eliciting speech act“. Auch der abweichende Kontext kann Auswirkungen haben.

## **7.5 Diskussion der Ergebnisse**

### **Pragmatischer Transfer**

Der Vergleich der Ergebnisse mit den Erkenntnissen aus bereits bestehenden kontrastiven Studien zeigt, dass die deutschen Teilnehmenden die Sprechakte auf Spanisch ähnlich wie auf Deutsch realisieren. So formulieren sie etwa die direktiven (Teil-) Sprechakte in den Situationen 1 und 2 auf Spanisch überwiegend indirekt (siehe Kap. 7.4.1.2 & 7.4.2.2). Gleiches trifft auf die Bitte in Situation 6 zu (siehe Kap. 7.4.6.2). Das ist laut Siebold (2008a: 91-100) auch auf Deutsch der Fall. Sie fand zudem heraus, dass Deutsche in Alltagssituationen auf Deutsch häufig explizite Entschuldigungen nutzen (vgl. ebd.: 135-137). In meinen Daten verwenden die deutschen Geschäftsleute auch auf Spanisch vorrangig explizite Strategien zur Formulierung einer Entschuldigung, wie die Ergebnisse der Situation 3 zeigen (siehe Kap. 7.4.3.2). Laut der kontrastiven Studie von Siebold/Busch (2015: 59) nutzen Deutsche mehr direkte Ablehnungen als Spanier:innen. In den Analysen der Situationen 4 und 7 der vorliegenden Arbeit ist erkennbar, dass deutsche L1-Sprecher:innen auch auf Spanisch direkter als spanische L1-Sprecher:innen ablehnen (siehe Kap. 7.4.4.2 & 7.4.7.2). Daraus kann geschlossen werden, dass pragmatischer Transfer vorliegt (siehe Kap. 4.5.3 für Definition und Erklärungen).

Diese Erkenntnisse können durch bereits existierende Studien gestützt werden. Siebold/Busch (2015: 57) bestätigen bezogen auf Ablehnungen, dass „there are many interlanguage studies [...] that show how pragmatic transference in the speech act of refusals takes place when the learner applies the rules of their own native language and

culture in their interlanguage". Sie nennen unter anderem die Werke von Beebe et al. (1990) und Wannaruk (2008) (vgl. Siebold/Busch: 2015: 57).<sup>101</sup> Beebe et al. (1990) untersuchen, wie Japaner Ablehnungen auf Japanisch und Englisch formulieren und vergleichen diese mit den englischen Realisierungen von amerikanischen Sprecher:innen (vgl. ebd.: 56). Sie finden heraus, dass auf verschiedenen Ebenen pragmatischer Transfer vorliegt (vgl. ebd.: 67). Wannaruk (2008), die die Ablehnungen von Thai-Sprecher:innen auf Thai und Englisch mit jenen von amerikanischen L1-Englisch-Sprecher:innen auf Englisch vergleicht, kommt ebenfalls zu dem Ergebnis, dass pragmatischer Transfer stattfindet (vgl. ebd.: 318). Interessant ist an dieser Stelle zudem, „dass pragmatischer Transfer häufig auch bei fortgeschrittenen Lernern auftritt“ (Siebold 2008b: 9). Das bestätigen meine Daten; viele meiner Teilnehmenden sprechen sehr gut oder sogar verhandlungssicher Spanisch, dennoch zeigen die Ergebnisse, dass pragmatischer Transfer vorliegt und sie auf Spanisch ähnliche Strategien wie auf Deutsch nutzen.

### **Besonderheiten des *face* in der Wirtschaft**

Neben der Tendenz der Deutschen, sich bei der Formulierung der Sprechakte an ihrer L1 zu orientieren, gibt es jedoch einige interessante Unterschiede. So zeigt z. B. Situation 1, dass die Deutschen bei der Realisierung von Aufforderungen auf Spanisch zwar wie auf Deutsch überwiegend indirekte Strategien verwenden, der Anteil an direkten Formulierungen mit 40% jedoch höher ist als in den von Siebold (2008a) untersuchten Alltagssituationen (vgl. ebd.: 91-100). Da laut Siebold (2008a: 91-100) spanische L1-Sprecher:innen direktive Sprechakte tendenziell direkter formulieren und das negative *face* des Hörers weniger schützen, ist auf den ersten Blick die Vermutung naheliegend, dass die Deutschen sich den spanischen Gegebenheiten anpassen, da sie diese durch gesteuerten oder ungesteuerten Erwerb erlernt haben. Dem widersprechen jedoch die Realisierungen der expressiven Sprechakte, wie z. B. in Situation 4: Während Spanier:innen Ablehnungen nur in 17% direkt formulieren, verwenden Deutsche im Alltag 26% direkte Strategien (vgl. Siebold/Busch 2015: 58f) und in den vorliegenden Daten aus der Wirtschaft sogar in 36,7% der Fälle (siehe Kap. 7.4.4.2), wodurch sie sich von den spanischen Realisierungen entfernen. Auch die Entschuldigungen in

---

<sup>101</sup> Für weitere Studien siehe den Überblick in Eslami (2010).

Situation 3 formulieren Deutsche noch expliziter als im Alltag, während Spanier:innen sich weniger explizit entschuldigen, um ihr positives *face* zu schützen (vgl. Siebold 2008a: 135, 145). Die deutschen Teilnehmenden nutzen also nicht nur weniger negative, sondern auch weniger positive Höflichkeit als im Alltag und schützen beide *faces* weniger.

Wahrscheinlicher ist daher die Vermutung, dass im Wirtschaftskontext generell expliziter kommuniziert wird und Verständlichkeit wichtiger ist als Höflichkeit. Stalpers (1995), die Meinungsverschiedenheiten in niederländischen, französischen und französisch-niederländischen Verhandlungen untersucht, kommt zu dem Ergebnis, dass nicht so stark abgeschwächt wird wie in der Alltagskommunikation (vgl. ebd.: 281). Sie nennt als mögliche Begründungen, dass Gespräche im Wirtschaftskontext weniger persönlich sind und deshalb das Risiko, den Hörer zu verletzen, kleiner ist (vgl. ebd.). Außerdem könnte es sein, dass in der Wirtschaft die Maxime der Klarheit wichtiger ist als Höflichkeit (vgl. ebd.; Lakoff 1973: 297f; siehe auch Decock/Spiessens 2017: 83). Auch Decock/Spiessens (2017: 106f) kommen in ihrer deutsch-französischen Studie zu Beschwerden und Meinungsverschiedenheiten im B2B-Kontext zu dem Schluss, dass keine sehr indirekten Strategien verwendet werden und dass es in der Wirtschaft wichtig ist, klar zu kommunizieren. Sie vermuten, dass „in business interactions, face considerations are not the same as in private interactions because of differences in goals, rights, and obligations: transactional goals are more prominent, which explains a preference for more explicit and clear language [...]“ (ebd.: 84).

Um die Besonderheiten des *face* in der Wirtschaft genauer zu erklären, ergänzt Charles (1996: 24) das Modell von Brown/Levinson (siehe Kap. 4.4.2) um das Konzept des *professional face* (vgl. auch Decock/Spiessens 2017: 84). Für die Abgrenzung vom persönlichen und sozialen *face* unterscheidet sie zwischen persönlichem Verhalten, Rolle und Status (vgl. Charles 1996: 22). Unter Rolle versteht sie nicht institutionalisierte soziale Beziehungen, die je nach Situation angenommen werden können (vgl. ebd. 22). Spencer-Oatey (2008: 37) führt aus, dass es sich bei diesen vordefinierten sozialen Rollen z. B. um „teacher–student, employer–employee, friend–friend, sales assistant–customer, chairperson–committee member“ handeln kann und dass mit den Rollen bestimmte Rechte, Pflichten und Erwartungen einhergehen. Das soziale *face* bezieht sich darauf, dass Menschen in ihren sozialen Rollen anerkannt und respektiert

werden möchten, bspw. als Kunde (vgl. Decock/Spiessens 2017: 84). Decock/Spiessens (2017: 87) erklären, dass in Wirtschaftssituationen das persönliche *face* weniger wichtig ist, da

[c]ustomers who feel badly treated by our company may experience this as social rather than personal face-threat in that they do not feel valued in their social role as a customer, and employees as recipients of customer complaints and disagreements will in most cases perceive these FTAs as directed to them in their social role as representatives of a certain company rather than to them as individuals (ebd.).

Der Status einer Person hingegen ist institutionalisiert, wie z. B. Mutter, Vater oder Arzt (vgl. Charles 1996: 21f). Charles zählt auch Käufer und Verkäufer dazu und will mit dem Konzept des *professional face* insbesondere die taktischen Verhaltensweisen in Verhandlungen erklären (vgl. ebd.: 25). Sprechakte, die in Alltagsgesprächen als gesichtsbedrohend gelten würden, können in diesem Kontext taktisch dazu genutzt werden, um das eigene professionelle *face* zu schützen (vgl. Decock/Spiessens 2017: 84). FTAs<sup>102</sup> gibt es aber trotzdem; sie liegen dann vor, wenn das Verhalten der Käufer oder Verkäufer von ihren Rollen- bzw. Statuserwartungen abweicht (vgl. Charles 1996: 25). In der vorliegenden Arbeit wird der Begriff des *professional face* nicht nur für Verkaufsverhandlungen, sondern auch für Interaktionen zwischen Mitarbeitenden von Unternehmen verwendet, da sie im professionellen beruflichen Umfeld stattfinden.

Die im Rahmen dieser Arbeit erhobenen Daten deuten darauf hin, dass das professionelle *face* im Vergleich zum persönlichen sowohl resistenter gegenüber FTAs ist, die das positive *face* angreifen, als auch gegenüber solchen, die das negative *face* bedrohen. Zudem haben sowohl Sprecher als auch Hörer im Berufsleben ein professionelles *face*, sodass sich analog zu Brown/Levinson (2011) vier Arten des professionellen *face* ergeben. Das positive *face* des Hörers kann im professionellen Kontext stärker kritisiert werden als im Alltag. Wie Situation 4 zeigt werden Ablehnungen von Vorschlägen im Wirtschaftskontext direkter ausgeführt als im Alltag. Dem persönlichen *face* des Hörers wird dennoch nicht so stark geschadet, da das professionelle *face* im

---

<sup>102</sup> *Face-threatening acts*, Erklärung siehe Kapitel 4.4.2.

Vordergrund steht. Für letzteres stellt der Empfang einer Ablehnung nicht in gleicher Weise eine Bedrohung dar, da das gegenseitige Bewerten von Vorschlägen im Rahmen einer Kooperation notwendig und geläufig ist. Gleichzeitig kann auch das negative *face* des Hörers stärker eingeschränkt werden als im Alltag, da es im Job notwendig ist, sich gegenseitig Aufgaben zu übertragen. Auch hier wird vorrangig das professionelle *face* und weniger das persönliche angegriffen. Das Gegenüber muss während seiner Arbeitszeit ohnehin arbeiten, der Sprecher schränkt mit einer vergleichsweise direkten Aufforderung wie in Situation 1 seine persönliche Freiheit nicht so stark ein wie mit einer Bitte während der Freizeit. Für den Sprecher ist es ebenfalls weniger riskant, das eigene positive *face* anzugreifen und wie in Situation 3 explizite Entschuldigungen zu formulieren, da es „nur“ das professionelle ist. Der Sprecher kann es taktisch einsetzen, um den Hörer für sich zu gewinnen, die Höflichkeit dient also dem Oberziel des Unternehmens. Gleiches gilt für das negative *face* des Sprechers. Er kann zugunsten der Kooperation bspw. (Hilfs-)Angebote äußern, da dadurch vorrangig sein professionelles *face* eingeschränkt wird, er jedoch nicht seine persönliche Freiheit und Freizeit einbüßt.

Es kann also davon ausgegangen werden, dass Wirtschaftskommunikation eine Ausnahme von „normaler“ auf das persönliche *face* der Interagierenden bezogenen Höflichkeit darstellt, da das professionelle *face* im Vordergrund steht. Auf dem Kontinuum zwischen den Polen Klarheit und Höflichkeit sind Interaktionen im Wirtschaftskontext zwischen Alltagskommunikation und Notsituationen anzusiedeln. Das professionelle *face* muss weniger geschützt werden als das persönliche, dennoch sollten gewisse Höflichkeitsregeln und Rollenerwartungen beachtet werden. Wie in Kap. 4.4.1 vermutet verfolgen die Gesprächspartner sowohl inhaltliche als auch beziehungsorientierte Ziele (vgl. Escandell Vidal 1996: 141). Decock/Spiessens (2017: 87) bestätigen bezogen auf Kundenbeschwerden:

Transactional goals are obviously important in this setting, but so are interactional goals. Both customers and employees want complaint cases to be solved, and they want this to be done in a satisfactory way for both parties so that the business relationship is not damaged (ebd.).

Jedoch gibt es auch innerhalb des heterogenen Untersuchungsgegenstands der Wirtschaftskommunikation Abstufungen und je nach Kommunikationsart und -kontext



variiert die Stärke der Präferenz für Klarheit oder Höflichkeit. Eine wichtige Rolle spielt dabei die Bekanntheit mit dem Gegenüber. Decock/Spiessens (2017: 106f) ziehen aus dem Vergleich ihrer Ergebnisse mit denen von Meinel (2010) den Schluss, dass per Email übermittelte Beschwerden stärker abgeschwächt werden als auf *ebay* veröffentlichte. Aufgrund der Anonymität auf *Social Media* wird bei letzteren weniger auf das *face* des Gegenübers geachtet (vgl. Decock/Spiessens 2017: 107). Der Kunde weiß nicht, wer seine Beschwerde liest, kann also seinem Gegenüber kein Gesicht zuordnen. Bei mündlichen Interaktionen im Geschäftskontext hingegen findet die Kommunikation zwischen zwei konkreten Personen statt. Deshalb wird in dieser Arbeit davon ausgegangen, dass in mündlichen Gesprächen neben bzw. hinter dem professionellen auch das persönliche *face* der Gesprächspartner:innen immer vorhanden ist, da die Angestellten auch im Berufsleben Individuen bleiben. Auch Charles (1996: 22) bestätigt mit Goffman (1972), dass Status, Rolle und persönliches Verhalten nicht komplett voneinander getrennt werden können.

Ein weiterer relevanter Faktor ist die Dauer der Beziehung. Charles (1996) untersucht, wie sich diese auf die Interaktion auswirkt, und kommt zu dem Ergebnis, dass bei neuen Geschäftsbeziehungen mehr professionelle *face saving*-Strategien und bei längeren Beziehungen mehr Strategien, die das soziale und persönliche *face* schützen, verwendet werden (vgl. ebd.: 35). Mit fortschreitender Dauer der Beziehung nähert sich die Höflichkeit der Alltagshöflichkeit an (vgl. ebd.: 28). Diese Tendenz ist auch in meinen Daten ersichtlich und es zeigen sich Unterschiede zwischen den Situationen im Rahmen einer Unternehmenskooperation (1-5) und denen zwischen Kollegen innerhalb eines Unternehmens (6-7). Letztere beinhalten weniger direkte *head acts* und mehr *supportive moves* und sprachliche Höflichkeit, um das *face* des Gegenübers zu schützen bzw. aufzuwerten. Während bspw. in der vierten Situation 36,7% der Teilnehmenden eine direkte Ablehnung formulieren, nutzen in Situation 7 nur 25% diese Strategie, was nahezu exakt dem Anteil der direkten Ablehnungen in Alltagsgesprächen (26%) entspricht (vgl. Siebold/Busch 2015: 59). Obwohl es sich laut den Situationsbeschreibungen, die als Stimuli für die Sprachproduktion der deutschen Teilnehmenden dienten, um neue Kolleg:innen handelt, ist hier bereits zu erkennen, dass sich ihre *face*-Bemühungen weniger auf das professionelle *face*, sondern stärker auf das persönliche und soziale *face* beziehen und ähnliche Strategien wie im Alltag genutzt werden. Es handelt sich gewissermaßen um eine vorausprojizierte Höflichkeit, da die

Gesprächspartner:innen voraussichtlich in Zukunft häufiger und enger zusammenarbeiten werden als bei einer Kooperation, bei der sie eher als Vertreter:innen der Unternehmen handeln und sich kaum persönlich kennen. Abbildung 13 veranschaulicht die Ausführungen.

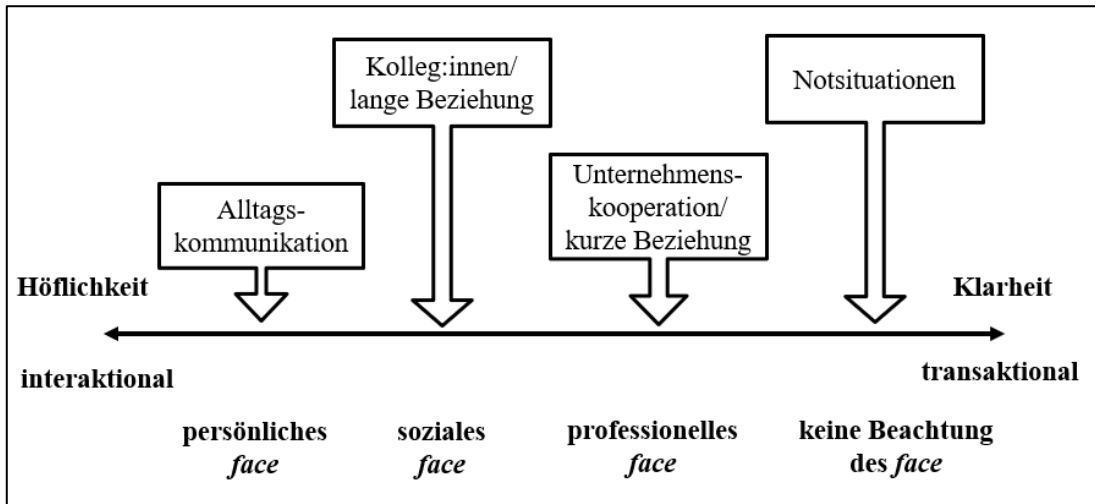


Abbildung 13: Einordnung von Kommunikationssituationen auf dem Kontinuum zwischen den Polen Klarheit und Höflichkeit. Eigene Darstellung auf Basis der in Kap. 7.5 verwendeten Quellen.

## 7.6 Zwischenfazit

Als Antwort auf die erste Forschungsfrage „Wie formulieren Geschäftsleute mit der Erstsprache Deutsch ausgewählte Sprechakte aus dem Berufsalltag auf Spanisch?“ kann festgehalten werden, dass sie aufgrund von pragmatischem Transfer ähnliche Strategien wie auf Deutsch verwenden, diese jedoch direkter sind als in Alltagssituationen, da in der Wirtschaft das *professionelle face* (Charles 1996) wichtiger ist als das persönliche.

Jedoch scheint auch das *professionelle face* kulturabhängig und nicht überall identisch zu sein. Decock/Spiessens (2017: 109) konstatieren in ihrer Studie zu deutscher und französischer Wirtschaftskommunikation: „the norm of straightforward business communication is more dominant in the German-speaking than in the French-speaking business culture“. Die Unterschiede gepaart mit dem pragmatischen Transfer können zu Problemen in der Kommunikation führen (vgl. ebd.: 111f; Eslami 2010: 223; Siebold/Busch 2015: 56). Aufgrund des Missverständnispotenzials und der zentralen Rolle der Perlokution im Wirtschaftsdiskurs ist es nicht nur wichtig zu untersuchen, wie deutsche Geschäftsleute Sprechakte auf ihrer L2 Spanisch formulieren, sondern

auch, wie diese Realisierungen auf Hörerseite aufgefasst werden. Im zweiten Schritt wurden spanischen Geschäftsleuten einige ausgewählte Audios zur Interpretation und Beurteilung vorgespielt. In den folgenden Kapiteln wird zunächst auf die Auswahl der Situationen und Audios eingegangen und die Datenerhebung beschrieben, bevor die Ergebnisse dargestellt werden.

## **8 SCHRITT 2: REZEPTION DER DEUTSCHEN SPRACHPRODUKTION DURCH SPANISCHE GESCHÄFTSLEUTE**

### **8.1 Vorbereitung der Datenerhebung**

#### **8.1.1 Auswahl der Sprechakte und Kategorien zur Gegenüberstellung**

Für die Untersuchung der Rezeption der deutschen Sprachproduktion durch spanische Geschäftsleute wurden drei der Sprechakte aus Schritt 1 ausgewählt. Da sowohl Direktiva als auch Expressiva abgedeckt werden sollten, wurden die Situationen 1, 2 und 4 gewählt. Sie alle basieren auf dem ersten Kontext, in dem eine Kooperation zwischen einem deutschen und einem spanischen Unternehmen besteht. Die Situationen lassen sich aufeinander aufbauend erklären, sodass die spanischen Teilnehmenden sich leichter in sie hineinversetzen können. Hinzukommt, dass einige der deutschen Teilnehmenden die Situationen besonders interessant oder realistisch fanden; so sind die ersten beiden laut D28 ein „interkultureller Knackpunkt“ und auch D8 erlebte es schon häufiger, dass sie etwas brauchte und es nicht pünktlich geliefert wurde: „das war immer ein bisschen heikel“. Auch Situation 4 bietet Konfliktpotenzial und ist herausfordernd, D13 merkt an: „das ist ja auf Deutsch schon schwierig ((lachen))“. Die gewählten Sprechakte scheinen in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation besonders relevant und konfliktreich zu sein, sodass es interessant ist, die Reaktionen darauf zu untersuchen. Den spanischen Geschäftsleuten sollten pro Sprechakt zwei alternative Versionen vorgespielt werden, um mit Blick auf die Formulierung der Handlungsempfehlungen herauszufinden, welche Variante präferiert wird. Als Basis für die Auswahl der Audios galten jeweils die zwei wichtigsten Kategorien aus Schritt 1.

In Situation 1 sollte herausgefunden werden, wie der direktive Sprechakt der Aufforderung von den spanischen Geschäftsleuten aufgefasst wird und ob eine der beiden Versionen als freundlicher bewertet oder eher befolgt wird. Da wie oben erklärt keine eindeutige Trennung in direkte und indirekte Strategien möglich war, wurde zwischen Aussagesätzen in der Sprecher- und Hörerperspektive unterschieden, weil diese von den meisten Deutschen genutzt wurden. Hier ist anzumerken, dass eine Gegenüberstellung mit direkten Imperativen eventuell stärkere Reaktionen hervorrufen würde, diese jedoch in meinem Korpus nur sehr selten vorkamen. In dieser Arbeit soll untersucht werden, wie die tatsächlich von den Deutschen verwendeten Realisierungen von den Spanier:innen aufgenommen werden. Als Kategorien zur Gegenüberstellung des

expressiven Sprechakts der Beschwerde in Situation 2 wurden der direkte Ausdruck von Missfallen durch Schimpfen, Vorwurf oder Drohung und der indirekte Ausdruck durch Erklärung des Zeitdrucks bzw. der Wichtigkeit gewählt. Obwohl insgesamt mehr indirekte Strategien genutzt werden, überschneiden die beiden Kategorien sich nur in 10%. Meist ist die von den deutschen Teilnehmenden verfolgte Strategie entweder Schimpfen oder Erklären, sodass diese beiden Versionen Gegenstand der Untersuchung sind. In Situation 4 wurde zwischen direkter und indirekter Ablehnung des Vorschlags unterschieden. Hier ist insbesondere interessant, ob der Hörer in letzterem Fall die illokutive Kraft versteht und ob er eine der Varianten höflicher findet. Die Situationen heißen im Folgenden *Situación 1, 2 und 3*.

Pro genannter Kategorie wurde ein Audio gewählt, um es der spanischen Seite vorzuspielen. Verschiedene Ausschlusskriterien wurden für die genaue Eingrenzung herangezogen. Zunächst wurden auf die Audios bezogene Aspekte betrachtet. Die beiden Audios sollten ungefähr gleich lang sein, und ihre Dauer sollte nicht zu stark vom Mittelwert abweichen. Auch bezogen auf das Sprachniveau sollten beide Versionen so ähnlich wie möglich sein. Zudem wurden nur Audios verwendet, in denen geduzt wird, da je nach Situation nur 3,3%-13,3% der Teilnehmenden siezen und Unterschiede in der Interpretation nicht durch die abweichende Anrede ausgelöst werden sollten. Auch diejenigen, in denen das spanische Gegenüber mit einem ausgedachten genderspezifischen Namen angesprochen wird, wurden nicht verwendet, da dies zu Verwirrung führen könnte. Ausgeschlossen wurden zudem Audios, in denen der Name des Unternehmens oder der Teilnehmenden genannt wird. Neben den für die Untersuchung ausgewählten sollten keine weiteren *head acts* vorkommen, da diese die Ergebnisse beeinflussen könnten. So wurden in *Situación 1* die Audios ausgeschlossen, die neben einem Aussagesatz in der Hörer- oder Sprecherperspektive zusätzlich einen Imperativ oder eine Frage beinhalten. An dieser Stelle ist anzumerken, dass die beiden Versionen dennoch nicht exakt vergleichbar sind, weil die Teilnehmenden neben den *head acts* unterschiedliche *supportive moves* verwenden, welche die illokutive Kraft und die Höflichkeit verändern. Um dieses Problem zu vermeiden, könnten von der Forscherin reformulierte Audios genutzt werden, in denen nur der zu untersuchende *head act* abweicht, dadurch würde aber die Authentizität stark sinken, weshalb in dieser Arbeit davon abgesehen wurde.

Darüber hinaus wurden aus praktischen Gründen diejenigen Audios ausgeschlossen, in denen die Proband:innen zwischendurch Deutsch sprechen oder Nachfragen stellen, da das beim Vorspielen in Spanien zu Verwirrung führen könnte. Gleiches gilt für die, die eine Unterbrechung beinhalten, weil die Forscherin sich am Ende zu früh bedankt. Zur weiteren Eingrenzung der Audios und der Auswahl möglichst prototypischer Versionen wurden Kriterien herangezogen, die die Teilnehmenden betreffen. Nicht berücksichtigt wurden sowohl die Antworten der Proband:innen, die zweisprachig aufgewachsen sind als auch jener, die Spanisch im Beruf kaum (mündlich) nutzen. Die beiden Versionen stammen jeweils von zwei Frauen oder zwei Männern, da das Geschlecht der Teilnehmenden keine Rolle bei der Bewertung spielen soll. Zudem wurde keine Stimme doppelt genutzt. Die sechs auf Basis dieser Kriterien gewählten Audios werden im nächsten Abschnitt ausführlich erläutert.

### **8.1.2 Konkrete gewählte Audios**

#### ***Situación 1: Aufforderung, Daten bereitzustellen***

Beide Audios in *Situación 1* stammen von weiblichen Probandinnen, die zum Zeitpunkt der Aufnahme jünger als 30 waren. Audio A<sup>1</sup>, das stellvertretend für die deutschen Realisierungen der Aufforderungen in der Sprecherperspektive verwendet wurde, ist 38 Sekunden lang. Die Sprecherin mit der Erstsprache Deutsch hat laut eigener Aussage Spanischkenntnisse auf C1-Niveau. Weitere gut beherrschte Sprachen sind Englisch, Französisch und Portugiesisch. Sie lebte bereits ein Jahr in Spanien und verwendet Spanisch auch in Deutschland im Alltag (Freundschaften, Serien, Musik). Die Teilnehmerin ist im Bereich der Unternehmensberatung tätig und hat punktuellen projektbezogenen Kontakt zu Spanien und Lateinamerika.

Audio B<sup>1</sup>, das eine Aufforderung in der Hörerperspektive beinhaltet, dauert 25 Sekunden. Die Sprecherin mit der L1 Deutsch schätzt ihr Spanischniveau im Bereich B2/C1 ein und spricht zudem Englisch. Im Rahmen mehrerer längerer Auslandsaufenthalte lebte sie insgesamt bereits über 1,5 Jahre in verschiedenen Regionen Spaniens und einige Monate in Südamerika. Im Alltag in Deutschland nutzt sie Spanisch vorwiegend rezeptiv (Serien, Musik) und selten mit Freund:innen. Beruflich absolvierte sie ein 9-monatiges Praktikum in Spanien und war dort im Marketing-Bereich tätig. Es ist anzumerken, dass Sprecherin B ihre Antwort einleitet mit „da würde ich vermutlich so

was sagen wie [...] ich hab keine Ahnung“ (D9) und nach ihren spanischen Ausführungen mit „irgendwie sowas JOA“ endet. Diese einrahmenden Elemente deuten jedoch nicht unbedingt auf ein schlechteres Niveau oder inhaltliche Unsicherheit hin, sondern darauf, dass die Interviewsituation am Anfang als peinlich empfunden wurde oder die Teilnehmerin im Falle von Fehlern weniger streng beurteilt werden möchte, indem sie ihren Antworten selbst das Gewicht nimmt. Tabelle 4 bietet einen Überblick über die wichtigsten Charakteristika der Audios und Sprecherinnen sowie den genauen Wortlaut.

	<b>Audio A<sup>1</sup></b>	<b>Audio B<sup>1</sup></b>
<b>Kategorie</b>	Sprecherperspektive	Hörerperspektive
<b>Dauer</b>	38 Sekunden	25 Sekunden
<b>Geschlecht</b>	weiblich	weiblich
<b>Alter</b>	unter 30	unter 30
<b>Erstsprache</b>	Deutsch	Deutsch
<b>Spanischniveau</b>	C1	B2/C1
<b>Sprachliche Besonderheiten</b>	leichter deutscher Akzent	leichter deutscher Akzent
<b>Auslandsaufenthalt</b>	1 Jahr Spanien	1,5 Jahre Spanien, 3 Monate Hispanoamerika
<b>Genauer Wortlaut</b>	„como sabes que tenemos la reunión la semana que viene? ähm necesito tus datos, para ähm para recoger todo lo necesario para la presentación del proyecto ähm hasta el fin de el fin de semana, no me importa si es el ähm el viernes la ähm hasta: no sé, hasta las nueve o hasta las cuatro, pero las necesito hasta el fin de semana para que la puedas äh para que la puedo äh recoger todo.“ (D1)	„tenemos que revisar los los datos para la presentación, es que ähm ähm la presentación final está la semana que viene así que tenemos que terminar antes de eso, si me pudieras dar tu (..) tus tus informaciones tu input ähm hasta el jueves por la tarde sería genial así que,“ (D9) <sup>103</sup>

Tabelle 4: Gegenüberstellung der gewählten Audios für *Situación 1*.

<sup>103</sup> Das abschließende „así que“ wurde für das Vorspielen der Audios abgeschnitten, da die Sprecherin sich entschied, ihre Antwort danach nicht weiterzuführen.

***Situación 2: Beschwerde wegen verspäteter Bereitstellung von Daten***

Die Audios in *Situación 2* stammen beide von männlichen Probanden. Audio A<sup>2</sup>, welches einen direkten Ausdruck von Missfallen durch Schimpfen/Vorwurf enthält, ist 30 Sekunden lang. Der zwischen 50-59 Jahre alte Sprecher wuchs mit Deutsch als Erstsprache auf. Sein Spanischniveau bezeichnet er selbst als fließend und spricht darüber hinaus Englisch und Italienisch auf hohem Niveau. Er absolvierte keinen Auslandsaufenthalt und verwendet Spanisch nur selten im Alltag. Der Proband arbeitet im Vertrieb und hat seit über 30 Jahren beruflichen Kontakt zu Spanien, jedoch mit abnehmender Tendenz. Hinzukommen Kontakte zu Argentinien und Mexiko.

Audio B<sup>2</sup>, in dem der indirekte Ausdruck von negativer Einschätzung durch Erklärungen geschieht, dauert 37 Sekunden. Der Sprecher ist zwischen 40-49 Jahren alt und seine Erstsprache ist Deutsch. Sein Spanischniveau bezeichnet er selbst als verhandlungssicher. Englisch beherrscht er darüber hinaus verhandlungssicher. Insgesamt lebte er sieben Jahre in Spanien und verwendet Spanisch häufig im Alltag. Er ist im Bereich der Geschäftsleitung als Country Manager für Spanien und Portugal tätig und hat seit über zehn Jahren beruflichen Kontakt zu Mitarbeitenden, Kunden und Partnerfirmen in Spanien. Tabelle 5 bietet einen Überblick über die wichtigsten Charakteristika der Audios und Sprecher sowie den genauen Wortlaut.



	<b>Audio A<sup>2</sup></b>	<b>Audio B<sup>2</sup></b>
<b>Kategorie</b>	Direkte Beschwerde	Indirekte Beschwerde
<b>Dauer</b>	30 Sekunden	37 Sekunden
<b>Geschlecht</b>	männlich	männlich
<b>Alter</b>	50-59	40-49
<b>Erstsprache</b>	Deutsch	Deutsch
<b>Spanischniveau</b>	fließend	verhandlungssicher
<b>Sprachliche Besonderheiten</b>	spricht flüssig und ohne hörbaren deutschen Akzent	spricht flüssig und ohne hörbaren deutschen Akzent
<b>Auslandsaufenthalt</b>	/	7 Jahre Spanien
<b>Genauer Wortlaut</b>	„hola, te llamo para recordarte que °h hemos tomado junto la decisión que hasta el fin de la última semana teníamos que presentar nuestra propuesta, yo te pedí que me mandas tus informaciones=eso no ha pasado, no sé lo que pasa, no estás, estás de viaje? lo que sea, para mí es un problema porque yo tengo que presentarlo a mis jefes, y luego va a caer a mí, que luego yo estoy tarde porque no he recibido las cosas que tú y yo ya hemos puesto de acuerdo que me lo vas a mandar a tiempo.” (D12)	„hola buenos días, qué tal, pues mira äh tengo un pequeño problema aquí en en mi lado porque como sabes dependo de de alguna información de tu parte y me sabe mal pedírtelo de nuevo pero ähm de verdad necesito por favor que me mandes esto cuanto antes porque si no no puedo entregar (.) mi documentación mi propuesta y y las como sabes es súper importante. por lo tanto por favor ayúdame y (.) entrégamelo cuanto antes. como (unv.) quedamos en en que me lo entregues la semana pasada=sé que estás ocupado pero por favor intenta ayudarme con esto cuanto antes.” (D23)

Tabelle 5: Gegenüberstellung der gewählten Audios für *Situación 2*.

Hier ist anzumerken, dass die Audios sich nicht nur im Bezug auf den expressiven *head act* der Beschwerde unterscheiden, unter anderem da Audio A<sup>2</sup> keinen direktiven *head act* beinhaltet. Aufgrund der geringen Anzahl an männlichen Probanden in meinem Korpus und der in Kap. 8.1.1 aufgestellten Kriterien, konnte jedoch für die direkte Realisierung der Beschwerde kein anderes Audio gewählt werden.

### ***Situación 3: Ablehnung eines Vorschlags***

Die beiden Audios in *Situación 3* stammen von zwei jungen Frauen unter 30. Audio A<sup>3</sup>, das eine direkte Ablehnung des Vorschlags des spanischen Gegenübers beinhaltet, dauert 23 Sekunden. Die Erstsprache der Sprecherin ist Deutsch, ihr Spanischniveau

liegt laut Selbstauskunft im C1-Bereich. Weitere von ihr beherrschte Sprachen sind Englisch und Latein. Für etwa ein halbes Jahr lebte sie in Spanien und verwendet Spanisch auch in Deutschland im Alltag (spanischsprachige Serien und Filme, Musik, Kollegen). Ein Praktikum in Spanien absolvierte sie im Bereich Einkauf/Beschaffung. Auf die Kommunikation mit Spanier:innen wurde sie insbesondere im schriftlichen Bereich vorbereitet.

Audio B<sup>3</sup> beinhaltet eine indirekte Ablehnung und ist 32 Sekunden lang. Die Sprecherin mit der Erstsprache Deutsch verfügt nach eigener Aussage über verhandlungssichere Kenntnisse in Spanisch und Englisch. Durch verschiedene Auslandsaufenthalte lebte sie bereits mehr als ein Jahr in Hispanoamerika. In ihrer Freizeit verwendet sie Spanisch zur Kommunikation mit Freund:innen und beim Hören von Musik. Beruflich nutzt sie es vor allem für Small Talk mit Kolleg:innen aus Spanien im Team. Zudem absolvierte sie ein dreimonatiges Praktikum in Südamerika und bereitet sich zur Zeit der Datenerhebung auf ein berufliches Austauschprogramm ihres Unternehmens in Spanien vor. Die Probandin ist im Bereich der Unternehmensberatung tätig. Während ihres Studiums besuchte sie mehrere Kurse zu Wirtschaftskommunikation in verschiedenen spanischsprachigen Ländern und interkultureller Kommunikation. Tabelle 6 bietet einen Überblick über die wichtigsten Charakteristika der Audios und Sprecherinnen sowie den genauen Wortlaut.

	<b>Audio A<sup>3</sup></b>	<b>Audio B<sup>3</sup></b>
<b>Kategorie</b>	Direkte Ablehnung	Indirekte Ablehnung
<b>Dauer</b>	23 Sekunden	32 Sekunden
<b>Geschlecht</b>	weiblich	weiblich
<b>Alter</b>	unter 30	unter 30
<b>Erstsprache</b>	Deutsch	Deutsch
<b>Spanischniveau</b>	C1	verhandlungssicher
<b>Sprachliche Besonderheiten</b>	spricht flüssig und hat keinen hörbaren deutschen Akzent	teilweise Wortschatzprobleme und Satzabbruch
<b>Auslandsaufenthalt</b>	ca. 6 Monate Spanien	ca. 1 Jahr Hispanoamerika
<b>Genauer Wortlaut</b>	„pues, la verdad es que no me parece muy bien tu idea=porque yo creo que que eso no: °h que eso no es factible porque, pues creo que no tenemos el tiempo suficiente para hacer eso y entonces sería mejor que nos concentramos os que nos enfocamos en otra cosa que es pues que se podría hacer un poco más rápido.“ (D30)	„bueno, es una: una idea muy interesante, ähm lo podemos evaluar también ähm pero tengo algunas dudas acerca de de la idea, ähm no estoy segura si algunas partes de esa de verdad son son ähm (.) son tan äh o que se puede realizar unas de las de las partes que mencio\ que has mencionado, ähm quizás podemos también ver otras ideas o por ejemplo tengo otra idea que puede ser tal y tal, ähm qué piensas de eso,“ (D5)

Tabelle 6: Gegenüberstellung der gewählten Audios für *Situación 3*.

Abschließend ist anzumerken, dass zwei Drittel der gewählten Audios von jungen Frauen stammen, was unter anderem daran liegt, dass sie in meinem Korpus am häufigsten vertreten sind. Hinzukommt, dass einige Antworten älterer Teilnehmender aufgrund der in 8.1.1 aufgestellten Kriterien nicht für Schritt 2 verwendet werden konnten, da Personen mit mehr Berufserfahrung tendenziell mehr konkrete Details oder den Namen ihres Unternehmens nennen. Ihre Audios konnten aus Datenschutzgründen nicht den spanischen Teilnehmenden vorgespielt werden.

## 8.2 Datenerhebungsmethode

### 8.2.1 Beschreibung und Vorteile

Für die Datenerhebung wurde die Methode des schriftlichen Fragebogens mit Multiple Choice Antworten gewählt, weil sie für die Untersuchung der Rezeption und Perzeption von Sprechakten gut geeignet ist (vgl. Schneider 2018a: 70; Kasper/Dahl 1991: 217; siehe Kap. 4.6.3.4). Dank der vorformulierten Antwortmöglichkeiten sind die

Ergebnisse gut vergleichbar und statistisch auswertbar. Da es nicht um die Produktion von Sprechakten geht, sondern um die Interpretation, ist der genaue Wortlaut der spanischen Erstsprachler:innen auf Spanisch weniger relevant, weshalb sie nicht mündlich befragt wurden. Insgesamt wurden drei Fragebögen für die drei Sprechakte erstellt, die Fragen waren immer identisch, während die Antwortmöglichkeiten jeweils an den Inhalt der Situation angepasst wurden.<sup>104</sup>

Die Fragebögen sind in zwei Spalten geteilt und enthalten jeweils sieben Fragen zu den beiden Audio-Versionen sowie eine abschließende Frage zur Präferenz. Mit der ersten allgemeinen Frage soll herausgefunden werden, ob die Audios auf die Spanier:innen sympathisch wirken. Die folgenden drei Fragen beziehen sich auf die Interpretation des Inhalts (Frage 2), die unterstellte Intention (Frage 3) und die Perlokution bzw. die zukünftigen Handlungsabsichten des Hörers (Frage 4). Neben den vorformulierten Antworten gibt es bei jeder Frage die Option, eine freie Antwort zu verfassen. Auch bei der offenen Frage 5 haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, etwas zu ergänzen und auszuführen, ob ihnen ein Ausdruck besonders auffiel.

Die Fragen 6 und 7 sind methodischer Natur, um mögliche Beeinflussungen zu kontrollieren. So wurden die spanischen Teilnehmenden gebeten, das Sprachniveau der Deutschen einzuschätzen (Frage 6), da pragmatische Interferenzen eventuell eher erkannt werden, wenn das Sprachniveau schlechter eingeschätzt wird (vgl. Siebold 2008b: 9; siehe Kap. 4.5.3). Zudem wurde gefragt, ob die spanischen Probanden die Stimme angenehm finden (Frage 7), um auszuschließen, dass sie eine Person aufgrund einer ihnen unangenehmen Stimme als weniger sympathisch bewerten. Abschließend sollten die spanischen Geschäftsleute entscheiden, welches der beiden Audios sie in der gegebenen Situation angemessener finden und ihre Auswahl begründen. Diese Frage dient insbesondere der Entwicklung von Handlungsempfehlungen für deutsche Geschäftsleute, ist aber auch für die Analyse interessant, da untersucht werden kann, ob die bevorzugten Formulierungen auch korrekt verstanden wurden.

---

<sup>104</sup> Für die Fragebögen siehe Anhang Kap. 12.2.3.

### 8.2.2 Weitere Informationen zur Durchführung

Die spanischen Teilnehmenden wurden im Rahmen von Interviews befragt, d.h. der Kontext, die Rahmenbedingungen und die einzelnen Situationen wurden ihnen mündlich von der Forscherin erklärt. Dafür wurden spanische Kurzversionen der Situationsbeschreibungen aus dem ersten Schritt verwendet, die inhaltlich das Gegenstück zur Sprecherseite darstellten und das Wissen der:des Spaniers:in über den Stand des Projektes vor dem Gespräch mit der deutschen Seite beinhalteten.<sup>105</sup> Zudem wurden die Proband:innen informiert, ob in den beiden Audios Männer oder Frauen zu hören sein werden. Die Beschreibung endete jeweils mit „el:la aleman:a te dice esto“, woraufhin das erste Audio abgespielt wurde und die Teilnehmenden Zeit für die Beantwortung der Fragen bekamen. Im Anschluss wurde ihnen die zweite Version vorgespielt.<sup>106</sup> Da die Reihenfolge, in der die Teilnehmenden die Audios hören, ihre Interpretation beeinflussen kann, wurde 22 Personen Audio A und 21 Personen Audio B zuerst vorgespielt. Die Proband:innen wurden mündlich darauf hingewiesen, dass sie mehrere Antwortmöglichkeiten ankreuzen dürfen. Wie schon in Schritt 1 wurden auch die spanischen Geschäftsleute gebeten, einen Zusatzfragebogen<sup>107</sup> auszufüllen. Dieser beinhaltete Fragen zu Geschlecht, Alter, Erstsprache und Fremdsprachenkenntnissen. Zudem wurden der Fachbereich im Unternehmen und der berufliche Kontakt zu Deutschland erhoben und es wurde sich nach der Teilnahme an einem interkulturellen Training für die Kommunikation mit Deutschen erkundigt.

### 8.2.3 Profil der gesuchten Proband:innen und Kontaktaufnahme

Für die Datenerhebung in Schritt 2 wurden Personen gesucht, deren Erstsprache Spanisch ist. Da die Vergleichbarkeit der Daten wichtig ist und in der vorliegenden Arbeit die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Unternehmen aus Deutschland und Spanien im Fokus stehen, wurde der Personenkreis auf Sprecher:innen der europäischen Varietäten eingegrenzt, weil innerhalb plurizentrischer Sprachen Unterschiede im Ausdruck und in der Rezeption verschiedener Sprechakte auftreten können (vgl. Siebold 2013: 368). Die zusätzliche Beherrschung spanischer Regionalsprachen wurde nicht

---

<sup>105</sup> Siehe Anhang Kap. 12.2.2.

<sup>106</sup> In Einzelfällen konnte nicht verhindert werden, dass die Teilnehmenden nach dem Hören des zweiten Audios noch Antworten zum ersten Audio hinzufügten.

<sup>107</sup> Siehe Anhang Kap. 12.2.4.

ausgeschlossen, da sie der Realität in Spanien entspricht. Zudem sollten die Proband:innen kein Deutsch sprechen, da zu vermuten ist, dass in der Realität selten beide Seiten beide Sprachen beherrschen und nicht auszuschließen ist, dass Spanier:innen mit Deutschkenntnissen von Deutschen eventuell falsch formulierte Sprechakte anders verstehen als jene ohne Deutschkenntnisse. Die Tätigkeit in einem Wirtschaftsunternehmen war Voraussetzung für die Teilnahme. Die Branche und genaue Position im Unternehmen spielten keine Rolle. Für die Kontaktaufnahme mit spanischen Geschäftsleuten wurde ein Flyer erstellt.<sup>108</sup> Ein Großteil der Kontakte entstand über eine Kooperation mit der Universidad de Salamanca (USAL). Viele wurden auch vor Ort persönlich kontaktiert.

### **8.3 Beschreibung der Datenerhebung und Daten**

#### **8.3.1 Zeitraum der Erhebung und Überblick über die Teilnehmenden**

Während eines Forschungsaufenthalts in Salamanca vom 04.-22.09.2023 wurden mit 50 spanischen Geschäftsleuten Interviews durchgeführt, in deren Rahmen die Teilnehmenden gebeten wurden, die Audios anzuhören und die Fragebögen auszufüllen. Von den Datensätzen waren 43 verwendbar. Vier Datensätze konnten nicht genutzt werden, da die Personen aus Südamerika stammen. Eine Person spricht Spanisch nicht als Erstsprache, eine ist Studentin und arbeitete noch nie in der Wirtschaft und eine weitere spricht Deutsch.<sup>109</sup>

Der Großteil der verwendbaren Daten wurde auf den beiden Messen *Feria Salamaq '23 (Feria del Sector Agropecuario)* am 05.09.2023 und *Feria Startup OLÉ* am 06.09.2023 sowie an mehreren Tagen im Bürogebäude des Parque Científico der USAL erhoben. Hinzu kamen zwei individuell vereinbarte Termine. Alle Interviews fanden in Präsenz statt, da die Audios der deutschen Seite aus Datenschutzgründen nicht verschickt werden durften. Sie wurden ausschließlich im Beisein der Forscherin abgespielt, sodass niemand die Gelegenheit hatte, die Audios seinerseits aufzunehmen.

---

<sup>108</sup> Siehe Anhang Kap. 12.2.1.

<sup>109</sup> Wie in Schritt 1 werden die ursprünglichen Bezeichnungen der spanischen Teilnehmenden von E1-E50 beibehalten, um transparent zu machen, dass einige nicht verwendet wurden.

60,5% der spanischen Teilnehmenden waren männlich, 39,5% weiblich (siehe Abb. 14).<sup>110</sup> Wie bereits im deutschen Teil der Datenerhebung war die Gruppe der unter 30-Jährigen mit 46,5% Personen am größten. Ebenfalls stark vertreten waren die 40-49-Jährigen, die knapp ein Drittel der Proband:innen ausmachten, während 14% Personen zwischen 30-39 Jahre alt und 7% zwischen 50-59 Jahren waren. Über 60 war zum Zeitpunkt der Erhebung nur ein Proband (2,3%) (siehe Abb. 15).

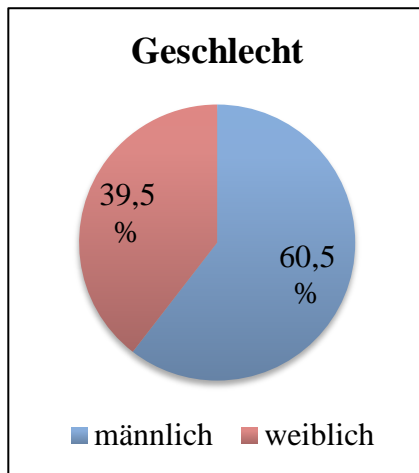


Abbildung 14: Geschlecht der spanischen Teilnehmenden.

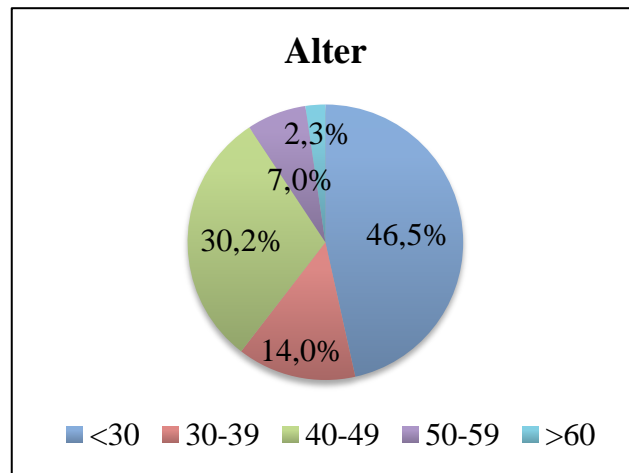


Abbildung 15: Alter der spanischen Teilnehmenden.

Die Erstsprache aller Teilnehmenden ist Spanisch, zusätzlich wurden je 1x die Regionalsprachen Katalanisch, Baskisch und Galicisch genannt. 23,3% der Teilnehmenden gaben an, keine Fremdsprachenkenntnisse zu haben. 53,5% sprechen Englisch, weitere 14% Englisch und Französisch, und je 2,3% Englisch und Italienisch bzw. Englisch, Französisch und Italienisch. Die Fachbereiche waren wie bei den deutschen Teilnehmenden sehr divers. Genannt wurden unter anderem Marketing, IT, Forschung und Entwicklung, Vertrieb und Personal. Zudem arbeiten viele Personen im Bereich der Geschäftsleitung, was daran liegen kann, dass im Rahmen der Messe *Startup OLÉ* viele Start-Up-Gründer:innen befragt wurden.

Knapp drei Viertel der spanischen Teilnehmenden hatten noch keinen beruflichen Kontakt zu Deutschland. Gut ein Viertel arbeitete bereits mit Deutschen zusammen. Die Dauer und Intensität variierten von einem Tag über mehrere Monate bis hin zum Kontakt mit einem deutschen Vorgesetzten. Die Frage, ob in ihrer Aus-/Weiterbildung

<sup>110</sup> Die Ausführungen beziehen sich nur auf die Teilnehmenden, deren Fragebögen für die Analyse verwendet werden konnten.

auf das Thema der Kommunikation mit Deutschen in der Arbeitswelt eingegangen wurde, verneinte die überwiegende Mehrheit.<sup>111</sup> Einige fügten hinzu, dass ihnen lediglich beigebracht wurde, wie sie auf Englisch bzw. mit US-Amerikaner:innen kommunizieren sollen.

## 8.4 Analyse der Daten

Für die Analyse der Daten wird in jeder Situation zunächst erklärt, welche Antworten korrekt oder erwartbar sind und im Anschluss daran, mit welcher Häufigkeit sie gewählt wurden.

### 8.4.1 *Situación 1: Rezeption des Sprechaktes Aufforderung*<sup>112</sup>

#### Frage 1: Sympathie

Audio A<sup>1</sup>, welches eine Aufforderung in Form eines Aussagesatzes in der Sprecherperspektive beinhaltet, wird vom Großteil (55,8%) der spanischen Geschäftsleute als weder sympathisch noch unsympathisch bewertet. 32,6% finden es sympathisch und 11,6% nicht. Audio B<sup>1</sup>, das einen auf den Hörer bezogenen Aussagesatz beinhaltet, wird hingegen von 60,5% der Teilnehmenden als sympathisch eingeschätzt. 30,2% sind indifferent und 9,3% bewerten es negativ.<sup>113</sup> Es kann festgehalten werden, dass das zweite Audio bzw. seine Sprecherin von den Spanier:innen als sympathischer aufgefasst wird.

#### Frage 2: Inhaltliche Interpretation

Die inhaltliche Interpretation der Audios von Seiten der spanischen Geschäftsleute sollte mit der Situationsbeschreibung für die Deutschen übereinstimmen. Dem Spanier sollte vermittelt werden, dass die Deutsche die Daten bis zum Ende der Woche benötigt, um die gemeinsame Präsentation zu erstellen. Die bevorzugte Antwort ist die erste: „Es importante que le envíe los datos esta semana porque los necesita para preparar la presentación para la semana que viene.“ Die weiteren Antwortmöglichkeiten,

---

<sup>111</sup> Betrachtet man die positiven Antworten detailliert, stellt sich heraus, dass keine:r der Proband:innen ein spezifisch auf Deutsche zugeschnittenes Training besuchte.

<sup>112</sup> Für eine vollständige Auflistung der Ergebnisse sowie aller frei formulierten Antworten siehe Anhang Kap. 12.2.5.1.

<sup>113</sup> Teilweise wurden sowohl *sí* oder *no* als auch *indiferente* angekreuzt. Diese Fälle wurden jeweils nur als *sí* oder *no* gewertet, weil sie offensichtlich doch eine Tendenz haben.



dass die Deutsche die Präsentation auch alleine vorbereiten kann („También puede preparar la presentación sola.“), oder es nicht schlimm ist, wenn sie die Daten erst in der nächsten Woche bekommt („No pasa nada si envió los datos la semana que viene.“), entsprechen nicht dem, was die Sprecherin vermitteln wollte.

Audio A<sup>1</sup> interpretieren 90,7% der spanischen Teilnehmenden richtig, Audio B<sup>1</sup> 83,7%. Die Option „También puede preparar la presentación sola.“ wird bei Audio A<sup>1</sup> von 2,3% und bei Audio B<sup>1</sup> von 14% der Teilnehmenden gewählt. Dass sie die Daten auch erst in der kommenden Woche schicken können, verstehen bei Audio A<sup>1</sup> 11,6% und bei Audio B<sup>1</sup> 9,3%. Es ist zu erkennen, dass die Ergebnisse recht nah beieinander liegen, Audio A<sup>1</sup> wurde jedoch etwas häufiger korrekt interpretiert. Abb. 16 veranschaulicht die Ergebnisse.<sup>114</sup>

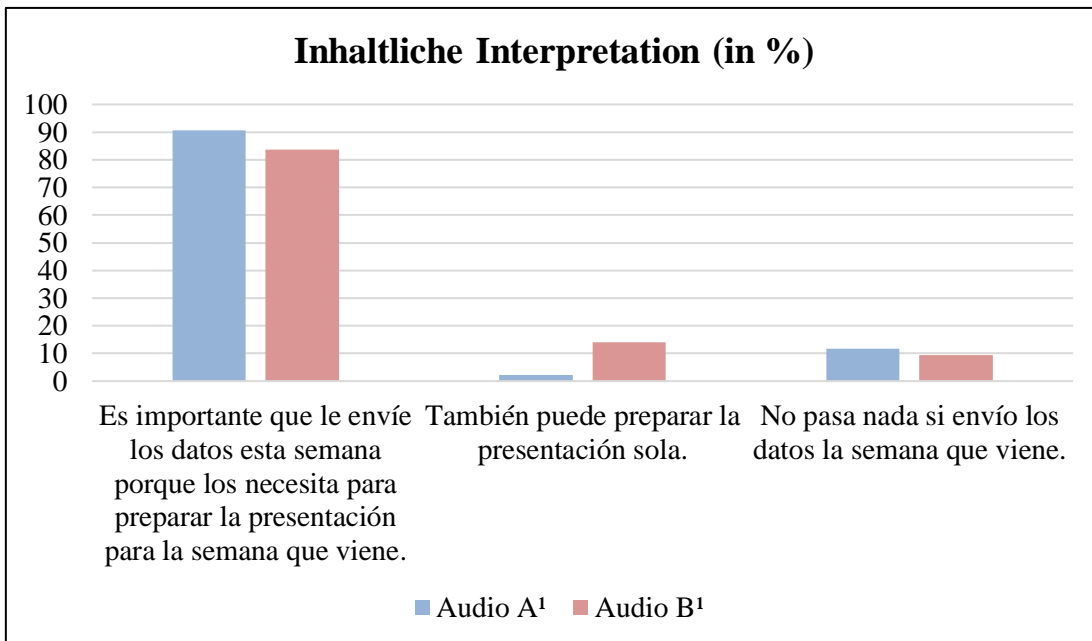


Abbildung 16: Inhaltliche Interpretation der Aufforderungen durch die spanischen Geschäftsleute (Mehrfachnennungen möglich).

<sup>114</sup> Da die Möglichkeit bestand, mehrere Antwortmöglichkeiten anzukreuzen, liegt der Gesamtwert der gewählten Optionen pro Audio teilweise bei über 100%.

### Frage 3: Unterstellte Intention

Die Intention der deutschen Geschäftsleute ist ebenfalls in der Situationsbeschreibung vorgegeben. Sie wollen ihr spanisches Gegenüber dazu bringen, ihnen seinen Teil bis zum Ende der laufenden Woche zu schicken. Die letzte Antwortmöglichkeit „Quiere conseguir que yo le envíe los datos hasta finales de esta semana.“ ist demnach die richtige. Falsch wäre hingegen, wenn die Spanier:innen denken, dass die Deutsche sie lediglich über das Projekt informieren möchte („Quiere informarme de la presentación del proyecto.“), oder wenn sie ihr die Intention unterstellen, dass sie die spanische Seite unter Druck setzt, damit sie ihr helfen („Me quiere presionar para que le ayude.“).

Bei Audio A<sup>1</sup> stimmt in 88,4% der Fälle die von den spanischen Geschäftsleuten unterstellte Intention mit der tatsächlichen Intention der Deutschen überein, bei Audio B<sup>1</sup> vermuten 67,4% die richtige Intention. Dass die Deutsche sie über das Projekt informieren will, glauben bei Audio A<sup>1</sup> 16,3% und bei Audio B<sup>1</sup> 30,2%. 4,7% unterstellen der Sprecherin in Audio A<sup>1</sup>, dass sie sie unter Druck setzen will, damit sie ihr helfen, bei Audio B<sup>1</sup> glauben das 14%. Die Daten zeigen, dass bei Audio A<sup>1</sup> häufiger die tatsächlich intendierte Intention durch die spanischen Geschäftsleute vermutet wird. Im Falle von Audio B<sup>1</sup> wird der Sprecherin von manchen Spanier:innen eine zu schwache und von anderen eine zu starke Intention unterstellt.

### Frage 4: Perlokution

Die durch die Audios ausgelösten zukünftigen Handlungsabsichten der spanischen Geschäftsleute können nicht per se als richtig oder falsch bezeichnet werden. Es kann jedoch überprüft werden, ob sie mit den Intentionen der deutschen Geschäftsleute übereinstimmen. Aus Sicht der Deutschen wäre es wünschenswert, dass die Spanier:innen ihren Teil möglichst direkt schicken, die erste Option („Hago todo lo posible para enviárselo a tiempo porque parece ser importante.“) ist also die bevorzugte. Im Einzelfall und in Abhängigkeit vom Arbeitspensum der Personen kann auch die zweite Möglichkeit akzeptabel sein („Intento enviárselo a tiempo si no tengo demasiadas otras cosas que hacer.“). Die dritte Option („No me esfuerzo demasiado porque no lo dije con mucha urgencia.“) sollte nicht gewählt werden.

Als Reaktion auf Audio A<sup>1</sup> würden 83,7% der spanischen Teilnehmenden sich bemühen, die Daten rechtzeitig zu schicken, im Falle von Audio B<sup>1</sup> sind es 65,1%. Bei

Audio A<sup>1</sup> würden 14% versuchen, ihren Teil pünktlich zu schicken, wenn sie nicht zu beschäftigt sind, bei Audio B<sup>1</sup> sind es hingegen 34,9%. Lediglich 2,3% respektive 4,7% würden sich keine Mühe geben, weil die Audios auf sie nicht dringend genug wirken. Audio A<sup>1</sup> löst häufiger die von deutscher Seite gewünschte Perlokution aus. Bei Audio B<sup>1</sup> würden mehr als doppelt so viele Spanier:innen eine weniger bevorzugte Handlungsabsicht wählen als bei Audio A<sup>1</sup>.

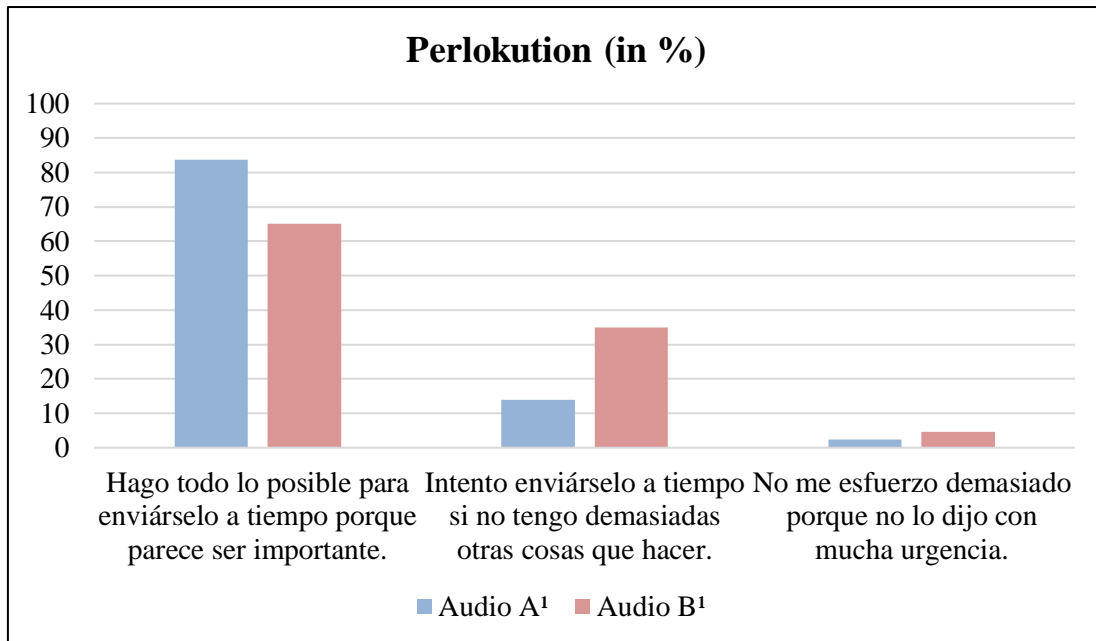


Abbildung 17: Perlokution der Aufforderungen (Mehrfachnennungen möglich).

### Frage 5: Zusätzliche Anmerkungen

Jeweils 23,3% der spanischen Teilnehmenden nutzen die Möglichkeit, zusätzliche Anmerkungen zu formulieren. Diese beziehen sich sowohl auf sprachliche Aspekte oder Korrekturen als auch auf inhaltliche Aspekte sowie Wertung und Wirkung der Audios. Bei Audio A<sup>1</sup> wird insbesondere angemerkt, dass die Sprecherin etwas zögerlich spricht (z. B. „piensa mucho cómo expresarse bien“ (E12)) und dass sie die Frist umständlich ausdrückt (z. B. „Repite un poco la insistencia del límite semanal.“ (E1) und „Que el rango de horas sea de 9 a 16h no lo especifica lo suficiente.“ (E10)). Im Fall von Audio B<sup>1</sup> ist auffällig, dass mehrere Spanier:innen die Verwendung des englischen Begriffs *input* kommentieren (z. B. „input: yo lo uso a diario así que quizá otra persona no entienda“ (E37)).

### Frage 6: Geschätztes Sprachniveau

Das Sprachniveau der beiden deutschen Sprecherinnen wird von den spanischen Teilnehmenden überwiegend als mittel bis gut eingeschätzt und die Niveaustufen *intermedio* und *bueno* erreichen zusammengerechnet jeweils über 70% (siehe Abb. 18).<sup>115</sup> Verteilt man für die Kategorien *principiante* bis *avanzado* die Punktwerte von 1 bis 5, erhält man im Fall der Sprecherin A<sup>1</sup> eine Durchschnittsbewertung von 3,41 und für Sprecherin B<sup>1</sup> das Ergebnis 3,26. Die Sprecherin des ersten Audios wird etwas besser bewertet, die geschätzten Sprachniveaus sind jedoch sehr ähnlich. Daraus lässt sich schließen, dass etwaige Unterschiede bei den Ergebnissen vermutlich nicht von der Sprachkompetenz abhängen.

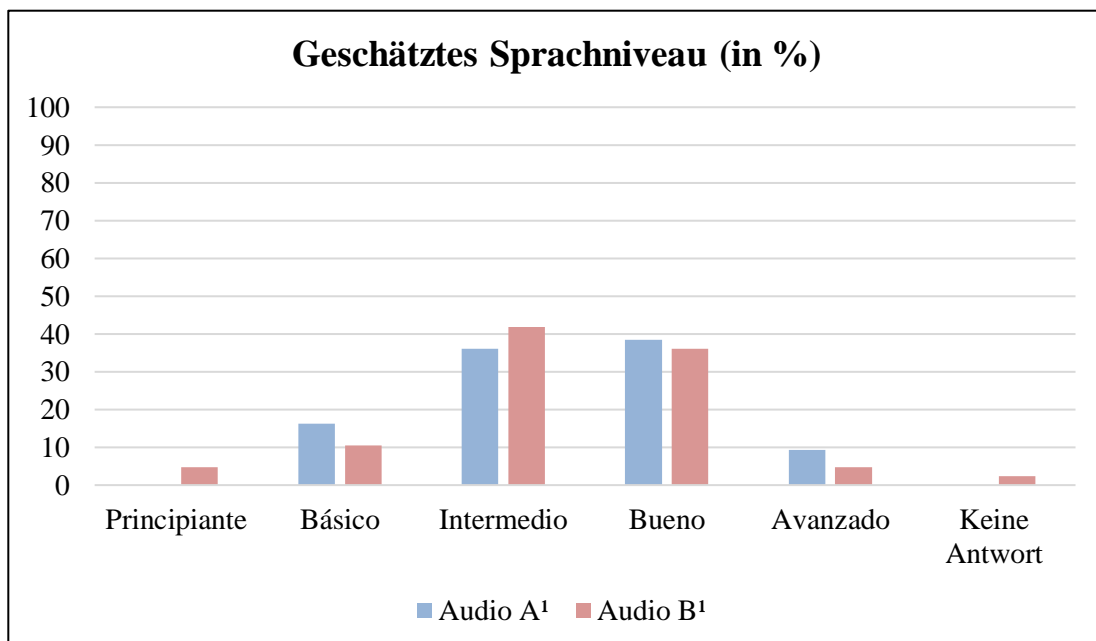


Abbildung 18: Von den spanischen Teilnehmenden geschätztes Sprachniveau der Sprecherinnen in *Situación 1*.

### Frage 7: Stimme

Die Stimme von Person A<sup>1</sup> bewerten 58,1% der Spanier:innen als angenehm, 7% mögen sie nicht. Die Stimme der Sprecherin B<sup>1</sup> finden 69,8% angenehm und nur 2,3% unangenehm. Die Option *indiferente* wird im Falle von Audio A<sup>1</sup> von 30,2% und im

<sup>115</sup> Die spanischen Teilnehmenden wählten teilweise zwei Optionen (z. B. *bueno* und *avanzado*). Um die Ergebnisse nicht zu verzerren, wurden die zwei Teile dieser Zwischenniveaus jeweils halb gewertet.

Falle von Audio B<sup>1</sup> von gut einem Viertel gewählt. Die Stimme der zweiten Person wird insgesamt etwas positiver bewertet.

### **Präferenz**

Wie Abb. 19 zeigt bevorzugen 37,2% der spanischen Geschäftsleute Audio A<sup>1</sup>. Drei Viertel von ihnen begründen ihre Wahl mit der besseren Verständlichkeit des Inhalts, z. B. „El primer audio, ya que se entiende con mayor claridad lo que quiere decir“ (E43). 25% von ihnen nennen als Grund, dass ihnen Audio A<sup>1</sup> netter erscheint, z. B. „1°. Me pareció más agradable“ (E11). 51,2% aller spanischen Proband:innen präferieren hingegen Audio B<sup>1</sup>. Hier fallen die Begründungen etwas diverser aus. 45,5% von ihnen beurteilen das Audio als dringlicher, wie z. B. „B, Creo qe trata de presionar mucho más y en el caso de ser urgente es lo más importante antes de intentar ser más paciente“ (E7). 27,3% von ihnen erklären, dass ihnen das zweite Audio netter oder vertrauenswürdiger erscheint, z. B. „El audio B, ya que tiene más consideración y amabilidad“ (E9) und 13,6% bevorzugen es, weil die Sprecherin weniger Druck auf den Hörer ausübt, z. B. „El audio [B] parece más adecuado ya que no se siente tanta urgencia o presión para conseguir los datos a pesar que es muy importante“ (E23). 18,2% derer, die Audio B<sup>1</sup> präferieren, finden es sprachlich besser oder flüssiger, z. B. „Me parece más adecuado el audio n°2. Tiene el idioma más fluido“ (E4). Teilweise werden mehrere Gründe angeführt und in 9,1% kein Grund für die Wahl des zweiten Audios genannt. 11,6% der spanischen Teilnehmenden finden beide Audios angemessen oder nennen Vorteile für beide, 60% von ihnen haben jedoch eine Tendenz zum zweiten, wie z. B. „Me gusta más el [B], pero ambos me parecen correctos“ (E20). Insgesamt ist Audio B<sup>1</sup> bei den spanischen Teilnehmenden beliebter. Interessant ist an dieser Stelle zudem, dass nicht automatisch das Audio präferiert wird, welches als sympathischer empfunden wird. 18,6% der Spanier:innen bevorzugen das Audio, welches sie als sympathischer bewerten, und ebenfalls 18,6% jenes, das sie weniger sympathisch finden.

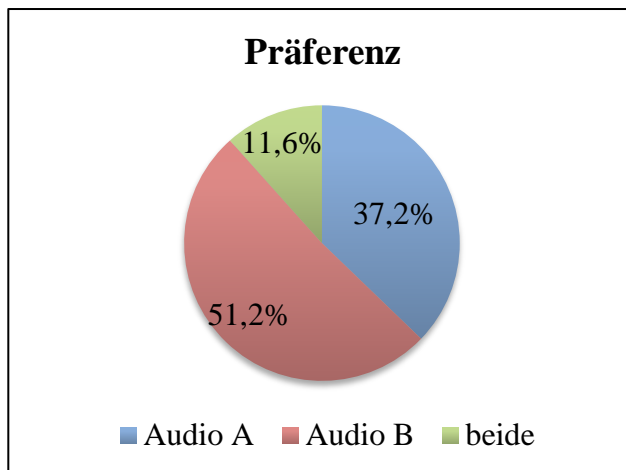


Abbildung 19: Von den spanischen Teilnehmenden präferiertes Audio in *Situación 1*.

### Zusammenfassung

Abschließend kann zusammengefasst werden, dass Audio A<sup>1</sup> inhaltlich öfter korrekt interpretiert wird und die unterstellte Intention und Perlokution häufiger die von den Sprecherinnen intendierten sind. Die spanischen Proband:innen verstehen die Wichtigkeit deutlicher als bei Audio B<sup>1</sup> und würden ihre Daten schneller schicken. Die in der Theorie als indirekter geltende Sprecherperspektive (vgl. Blum-Kulka et al. 1989: 19) in Audio A<sup>1</sup> wird in der vorliegenden Situation also direkter verstanden, was jedoch auch auf die Wiederholung der Information durch die Sprecherin zurückzuführen sein kann. Die Hörerperspektive in Audio B<sup>1</sup> hingegen wird indirekter verstanden, was auch an der Verwendung des Konjunktivs liegen könnte. Interessant ist darüber hinaus, dass Audio B<sup>1</sup> von mehr Teilnehmenden als angemessen empfunden wird. Es existiert eine leichte Diskrepanz zwischen Verständlichkeit und Präferenz.

Die Verwendung von Hörer- und Sprecherperspektive wird von den spanischen Geschäftsleuten nicht kommentiert, sodass sich nicht abschließend beantworten lässt, ob sie der Grund für die unterschiedliche Präferenz ist. Explizit verbalisieren die Teilnehmenden in den Anmerkungen zu Frage 5 und in den Begründungen zur Audio-Auswahl nur inhaltliche Aspekte, wie die Wiederholung der Informationen bzw. die Ungenauigkeit der Frist.

## 8.4.2 *Situación 2: Rezeption des Sprechaktes Beschwerde*<sup>116</sup>

### Frage 1: Sympathie

Die Ergebnisse der Reaktionen auf die zweite Situation zeigen, dass Audio A<sup>2</sup> mit der direkten Beschwerde von 60,5% der spanischen Teilnehmenden als unsympathisch eingeschätzt wird. 18,6% sind indifferent und nur 14% finden es sympathisch. Audio B<sup>2</sup> hingegen, in dem der Sprecher den Hörer durch eine Erklärung der Wichtigkeit nur indirekt auf sein Versäumnis hinweist, finden 76,6% der spanischen Geschäftsleute in meinem Korpus sympathisch, ebenfalls 18,6% sind indifferent und nur 4,7% bewerten es negativ.

### Frage 2: Inhaltliche Interpretation

Bei *Situación 2* ist die korrekte inhaltliche Interpretation weniger eindeutig, da es sich um Teilinformationen aus der Situationsbeschreibung für die deutschen Geschäftsleute handelt und ihnen nicht vorgeschrieben wurde, welchen Aspekt sie stärker betonen oder nicht ansprechen sollen. Die Auswahl einer richtigen Antwort setzt eine Wertung von Seiten der Forscherin voraus. In konstruktiver Geschäftskommunikation sollte dem Sprecher seine Verärgerung nicht angemerkt werden, die erste Antwort ist nicht präferiert („Está molesto porque no le he enviado los datos.“). Die beste Antwortmöglichkeit ist die zweite, da sie inhaltlich korrekt ist und die Dringlichkeit verdeutlicht („No puede seguir trabajando sin mis datos.“). Die dritte Option („Me recuerda que le tengo que enviar unos datos.“) stellt nur eine schwache Erinnerung dar, da die Frist bereits abgelaufen ist.

Während bei Audio A<sup>2</sup> 97,7% der Spanier:innen verstehen, dass der Deutsche ungehalten ist, da sie ihm die Daten nicht geschickt haben, glauben das bei Audio B<sup>2</sup> lediglich 9,3%. Die mit 81,4% am häufigsten gewählte Antwort im Fall von Audio B<sup>2</sup> ist, dass der Deutsche ohne den spanischen Teil nicht weiterarbeiten kann. Diese Option wählen für Audio A<sup>2</sup> 20,9% der spanischen Teilnehmenden. Dass der Sprecher sie daran erinnert, dass sie ihm ihre Daten schicken sollten, interpretieren bei Audio A<sup>2</sup> 14% und bei Audio B<sup>2</sup> 46,5% (siehe Abb. 20).

---

<sup>116</sup> Für eine vollständige Auflistung der Ergebnisse sowie aller frei formulierten Antworten siehe Anhang Kap. 12.2.5.2.

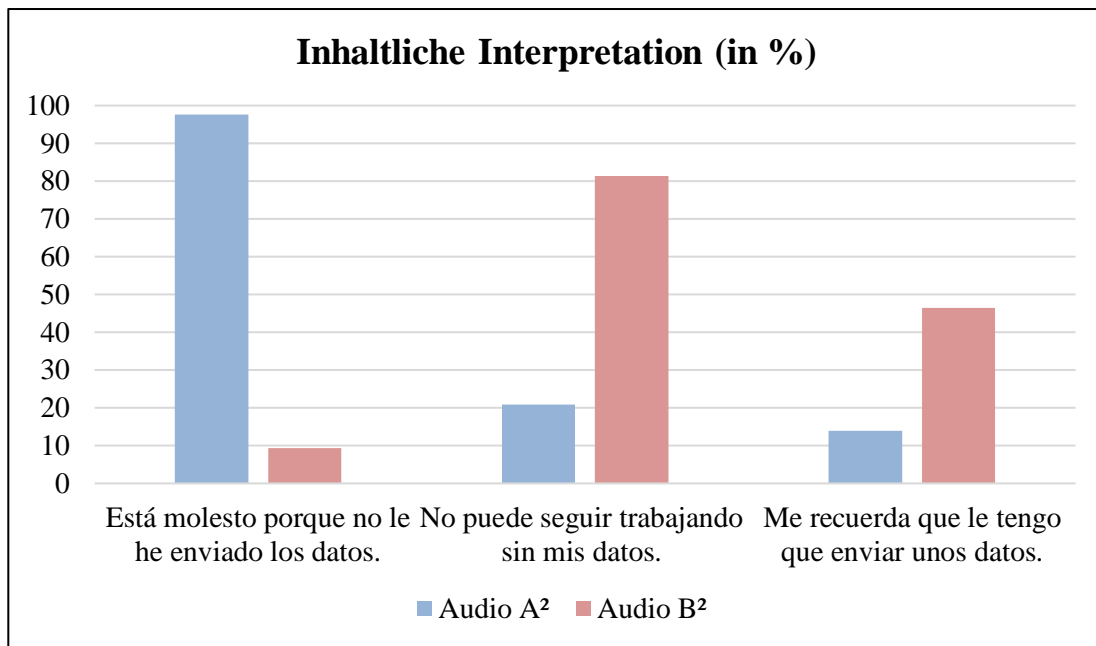


Abbildung 20: Inhaltliche Interpretation der Beschwerden durch die spanischen Geschäftsleute (Mehrfachnennungen möglich).

### Frage 3: Unterstellte Intention

Die Intention ist ebenfalls nicht direkt aus der Situationsbeschreibung abzulesen, da den deutschen Teilnehmenden nicht vorgeschrieben wurde, was genau sie ausdrücken sollen. Die beste Antwort im professionellen Umfeld wäre die zweite („Quiere conseguir que le envíe los datos cuanto antes.“). Das Ziel sollte sein, das Problem zu lösen und die Daten schnell zu bekommen. Die erste Option („Solo quiere recordarme la fecha.“) ist zu schwach und wird der Tatsache, dass der Deutsche ohne den spanischen Teil nicht weiterarbeiten kann, nicht gerecht. Die dritte Antwortmöglichkeit („Está enojado y quiere que yo lo sepa.“) ist zu unfreundlich und unkonstruktiv. Die vierte Alternative („Me quiere humillar.“) sollte nicht im Arbeitsleben vorkommen, weil es negative Auswirkungen auf die Zusammenarbeit haben könnte, wenn der Hörer dem Sprecher eine demütigende Intention unterstellt.

Nach Hören von Audio B<sup>2</sup> glauben 93% der Spanier:innen, dass der Deutsche die Daten schnellstmöglich zugeschickt bekommen möchte. Bei Audio A<sup>2</sup> wählen 48,8% diese Option, der Großteil (74,4%) unterstellt dem Sprecher jedoch die Intention, ihnen seinen Ärger mitzuteilen. 4,7% denken sogar, dass er sie demütigen will, während im Fall von Audio B<sup>2</sup> 14% der spanischen Teilnehmenden meinen, dass der Deutsche sie nur an die Frist erinnern will.



#### Frage 4: Perlokution

Bezüglich der Perlokution ist aus Sicht der deutschen Geschäftsleute die erste Antwortmöglichkeit („Hago todo lo posible para enviárselo cuanto antes.“) wünschenswert, da sie für eine erfolgreiche Fortsetzung des Projektes die spanischen Daten möglichst zeitnah benötigen. Zusätzlich dazu wäre die dritte Option der Entschuldigung für die Verspätung eine angemessene Reaktion („Le pido disculpas por el retraso.“). Die zweite („Intento enviárselo si no tengo demasiadas otras cosas que hacer.“) ist nicht präferiert, weil die Daten dringend benötigt werden. Die Wahl der vierten Antwortmöglichkeit („Le pido de no hablarme así.“) würde verdeutlichen, dass die Formulierung des Deutschen zu stark war und negativ aufgefasst wurde. Sie könnte ihrerseits wieder zu Konflikten führen oder eine klärende Aussprache nach sich ziehen.

Als zukünftige Handlungsabsicht geben bei Audio B<sup>2</sup> 90,7% der spanischen Geschäftsleute an, dass sie alles daransetzen würden, dem deutschen Geschäftspartner die Daten so schnell wie möglich zu schicken. Im Falle von Audio A<sup>2</sup> wählen diese Option nur 60,5% und 14% würden ihren Teil schicken, wenn sie nicht zu beschäftigt sind. Während sich 53,5% der spanischen Proband:innen bei Sprecher B<sup>2</sup> entschuldigen würden, ist diese Reaktion mit 69,8% die häufigste auf Audio A<sup>2</sup>. 14% würden den Deutschen zudem auf seine Ausdrucksweise ansprechen und ihn bitten, nicht in dem Ton mit ihnen zu reden. Abbildung 21 gibt einen Überblick über die Ergebnisse.

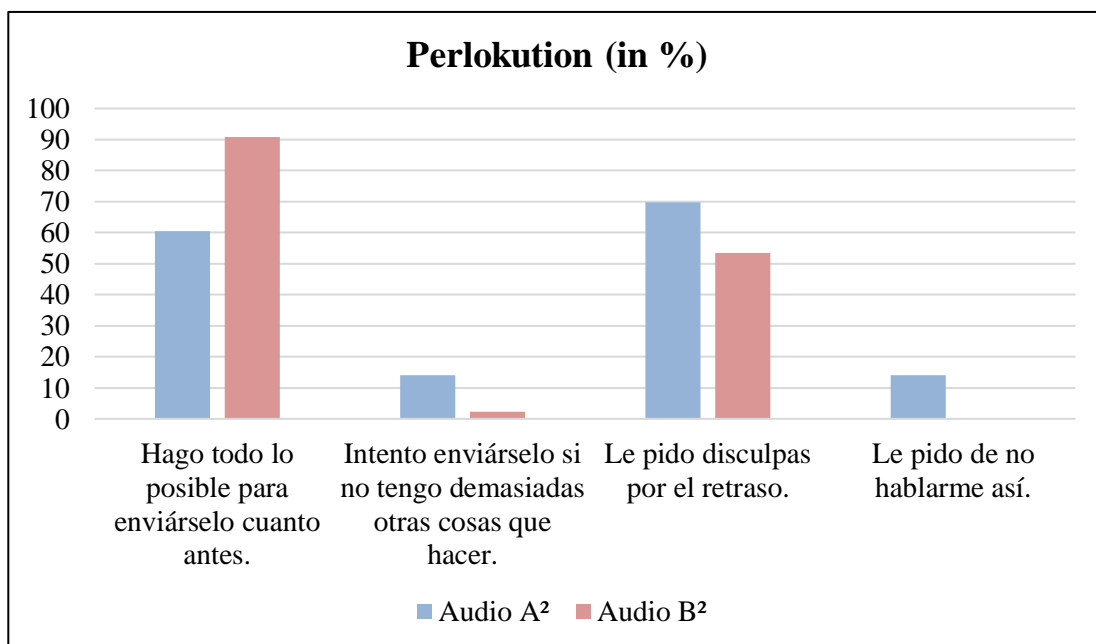


Abbildung 21: Perlokution der Beschwerden (Mehrfachnennungen möglich).

### **Frage 5: Zusätzliche Anmerkungen**

Bei *Situación 2* nutzen 18,6% (Audio A<sup>2</sup>) respektive 16,3% (Audio B<sup>2</sup>) der Spanier:innen die Möglichkeit, offene Kommentare hinzuzufügen. Neben vereinzelt sprachlichen Anmerkungen wird insbesondere auf die unterschiedliche Direktheit der Audios eingegangen. Audio A<sup>2</sup> wird als sehr direkt bezeichnet: („Es muy correcto en su insistencia y al mismo tiempo es muy directo” (E1). Ein Teilnehmer merkt an, dass der Ton für Unternehmenskooperationen nicht angemessen ist und zu Konflikten führen könnte: „entre empresas colaboradoras es un tono agresivo y puede romper la relación comercial, o generar real ambiente [...]” (E49). Audio B<sup>2</sup> wird als passender empfunden „[...] mucho más adecuado y habitual entre empresas” (E49) und es wird positiv hervorgehoben, dass der Sprecher sich für die erneute Aufforderung entschuldigt: „Es muy agradable que diga ‚me sabe mal volver a pedirtelo pero lo necesito‘” (E33).

### **Frage 6: Geschätztes Sprachniveau**

Das Sprachniveau der beiden Sprecher wird von den spanischen Teilnehmenden als gut bis sehr gut eingeschätzt (siehe Abb. 16). Auf einer Skala von 1 (*principiante*) bis 5 (*avanzado*) liegt die durchschnittliche Bewertung des Sprechers A<sup>2</sup> bei 4,12 und die des Sprechers B<sup>2</sup> bei 4,24. Die Präferenz für eines der beiden Audios ist also sehr wahrscheinlich nicht mit der grammatischen Sprachkompetenz zu begründen, sondern von inhaltlichen und pragmatischen Faktoren abhängig.

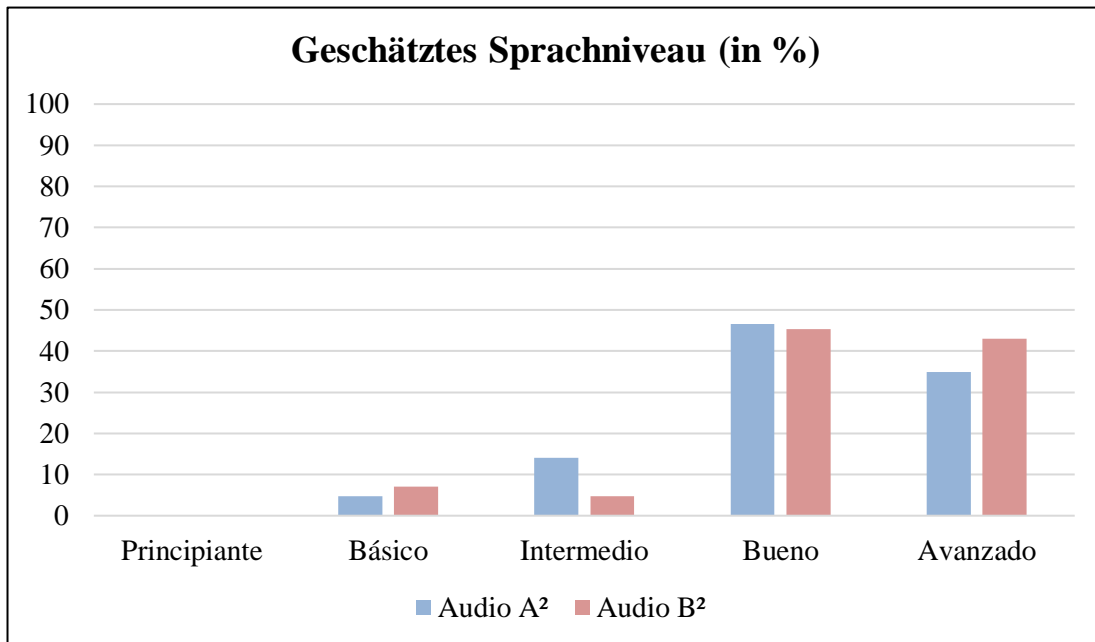


Abbildung 22: Von den spanischen Teilnehmenden geschätztes Sprachniveau der Sprecher in Situación 2.

### Frage 7: Stimme

Die Stimme des Sprechers A<sup>2</sup> bewerten 25,6% der spanischen Teilnehmenden als angenehm, 48,8% hingegen mögen sie nicht. 23,3% sind indifferent. Die Stimme des Sprechers B<sup>2</sup> schätzen 88,4% der Spanier:innen als angenehm ein und 11,6% finden sie weder angenehm noch unangenehm. An dieser Stelle ist anzumerken, dass die negative Bewertung der Stimme im Falle von Audio A<sup>2</sup> vermutlich durch inhaltliche und pragmatische Faktoren beeinflusst wird. Da Sprecher A<sup>2</sup> laut Einschätzung der Forscherin eine unauffällige Stimme besitzt, ist es unwahrscheinlich, dass die spanischen Proband:innen Audio B<sup>2</sup> rein aufgrund der Stimme bevorzugten. Die genaue Beeinflussungsrichtung kann jedoch nicht bestimmt werden.

### Präferenz

Die überwiegende Mehrheit der spanischen Geschäftsleute (86%) schätzt Audio B<sup>2</sup> als angemessener ein. Als Grund führen 37,8% von ihnen an, dass es freundlicher oder sympathischer wirkt, z. B. „El [segundo], mucho más amable“ (E21). 18,9% betrachten die Art und Weise oder den Ton als angemessener oder freundlicher, wie „El segundo audio es más adecuado por el tono escogido y la forma de hablar“ (E43). 16,2% sind der Meinung, dass Sprecher B<sup>2</sup> bessere Manieren hat, z. B. „El B; solicita la

información con mayor educación” (E2). Ebenfalls 16,2% von ihnen beurteilen Sprecher B<sup>2</sup> als verständnisvoller und empathischer, z. B. „Audio B. Persona más comprensible. Entiede que si no lo he enviado es porque he estado ocupado” (E44). Je 8,1% bevorzugen Audio B<sup>2</sup>, weil es respektvoller ist („El audio B, es más respetuoso” (E12)), weil sie es sprachlich verständlicher oder eloquenter finden („El audio [B] me parece en más adecuado porque habla de una forma más tranquila y es más fácil entenderlo” (E34)) und weil der Sprecher weniger verärgert und aggressiv wirkt („El audio [B] es más adecuado ya que se muestra menos enfadado” (E39)). Weitere Begründungen sind, dass dem Hörer keine Vorwürfe gemacht werden und das Audio lösungsorientierter und kooperativer ist. Teilweise werden mehrere Argumente genannt, 5,4% führen keinen Grund für ihre Wahl an.

Lediglich 7% der Spanier:innen bevorzugen Audio A<sup>2</sup> und begründen dies unter anderem damit, dass der Sprecher sich mehr für das Projekt einsetzt „A. Muestra mucha más preocupación por el proyecto hasta el punto de llegar a enojarse” (E7). Weitere 7% finden beide Audios in der gegebenen Situation geeignet, wie z. B. „Ambos, cada uno tiene un enfoque distinto pero con la misma finalidad” (E25). Rechnet man die letzten beiden Gruppen zusammen, akzeptieren 14% auch die direktere Variante (siehe Abb. 23).

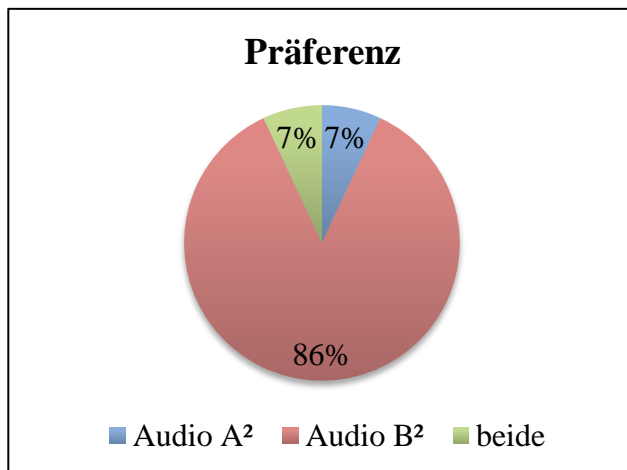


Abbildung 23: Von den spanischen Teilnehmenden präferiertes Audio in *Situación 2*.

### Zusammenfassung

Die Ergebnisse zeigen, dass die spanischen Teilnehmenden das auf sie freundlicher wirkende Audio B<sup>2</sup> mit großem Abstand bevorzugen. Interessant ist an dieser Stelle,

dass sie den Sprecher auch ihrerseits besser behandeln würden. Wie die Antworten auf Frage 4 verdeutlichen, würden 90,7% versuchen, ihm die Daten so bald wie möglich zu schicken. Im Vergleich dazu sind es bei Audio A<sup>2</sup> nur 60,5%. Einige kommentieren explizit, dass man mit Freundlichkeit eher ans Ziel kommt, z. B. „El segundo. Siendo más agradable se consiguen mejor las cosas” (E3). Die Tatsache, dass 97,7% die Verärgerung des Sprechers A<sup>2</sup> über ihr Versäumnis wahrnehmen, scheint die Dringlichkeit nicht zu erhöhen, sondern tendenziell kontraproduktiv zu sein. Eine Mehrheit von 69,8% würde als Antwort auf sein Schimpfen die Notwendigkeit empfinden, sich zu entschuldigen. Da Entschuldigungen das positive *face* desjenigen bedrohen, der sie ausspricht (vgl. Siebold 2008a: 135), ist diese Reaktion unangenehmer für die Spanier:innen. Zudem können Entschuldigungen zwar dazu dienen, das Gleichgewicht zwischen den Interaktant:innen wiederherzustellen (vgl. ebd.: 132), in dieser Situation ist es jedoch am wichtigsten, dass die Daten möglichst zeitnah geschickt werden, was Sprecher B<sup>2</sup> effektiver erreicht. So bestätigt einer der Spanier, dass er sich bei A<sup>2</sup> entschuldigen, aber B<sup>2</sup> eher seine Daten zuschicken würde: „Le pido disculpas por el retraso, pero antes atiendo las indicaciones del Audio [B]” (E48).

### **8.4.3 Situación 3: Rezeption des Sprechaktes Ablehnung von Vorschlag<sup>117</sup>**

#### **Frage 1: Sympathie**

Audio A<sup>3</sup> wird von etwas mehr als der Hälfte der Spanier:innen (51,2%) als sympathisch eingeschätzt und von 9,3% als nicht sympathisch. 30,2% sind indifferent und 9,3% geben keine Antwort. Audio B<sup>3</sup> bewerten 62,8% als sympathisch und 27,9% weder als sympathisch noch unsympathisch. Jeweils 4,7% schätzen es als nicht sympathisch ein oder wählen keine Antwortmöglichkeit.

#### **Frage 2: Inhaltliche Interpretation**

Laut der Situationsbeschreibung für die deutschen Teilnehmenden hält die Deutsche den Vorschlag der spanischen Seite für nicht umsetzbar. Die dritte Antwortmöglichkeit („Mi propuesta no se puede realizar.“) stellt demnach die korrekte inhaltliche

---

<sup>117</sup> Für eine vollständige Auflistung der Ergebnisse sowie aller frei formulierten Antworten siehe Anhang Kap. 12.2.5.3.

Interpretation dar. Die Optionen „Mi propuesta se puede realizar.“ und „Mi propuesta se puede realizar con pequeños cambios.“ sind hingegen falsch.

Im Fall von Audio A<sup>3</sup> verstehen 86% der spanischen Geschäftsleute richtig, dass ihr Vorschlag nicht realisierbar ist. Bei Audio B<sup>3</sup> hingegen glauben das nur 16,3% und die überwiegende Mehrheit (79,1%) ist der Ansicht, dass ihre Idee mit kleinen Änderungen umgesetzt werden kann (siehe Abb. 24). Audio B<sup>3</sup> wurde demnach sehr viel häufiger missverstanden als Audio A<sup>3</sup>.

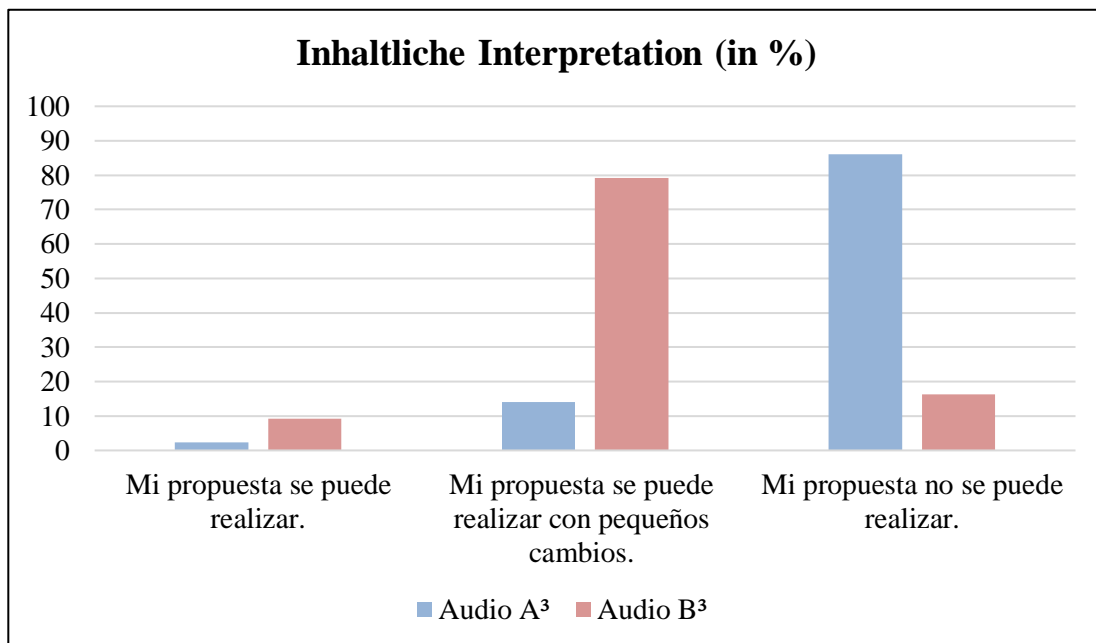


Abbildung 24: Inhaltliche Interpretation der Ablehnungen durch die spanischen Geschäftsleute (Mehrfachnennungen möglich).

### Frage 3: Unterstellte Intention

Die Festlegung der korrekten unterstellten Intention setzt eine Wertung von Seiten der Forscherin voraus. Es wird einerseits festgelegt, dass die Ablehnung des Vorschlags deutlich vom Hörer verstanden werden soll. In der Wirtschaft wäre es nicht effizient und zielführend, aus Höflichkeit zunächst zuzusagen und nachträglich Änderungen vornehmen zu müssen. Andererseits sollte im Sinne einer funktionierenden und respektvollen Geschäftsbeziehung eine Kränkung der:des Gesprächspartner:in ausgeschlossen werden. Aus diesen Gründen ist die zweite Antwortmöglichkeit („No le gusta mi propuesta, pero no me quiere herir.“) die gewünschte, die erste („Quiere que me quede claro que mi propuesta no es buena sin preocuparse por mis sentimientos.“) und dritte („Quiere alabar mi propuesta.“) werden nicht präferiert.

Der Großteil der spanischen Geschäftsleute glaubt bei beiden Audios, dass der Sprecherin ihr Vorschlag nicht gefällt, sie sie jedoch mit ihrer Ablehnung nicht verletzen will (A<sup>3</sup>: 69,8% und B<sup>3</sup>: 65,1%). 30,2% der Spanier:innen unterstellen Sprecherin A<sup>3</sup> die Absicht, ihnen die Mängel ihres Vorschlags ohne Berücksichtigung ihrer Gefühle zu verdeutlichen. Im Fall von Audio B<sup>3</sup> denken dies nur 7%. Weitere 7% sind der Ansicht, dass die Sprecherin ihren Vorschlag loben will. Interessant ist, dass bei Audio B<sup>3</sup> 25,6% die Möglichkeit nutzen, eine sonstige Intention zu formulieren, was zeigt, dass das Audio weniger deutlich verstanden wurde und nicht eindeutig den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten zugeordnet werden konnte. 20,9% aller Teilnehmenden meinen, dass die Sprecherin Änderungen vorschlagen oder den Vorschlag anpassen bzw. verbessern will, z. B. „Quiere modificar mi propuesta“ (E50).

#### **Frage 4: Perlokution**

Bezüglich der zukünftigen Handlungsabsichten der spanischen Hörer ist es wünschenswert, dass sie die Ablehnung des Vorschlags akzeptieren (Option 1: „Acepto lo que dice.“), um nicht durch weitere Rechtfertigungen Zeit zu verlieren und eventuell die *faces* beider Gesprächspartner stärker als nötig zu bedrohen. Auch die zweite Antwortmöglichkeit der gemeinsamen Anpassung („Le digo que lo podemos cambiar/adaptar juntos.“) ist geeignet, um eine Lösung zu finden. Im Einzelfall könnte auch die dritte Alternative („Intento explicar mi propuesta de nuevo para que vea que puede funcionar.“) zu guten Ergebnissen führen, wenn die Deutsche den Vorschlag dank weiterer Erklärungen besser versteht und sinnvoll findet. Hier wird davon ausgegangen, dass der Vorschlag nicht umsetzbar ist und durch zusätzliche Erklärungen eher Zeit verloren geht. Anzumerken ist an dieser Stelle, dass neben der Klarheit der Ablehnung auch die Persönlichkeit des Hörers Auswirkungen auf sein zukünftiges Handeln hat. Die letzte Antwortmöglichkeit („Le digo que nuestra cooperación no puede seguir así.“) ist nicht präferiert, da in diesem Fall die Kritik zu stark aufgefasst wird.

Während 34,9% der spanischen Teilnehmenden nach Anhören des Audios A<sup>3</sup> angeben, dass sie die Ausführungen der Deutschen akzeptieren, sind es bei Audio B<sup>3</sup> nur 9,3%. Als Reaktion auf Audio A<sup>3</sup> würden 67,8% sagen, dass sie den Vorschlag gemeinsam anpassen können. Im Fall von Audio B<sup>3</sup> wählen sogar 81,4% diese Option.

Bei beiden Audios würde jeweils ein knappes Drittel den Vorschlag noch mal erklären, um die Deutsche zu überzeugen.<sup>118</sup>

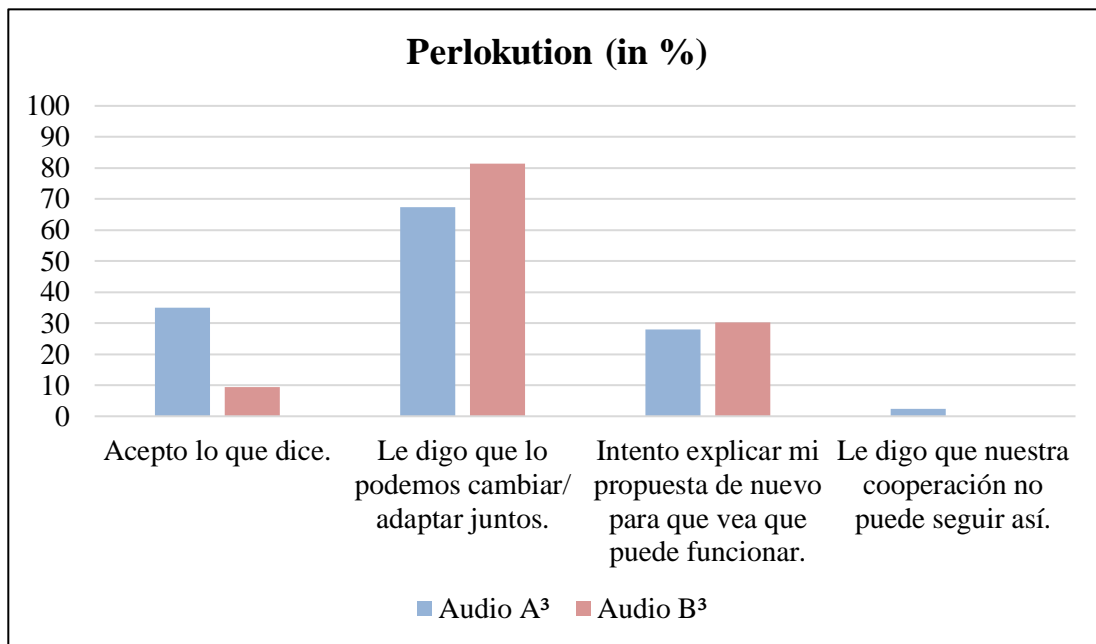


Abbildung 25: Perlokution der Ablehnungen (Mehrfachnennungen möglich).

### Frage 5: Zusätzliche Anmerkungen

Bei Audio A<sup>3</sup> fügen 14% zusätzliche Anmerkungen hinzu. Diese beziehen sich einerseits auf sprachliche Fehler, wie „‘enfocamos‘ → enfocáramos“ (E10) und „Tiempos verbales mal usados“ (E16), und andererseits auf die inhaltliche Wertung/Wirkung. Diese geht jedoch stark auseinander, wie die folgenden Zitate zeigen: „[...] Es de agradecer una respuesta sincera, sin rodeos“ (E31) und „- No apetece trabajar con alguien que dice NO tantas veces. - Parece una negativa personal más que a la propuesta.“ (E49). Bei Audio B<sup>3</sup> formulieren 11,6% zusätzliche Kommentare. Auch diese beziehen sich auf sprachliche Auffälligkeiten, wie „tal y tal... muy coloquial para el tema a tratar. Pero entiendo que es para no decir un ejemplo“ (E48), und inhaltliche Anmerkungen, z. B. „- Muy correcto. - Respeto constructivo“ (E49).

<sup>118</sup> Eine Person (2,3%) würde die Deutsche aus Audio A damit konfrontieren, dass die Kooperation so nicht weitergehen kann. Hier ist jedoch anzumerken, dass der gleiche Proband in der Abschlussfrage beide Audios als angemessen bewertet, sodass die Antwort auf Frage 4 mit Vorsicht betrachtet werden muss.



### Frage 6: Geschätztes Sprachniveau

Das Sprachniveau der Sprecherin A<sup>3</sup> wird von 43% der spanischen Teilnehmenden als fortgeschritten eingeschätzt, 26,7% finden es gut und 23,3% bewerten es als mittelmäßig. Das Niveau von Sprecherin B<sup>3</sup> wird von 39,5% als *intermedio* eingestuft, 34,9% bewerten es als *bueno*, weitere 15,1% attestieren der Sprecherin lediglich Grundlagenkenntnisse (siehe Abb. 20). Die durchschnittliche Bewertung der Sprecherin A<sup>3</sup> liegt bei 4,06 und die der Sprecherin B<sup>3</sup> bei 3,41. Laut Selbsteinschätzung spricht Sprecherin A<sup>3</sup> auf C1-Niveau und Sprecherin B<sup>3</sup> verhandlungssicher Spanisch (siehe Kap. 8.1.2). Die Unterschiede in der Bewertung durch die Spanier:innen sind vermutlich darauf zurückzuführen, dass Sprecherin B<sup>3</sup> im vorliegenden Audio teilweise Wortschatzprobleme hat.

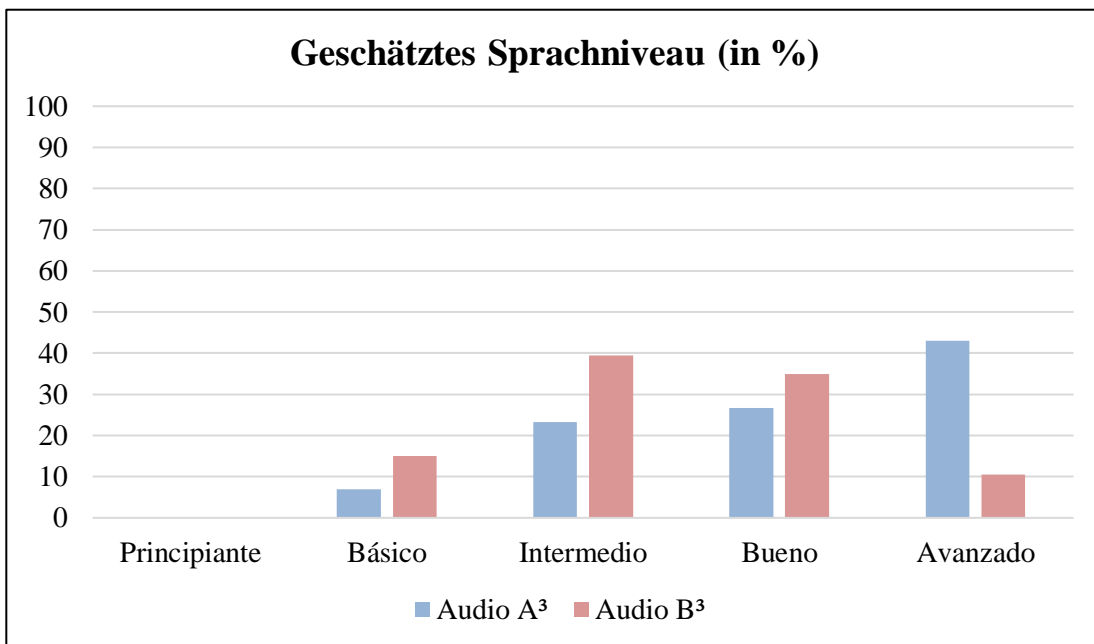


Abbildung 26: Von den spanischen Teilnehmenden geschätztes Sprachniveau der Sprecherinnen in *Situación 3*.

### Frage 7: Stimme

Die Stimme von Sprecherin A<sup>3</sup> empfinden 86% der spanischen Geschäftsleute als angenehm, 4,7% als unangenehm und 9,3% sind indifferent. Die Stimme von Sprecherin B<sup>3</sup> finden 72,1% angenehm, 9,3% mögen sie nicht und 16,3% sind indifferent. Erstere wird insgesamt etwas positiver eingeschätzt.

## Präferenz

Audio A<sup>3</sup> präferieren 41,9% der spanischen Geschäftsleute. Die meisten von ihnen (61,1%) begründen ihre Wahl mit der höheren Klarheit und Direktheit, wie z. B. „La primera (Audio A), es más directa, clara y concisa“ (E16). 22,2% heben hervor, dass die Sprecherin die Ablehnung erklärt und Gründe nennt, z. B. „A. A pesar de no gustarle la idea trata de poner soluciones y además explica grandes y buenos motivos por los que no es factible“ (E7).

Ebenfalls 41,9% finden Audio B<sup>3</sup> angemessener. Als Begründung wird von 38,9% von ihnen genannt, dass die Sprecherin kooperativer und offener für andere Vorschläge wirkt und keine direkte Ablehnung ausspricht, z. B. „Audio B, da opción a valorar otras ideas, sin rechazar tajantemente tu propuesta“ (E12). Zudem führen 33,3% an, dass Änderungen und gemeinsame Lösungen möglich sind, z. B. „El audio [B] me parece que muestra mayor disposición de cambio y se comunica de forma más asertiva“ (E26). 16,3% finden beide Audios angemessen. Ihre Auswahl ist abhängig vom konkreten Kontext.

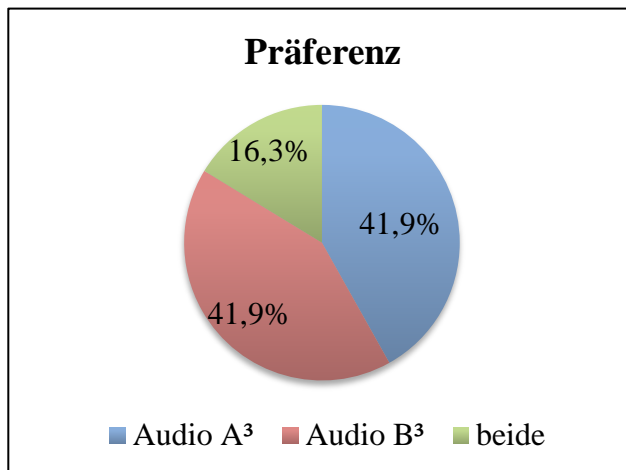


Abbildung 27: Von den spanischen Teilnehmenden präferiertes Audio in *Situación 3*.

Auf den ersten Blick scheinen die spanischen Geschäftsleute die direkte und indirekte Ablehnung als gleichermaßen angemessen zu beurteilen. Bei genauerem Hinsehen wird deutlich, dass viele von ihnen Audio B<sup>3</sup> bevorzugen, weil sie von der Umsetzbarkeit ihres Vorschlags ausgehen. Ein Proband expliziert dies in seiner Begründung: „El segundo, B, porque me ofrece seguir mi proyecto“ (E8). Nur 16,3% der Spanier:innen verstehen in beiden Audios, dass der Vorschlag nicht realisierbar ist. Von ihnen

präferieren 71,4% das direktere Audio A<sup>3</sup>, z. B. „El [primero]. Es mas [sic!] directo, no te hacen perder el tiempo. Si no vale, pues otra nueva“ (E31).

### **Zusammenfassung**

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die direkte Ablehnung in Audio A<sup>3</sup> häufiger korrekt verstanden wird. Bei Audio B<sup>3</sup> denkt ein Großteil der spanischen Teilnehmenden, dass ihr Vorschlag mit kleinen Änderungen umsetzbar ist. Die vermutete Intention ist in beiden Fällen ähnlich, der Sprecherin des ersten Audios unterstellen jedoch mehr Spanier:innen, dass ihr der Inhalt der Nachricht wichtiger als die Gefühle des Hörers ist. Auch bezüglich der Perlokution sind Gemeinsamkeiten zu erkennen, bei Audio A<sup>3</sup> würden jedoch mehr Proband:innen die Äußerungen der Sprecherin akzeptieren. Die Audios scheinen gleichermaßen beliebt zu sein. Wird jedoch das korrekte Verstehen des Inhalts vorausgesetzt, wird das direktere Audio A<sup>3</sup> bevorzugt.

## **8.5 Diskussion der Ergebnisse**

Teil 1 der vorliegenden Studie zeigte, dass die deutschen Realisierungen spanischer Sprechakte im Geschäftsalltag von pragmatischem Transfer geprägt sind und unabhängig vom angegriffenen *face* mit höherer Direktheit als vergleichbare Sprechakte in Alltagssituationen ausgeführt werden. Ist also, wie im ersten Schritt vermutet, die Maxime der Klarheit in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation wichtiger als Höflichkeit? Auf den ersten Blick lassen die Ergebnisse des zweiten Teils keine eindeutige Antwort auf diese Frage zu, da die untersuchten Situationen recht verschieden sind. So wird in *Situación 1* Audio A<sup>1</sup> als dringender verstanden und die spanischen Teilnehmenden würden der Sprecherin ihren Teil eher pünktlich schicken als im Fall des etwas beliebteren Audios B<sup>1</sup> (siehe Kap. 8.4.1). Die Ergebnisse von *Situación 2* zeigen, dass Audio A<sup>2</sup> zu direkt und unfreundlich ist und die Hörer:innen die Gereiztheit des Sprechers unmissverständlich merken. Bei Audio B<sup>2</sup> verstehen sie, dass der Sprecher alleine nicht weiterarbeiten kann. Das Audio ist sehr viel beliebter und die Spanier:innen würden dem Sprecher eher helfen (siehe Kap. 8.4.2). Auch in *Situación 3* scheint das weniger direkte Audio B<sup>3</sup> beliebter zu sein, bei genauem Hinsehen wird jedoch deutlich, dass dies mit dem falsch verstandenen Inhalt begründet werden kann. Soll dieser korrekt beim Hörer ankommen, ist eine Präferenz für das direktere Audio A<sup>3</sup> zu erkennen (siehe Kap. 8.4.3).

Bei genauerer Analyse lassen sich die Ergebnisse jedoch auf einen Nenner bringen: Um inhaltlich richtig verstanden zu werden und die gewünschte Perlokution auszulösen und gleichzeitig von den spanischen Hörer:innen präferiert zu werden, dürfen die Äußerungen der deutschen Geschäftsleute weder zu direkt noch zu indirekt sein. Das bedeutet, dass einerseits zu unklare Formulierungen falsch verstanden werden können. So wurde der Großteil der indirekten Ablehnungen in *Situación 3* nicht als Ablehnung aufgefasst (siehe Kap. 8.4.3). Hier wird aber vorausgesetzt, dass in der Wirtschaft eine missverständnisfreie Kommunikation wichtig ist. So schreibt auch Grice (1975: 55): „Obviously, if the Cooperative Principle is to operate, I must intend my partner to understand what I am saying despite the obscurity I import into my utterance“. Sehr ungenaue Implikaturen (z. B. aus Höflichkeitsgründen) sind nicht zielführend, da der Sprecher normalerweise möchte, dass sein Gegenüber den Inhalt versteht. Auch die Antworten der Spanier:innen in *Situación 3* bestätigen, dass sie unter der Voraussetzung, dass der Inhalt korrekt verstanden werden soll, klarere Äußerungen bevorzugen (siehe Kap. 8.4.3). Für eine etwas höhere Direktheit und gegen allzu höfliche Aussagen spricht auch, dass nicht immer das Audio präferiert wird, welches als sympathischer empfunden wird. So bevorzugen z. B. in *Situación 1* jeweils gleich viele Spanier:innen das Audio, welches sie als sympathischer bewerten, und jenes, welches sie weniger sympathisch finden (siehe Kap. 8.4.1).

Daraus lässt sich schließen, dass im deutsch-spanischen Geschäftsalltag sehr indirekte Kommunikation nicht zielführend ist. Andererseits sind zu direkte Formulierungen, insbesondere wenn sie unprofessionell oder persönlich angreifend wirken, ebenfalls sehr unbeliebt, wie *Situación 2* zeigt (siehe Kap. 8.4.2). Ein Grund dafür könnte sein, dass dadurch sowohl das professionelle als auch das persönliche *face* angegriffen werden. Zum einen gibt es auch beim professionellen *face* FTAs, da die Gesprächspartner:innen auch als Angestellte gut dastehen und respektiert werden möchten. Zum anderen ist bei mündlicher Kommunikation auch das persönliche *face* vorhanden und wird durch das Schimpfen in Audio A<sup>2</sup> stark angegriffen. Auch in *Situación 3* wird bei Audio A<sup>3</sup> teilweise kritisiert, dass es wie eine Ablehnung der Person wirkt: „Parece una negativa personal más que a la propuesta“ (E49).

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die spanischen Teilnehmenden nicht so stark zwischen professionellem und persönlichem *face* trennen und direkte Äußerungen

schneller als persönlichen Angriff wahrnehmen. Rehbein/Thomas/Steinhuber (2009: 111) bestätigen, „dass Spanier durch die Diffusion der Beziehungs- mit der Sachebene dazu neigen, sachliche Kritik schneller persönlich aufzufassen“. Daher wird auch in der Wirtschaft ein indirekter Kommunikationsstil bevorzugt, um den Hörer nicht zu stark anzugreifen. Mateo González (2018: 44) fand heraus, dass ein Drittel der deutschen Proband:innen in ihrem Korpus Probleme hatte, spanische Ablehnungen als solche zu verstehen, und laut Rehbein/Thomas/Steinhuber (2009: 101-106) stellt Indirektheit einen Kulturstandard in der spanischen Wirtschaft dar.

Dafür spricht auch, dass die Spanier:innen in meinen Daten unabhängig davon, welches *face* vorrangig angegriffen wird, tendenziell das von ihnen als weniger direkt empfundene Audio bevorzugen. Bei den Aufforderungen in *Situación 1*, die als directive Sprechakte das negative *face* einschränken, ist das als weniger fordernd verstandene Audio B<sup>1</sup> beliebter. Beschwerden und starke Ausdrücke von Emotionen wie in *Situación 2* bedrohen sowohl das negative als auch das positive *face* (vgl. Brown/Levinson 2011: 67). Auch hier ist das direkte Audio A<sup>2</sup> sehr viel unbeliebter, weil durch den Ausdruck von Unmut und die persönliche Anschuldigung der Hörer stark angegriffen wird. Bei den Ablehnungen in *Situación 3* wird ebenfalls das das positive *face* des Hörers weniger bedrohende Audio B<sup>3</sup> bevorzugt. Diese Präferenz ist jedoch mit dem falsch interpretierten Inhalt zu begründen. Soll dieser klar verständlich sein, wird eine höhere Direktheit und somit ein teilweiser Angriff des positiven *face* hingenommen.

Decock/Spiessens (2017: 107) kommen in ihrer deutsch-französischen Studie zu schriftlichen Beschwerden im Wirtschaftskontext zu dem Schluss, dass keine Extrema verwendet werden und konstatieren eine „preference for to-the-point but inoffensive complaint strategies“. Solche deutlichen, aber nicht angreifenden Strategien schneiden in den vorliegenden mündlichen Daten auch bei anderen Sprechakten bei der Interpretation und Bewertung durch die spanischen Geschäftsleute am besten ab. Man kann hier also von einem Korridor sprechen, innerhalb dessen die angemessenen Äußerungen liegen. Begrenzt wird dieser auf beiden Seiten durch zu direkte und zu indirekte Formulierungen.

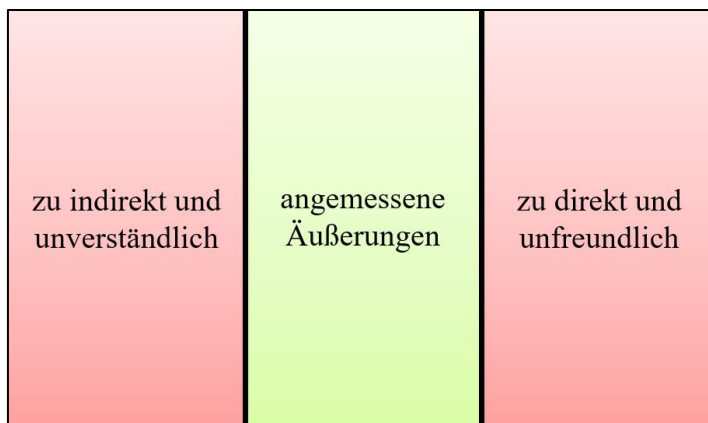


Abbildung 28: Korridor der Äußerungen, die richtig verstanden und als angemessen empfunden werden.

*Situación 3* bietet darüber hinaus weitere interessante Erkenntnisse: Eine vermeintliche Anpassung der Deutschen an die spanischen Gegebenheiten wird nicht automatisch besser verstanden und bevorzugt.<sup>119</sup> Viele Spanier:innen interpretieren die indirekte Ablehnung der Deutschen inhaltlich falsch (siehe Kap. 8.4.3), obwohl sie selbst eher indirekt ablehnen (vgl. Siebold/Busch 2015: 59). Ein möglicher Grund sind ihre Erwartungen an die deutschen Kommunikationsgewohnheiten. Wie die während der Erhebung geäußerten Kommentare einiger spanischer Proband:innen andeuten, gehen sie von einer direkteren Kommunikationsweise der Deutschen aus. Demnach ist es naheliegend, dass sie sich auf weniger implizierte Aussagen einstellen. Erfolgt die Ablehnung von Seiten eines deutschen Sprechers nur sehr indirekt, könnten die spanischen Hörer:innen sie als Zusage auffassen, auch wenn sie einen Spanier richtig verstanden hätten, weil sie (un)bewusst wissen, dass Spanier:innen tendenziell indirekte Ablehnungen nutzen. Darüber hinaus ist es möglich, dass deutsche L1-Sprecher:innen indirekte Ablehnungen auf Spanisch anders formulieren als spanische L1-Sprecher:innen oder eine andere Intonation verwenden. Zudem gab es auch innerhalb der deutschen Daten verschiedene indirekte Realisierungen, die jedoch nicht alle den spanischen Hörer:innen vorgespielt werden konnten.

---

<sup>119</sup> In *Situación 1* und *2* entsprachen die zwei am häufigsten realisierten Strategien aus Schritt 1, die für die Audioauswahl genutzt wurden, nicht den von Deutschen und Spanier:innen in Vergleichsstudien am meisten verwendeten, sodass nicht überprüft werden konnte, wie es ankommt, wenn die Deutschen sich vermeintlich den Spanier:innen anpassen.

Im Gegensatz zu Kußes Aussage, dass „[sich] [s]chon aus der Feststellung bestimmter Unterschiede [...] auch Handlungsempfehlungen – besonders für die interkulturelle Unternehmenskommunikation – ableiten [lassen]“ (Kuße 2012: 209), zeigte sich in der vorliegenden Arbeit, dass die Ergebnisse aus kontrastiven (Alltags-)Studien nicht ohne Weiteres auf interkulturelle Situationen übertragen und für Ratgeber genutzt werden können.

## 9 ANWENDBARKEIT DER ERGEBNISSE IN DER PRAXIS

### 9.1 Handlungsempfehlungen für deutsche und spanische Geschäftsleute

Aus den Ergebnissen sollen in diesem Kapitel vorsichtig und differenziert Handlungsempfehlungen für deutsche und spanische Geschäftsleute abgeleitet werden, um einen Nutzen für die Praxis zu bieten. Die überwiegende Mehrheit meiner Teilnehmenden signalisierte, dass sie Interesse an den Forschungsergebnissen und empirisch basierten Empfehlungen für ihre Berufspraxis hat. Auch Spencer-Oatey (2010: 212) fordert von der pragmalinguistischen Forschung:

Surely we should make an [...] effort to make our pragmatics research findings relevant to the needs of professionals (such as business people) who work and communicate across cultures, and to try to help them prepare more effectively for such work. We need to avoid oversimplification, yet at the same time we need to be aware that large amounts of linguistic detail are difficult for non-linguists to process (ebd.).

Diesem Aufruf soll an dieser Stelle Folge geleistet werden. Vor dem Hintergrund des Ziels, dass die Äußerungen inhaltlich korrekt verstanden werden, den:die Gesprächspartner:in jedoch nicht kränken sollen, um eine zukünftige Kooperation nicht zu gefährden, können auf Basis eines Vergleichs der erwünschten und realen Perlokutionen Handlungsempfehlungen abgeleitet werden. Es werden keine generalisierten *Dos & Don'ts* formuliert, die Ergebnisse können jedoch einer allgemeinen Sensibilisierung für das Thema und seine Besonderheiten dienen. So zeigt insbesondere die Analyse von *Situación 3*, dass eine bestimmte Ausdrucksweise nicht per se besser, sondern von vielen Faktoren abhängig ist. Auch wenn viele Spanier:innen Ablehnungen indirekt formulieren, sollten Deutsche sich nicht unbedingt anpassen, weil sie missverstanden werden könnten.

Stattdessen sollten sie sich innerhalb des in der Analyse konstatierten Korridors bewegen und weder zu indirekte noch zu direkte Äußerungen verwenden. Indirekter wirkende Formulierungen sind zwar tendenziell beliebter, können jedoch wie z. B. im Falle von *Situación 1* als weniger dringend aufgefasst oder wie in *Situación 3* missverstanden werden. Zu direkte Formulierungen hingegen greifen das professionelle



und persönliche *face* des Hörers stark an und können wie in *Situación 2* dazu führen, dass dem unfreundlicher wirkenden Sprecher weniger geholfen wird.

Doch wie findet man diesen (mitunter schmalen) Mittelweg, dass der Hörer den Inhalt versteht, ohne sich persönlich angegriffen zu fühlen? Eine mögliche Lösung zur Verbindung von Klarheit und Höflichkeit wäre es, für den *head act* tendenziell direkte Strategien ohne kulturabhängige Implikaturen zu verwenden. Diese direkten Strategien sollten sachlich und nicht persönlich angreifend sein. Für den Ausdruck von Höflichkeit sollten *supportive moves* genutzt werden (siehe Abb. 23). So merkt ein spanischer Proband bei *Situación 2* an: „[...] en estas ocasiones al terminar de recordarme el olvido, solemos introducir un ‚Gracias‘. (suaviza la situación)“ (E31). Durch Beziehungssignale, Lob, Dank, etc. kann der Sprecher verdeutlichen, dass bspw. die inhaltliche Kritik im *head act* nicht persönlich gemeint ist (vgl. Brown/Levinson 2011: 70).

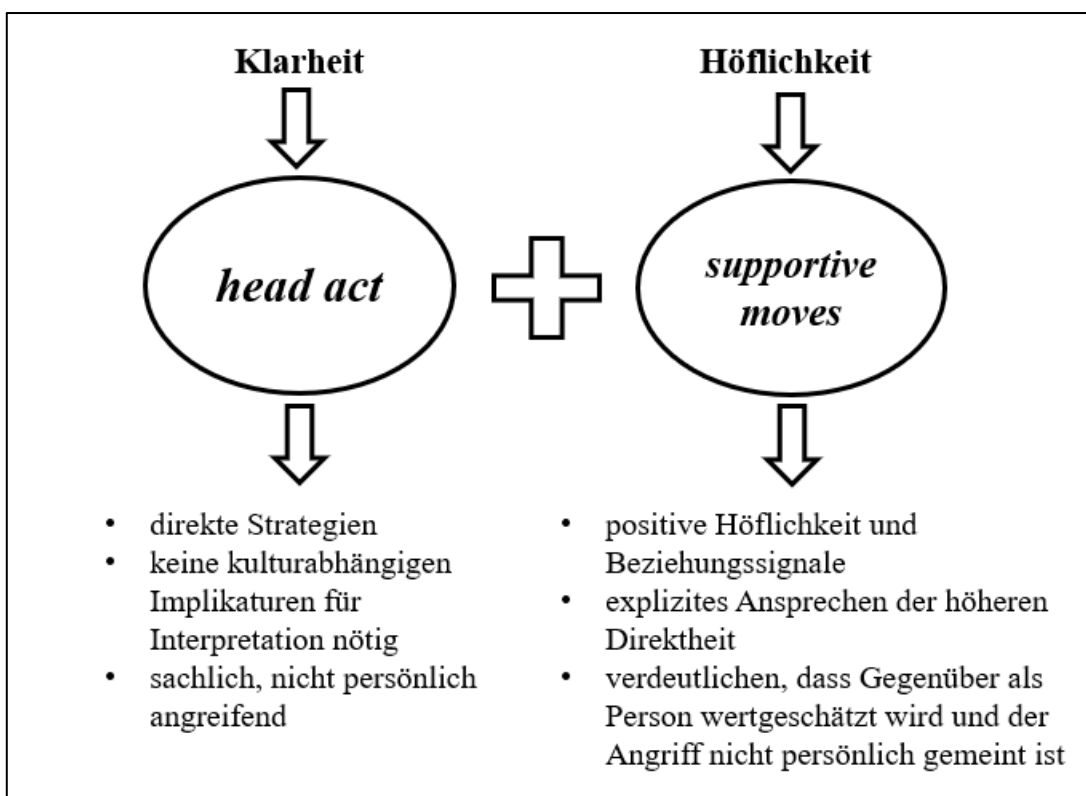


Abbildung 29: Mögliche Lösung für die Verbindung von Klarheit und Höflichkeit in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation.

Da Spanier:innen weniger zwischen professionellem und persönlichem *face* zu trennen scheinen (siehe Kap. 8.5), kann ein expliziter Hinweis auf die direkte Ausdrucksweise sinnvoll sein, um zu verdeutlichen, dass sie nicht persönlich gemeint ist. Einer der bilingual aufgewachsenen Teilnehmenden nutzt diese Strategie und schwächt seine

Beschwerde in *Situación 2* wie folgt ab: „tengo que ser tan sincero y honesto contigo porque: es son las fechas que quem/ que han dictado el proyecto“ (D2). Eine weitere Probandin merkt in der Abschlussfrage an, dass sie in ihrem Unternehmen die Deutschen und Spanier:innen vor wichtigen Besprechungen vorwarnen:

„wir versuchen dann vorher schon in der Kommunikation zu sagen, Achtung, Spanier, wenn der Deutsche so direkt ist, dann ist es kein direkter Angriff, und dem Deutschen sagen wir Achtung, in Spanien solltest du nicht so reden, weil die empfinden das als direkten Angriff. So versuchen wir das in der Kommunikation gerade bei wichtigen Meetings vorher schon zu klären, damit die Kommunikation einfach flüssiger läuft“ (D18).<sup>120</sup>

Für die spanische Seite sind nur auf die Rezeption und Perzeption bezogene Empfehlungen möglich, da im Rahmen dieser Arbeit die Sprachproduktion spanischer Geschäftsleute nicht untersucht wurde. Die Ergebnisse können einer allgemeinen Sensibilisierung dienen, um vorschnelle Kulturalisierungen und Attributionsfehler zu vermeiden.

## 9.2 Limitationen

An dieser Stelle sind einige Aspekte zu nennen, die die Generalisierbarkeit der Ergebnisse einschränken. Aufgrund geltender Datenschutzbestimmungen konnten keine authentischen Situationen aufgezeichnet werden. Es musste ein Forschungsdesign erstellt werden, welches im Rahmen von Interviews umgesetzt werden konnte. Durch die geschlossenen Rollenspiele in Schritt 1 fand kein *turn taking* und somit keine echte Interaktion statt. Hinzukommt, dass die Audioaufnahmen keine Analyse von Gestik und Mimik erlauben. Der für alle Teilnehmenden identische Kontext der Situationen erhöhte die Vergleichbarkeit, aber verringerte die Authentizität, da die Personen in der Realität in verschiedenen Bereichen arbeiten. Mit Vorsicht betrachtet werden sollte zudem der hohe Anteil junger Frauen auf deutscher Seite.

Bezogen auf die Antworten der teilnehmenden Geschäftsleute könnte es sein, dass sie in einer „Laborsituation“ direkter ausfallen, weil das Gegenüber nicht gesehen wird.

---

<sup>120</sup> Im Gegensatz zu den spanischen Formulierungen in den geschlossenen Rollenspielen wurden die Antworten auf die Abschlussfrage sprachlich geglättet und es wurden bspw. Verzögerungssignale wie „ähm“ gelöscht, da es bei den deutschen Zusatzinformationen auf den Inhalt ankommt.

Daher achten sie eventuell vermehrt auf den Inhalt statt auf die Höflichkeit ihrer Formulierungen. Andererseits könnten ihre Antworten indirekter als in realen Interaktionssituationen sein, da sie aufgrund von sozialer Erwünschtheit in einer Studie der Forscherin gegenüber nicht zu unhöflich wirken wollen. Ob und inwiefern Abweichungen in die eine oder andere Richtung in den Daten vorhanden sind oder ob sich die beiden Faktoren eventuell gegenseitig aufheben, kann nicht abschließend geklärt werden.

Auch die Datenerhebung in Schritt 2 unterlag verschiedenen Restriktionen. Aufgrund der Erreichbarkeit der Teilnehmenden beinhaltet die Stichprobe viele Personen, die bis jetzt keinen beruflichen Kontakt zu Deutschland hatten. Zudem arbeiten viele der Proband:innen in Start-Ups, da ein großer Teil der Interviews im Rahmen einer Start-Up-Messe durchgeführt wurde. Zudem gab es während der Erhebung durch die Messeumgebung bedingte Störgeräusche und Ablenkungen, weshalb einige wenige Audios doppelt vorgespielt wurden. Teilweise nahmen Kolleg:innen gleichzeitig an der Studie teil. Kurze gegenseitige Beeinflussungen in der Interpretation und Bewertung der Audios bspw. durch Blickkontakt konnten von der Forscherin nicht komplett unterbunden werden.

Bezüglich der Antworten der spanischen Teilnehmenden ist zu bedenken, dass diese durch andere, nicht abgefragte Faktoren beeinflusst sein werden können. So ist die Sympathie eventuell auch von der gesprochenen Varietät oder vom Akzent des Deutschen und nicht nur von der Höflichkeit abhängig. Darüber hinaus geben die Antworten zur Perlokution lediglich Aufschluss darüber, was die spanischen Geschäftsleute tun würden. Aufgrund der fiktiven Situationen konnte nicht überprüft werden, wie sie tatsächlich handeln.

Zudem zeigen die unterschiedlichen Interpretationen und Präferenzen, dass auch innerhalb der Spanier:innen Differenzen existieren. Es handelt sich nicht um eine homogene Sprachgemeinschaft. Laut Ebert (2015: 510) „[...] sind sich nicht alle Sprachteilhaber einig in Bezug auf das, was jeweils als höfliches Verhalten zu gelten hat“. Wie eine Formulierung ankommt und welche Reaktion sie auslöst, hängt immer auch von persönlichen Hintergründen, Erfahrungen und Präferenzen des Gegenübers ab. Auch branchenspezifische Kommunikationsbesonderheiten und der konkrete Kontext (z. B. die Dringlichkeit des Projekts) können zu Abweichungen führen. So bestätigt Keim

Cubas (2000: 193), „daß die Beurteilung dessen, ob eine bestimmte Sprechhandlung als höflich oder unhöflich deklariert wird, nicht unabhängig von der konkreten Interaktionssituation erfolgen kann“. Deshalb können keine allgemeingültigen Empfehlungen für die deutsch-spanische Wirtschaftskommunikation gegeben werden. Trotz der Einschränkungen bieten die Ergebnisse interessante Erkenntnisse und lassen Tendenzen erkennen, die jedoch kritisch hinterfragt und nicht ohne Weiteres auf alle deutschen und spanischen Geschäftsleute übertragen werden sollten.

## 10 FAZIT UND AUSBLICK

Die vorliegende Arbeit bietet einen umfassenden Einblick in das sprachliche Handeln in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation. Es wurde untersucht, wie deutsche Geschäftsleute ausgewählte Sprechakte aus dem Wirtschaftskontext auf Spanisch formulieren und wie diese von spanischen Geschäftsleuten verstanden und bewertet werden.

Im ersten Schritt wurde mithilfe der Methode des geschlossenen Rollenspiels erhoben, wie deutsche Erstsprachler:innen die Sprechakte Aufforderung, Beschwerde, Entschuldigung, Ablehnung und Persuasion von Vorschlag, Bitte um Hilfe sowie Ablehnung einer Bitte um Hilfe auf Spanisch realisieren. Der Vergleich der Ergebnisse mit bereits existierenden kontrastiven Studien zeigte zwei Tendenzen. Zum einen verwenden die deutschen Teilnehmenden aufgrund von pragmatischem Transfer für die Formulierung der spanischen Sprechakte ähnliche Strategien wie auf Deutsch. Zum anderen ist ihre Ausdrucksweise in der Wirtschaft direkter als in Alltagssituationen. Als mögliche Begründung wurde das Konzept des *professional face* (Charles 1996) herangezogen.

Im zweiten Schritt wurden spanischen Geschäftsleuten ausgewählte Audio-Dateien zur Interpretation und Beurteilung vorgespielt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Äußerungen der Deutschen richtig verstanden und bevorzugt werden, wenn sie weder zu direkt noch zu indirekt sind. Anschließend wurden Handlungsempfehlungen für die Praxis abgeleitet und eine mögliche Lösung für die Verbindung von Klarheit und Höflichkeit in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation vorgestellt. Aufgrund der Personen- und Kontextabhängigkeit ist eine kritische Hinterfragung der Ergebnisse und Empfehlungen notwendig.

In zukünftigen Studien wäre es interessant, die Interpretation spanischer Sprechakte durch deutsche Erstsprachler:innen zu untersuchen, da neben der Sprachproduktion auch die Rezeption von großer Wichtigkeit für eine gelungene Kommunikation ist. Zudem besteht weiterer Forschungsbedarf bezüglich interaktionaler Besonderheiten in Gesprächen mit mehreren Sequenzen. Die zu Beginn der Arbeit genannten wirtschaftlichen Kennzahlen lassen vermuten, dass das Thema auch in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen wird. Vor diesem Hintergrund soll die vorliegende Arbeit zur besseren Verständigung in der interkulturellen Praxis beitragen.

## 11 BIBLIOGRAPHIE

- App, Joachim/Ksienrzyk, Lisa (2017): „Spanien. Kulturelle Differenzen zwischen Siesta und Tapas“. In: Ternès, Anabel/Towers, Ian (Hrsg.): *Interkulturelle Kommunikation. Länderporträts – Kulturunterschiede – Unternehmensbeispiele*. Wiesbaden: Springer, S. 243-257.
- Austin, John Longshaw (<sup>2</sup>1975[1962]): *How to do things with words. The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955*. Oxford: Oxford University Press.
- Auswärtiges Amt (2024): *Deutschland und Spanien: Bilaterale Beziehungen*. <https://www.auswaertiges-amt.de/de/service/laender/spanien-node/bilateral/210216> (18.08.2024).
- Bardovi-Harlig, Kathleen (2013): „Developing L2 pragmatics“. In: *Language Learning*, 63: Suppl. 1, S. 68–86.
- Bardovi-Harlig, Kathleen/Hartford, Beverly S. (1990): “Congruence in native and nonnative conversations: Status balance in the academic advising session“. In: *Language Learning*, 40, 4, S. 467-501.
- Barmeyer, Christoph (2010): „Kulturdimensionen und Kulturstandards“. In: ders./Genkova, Petia/Scheffer, Jörg (Hrsg.): *Interkulturelle Kommunikation und Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Wissenschaftsdisziplinen, Kulturräume*. Passau: Verlag Karl Stutz, S. 87–117.
- Barmeyer, Christoph I. (in Verbindung mit Lüsebrink/Hans-Jürgen) (1996): *Interkulturelle Qualifikationen im deutsch-französischen Management kleiner und mittelständischer Unternehmen (mit Schwerpunkt Saarland/Lothringen)*. St. Ingbert: Röhrig (Saarbrücker Studien zur Interkulturellen Kommunikation mit Schwerpunkt Frankreich/Deutschland, 1).
- Beebe, Leslie M./Takahashi, Tomoko/Uliss-Weltz, Robin (1990): „Pragmatic Transfer in ESL Refusals“. In: Scarcella, Robin/Andersen, Elaine/Krashen, Stephen (Hrsg.): *Developing Communicative Competence in a Second Language*. Cambridge, MA: Newbury House, S. 55-73.
- Bies, Andrea (2015): *Deutsch-spanische Erstkontakte: Eine Gattungsanalyse*. München: Iudicium (*Interkulturelle Kommunikation*, 12). Dissertation: Universität Bayreuth.
- Blum-Kulka, Shoshana/House, Juliane/Kasper, Gabriele (1989): „Investigating Cross-Cultural Pragmatics: An Introductory Overview“. In: Dies. (Hrsg.): *Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies*. Norwood, New Jersey: Ablex (*Advances in Discourse Processes*, 31), S. 1-34.
- Bolten, Jürgen (2016): „Interkulturelle Trainings neu denken“. In: *interculture journal* 15, 26, S. 75–92.
- Bolten, Jürgen (<sup>3</sup>2018[2007]): *Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht (UTB 2922).
- Bolten, Jürgen (2020): „Interkulturalität neu denken: Strukturprozessuale Perspektiven“. In: Giessen, Hans W./Rink, Christian (Hrsg.): *Migration, Diversität und*

- kulturelle Identitäten: Sozial- und kulturwissenschaftliche Perspektiven*. Stuttgart: Springer Verlag, S. 85–104.
- Bravo, Diana (1996): *La risa en el regateo: Estudio sobre el estilo comunicativo de negociadores españoles y suecos*. Dissertation: Universität Stockholm.
- Brown, Penelope/Levinson, Stephen C. (<sup>21</sup>2011)[1978]: *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press (*Studies in Interactional Sociolinguistics* 4).
- Brünner, Gisela (2000): *Wirtschaftskommunikation. Linguistische Analyse ihrer mündlichen Formen*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag (Reihe Germanistische Linguistik, 213).
- Bublitz, Wolfram (2018): „Introduction to part 2: Introspectional pragmatics”. In: Jucker, Andreas H./Schneider, Klaus P./Bublitz, Wolfram (Hrsg.): *Methods in Pragmatics*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton (*Handbooks of Pragmatics*, 10), S. 123-131.
- Charles, Mirjaliisa (1996): „Business Negotiations: Interdependence Between Discourse and the Business Relationship”. In: *English for Specific Purposes* 15 (1), S. 19-36.
- Chen, Jieying Chen (2016): *Interkulturelle Kommunikation im Betrieb. Gattungsanalyse deutsch-chinesischer Kantinengespräche*. München: iudicium (*Interkulturelle Kommunikation*, 13).
- Chen, Yuan-Shan/Chen, Chun-Yin Doris/Chang, Miao-Hsia (2011): „American and Chinese complaints: Strategy use from a cross-cultural perspective”. In: *Intercultural Pragmatics*, 8, 2, S. 253-275.
- Clark, Herbert H./Bangerter, Adrian (2004): „Changing Ideas about Reference”. In: Noveck, Ira A./Sperber, Dan (Hrsg.): *Experimental Pragmatics*, Basingstoke: Palgrave Macmillan (*Palgrave Studies in Pragmatics, Language and Cognition*), S. 25-49.
- Crandall, Elizabeth/Basturkmen, Helen (2004): „Evaluating pragmatics-focused materials”. In: *ELT Journal*, 58, 1, S. 38-49.
- Decock, Sofie/Spiessens, Anneleen (2017): „Customer complaints and disagreements in a multilingual business environment. A discursive-pragmatic analysis”. In: *Intercultural Pragmatics* 14 (1), S. 77-115.
- Delanoy, Werner (2020): „What is culture?”. In: Rings, Guido/Rasinger, Sebastian M. (Hrsg.): *The Cambridge Handbook of Intercultural Communication*. Cambridge: Cambridge University Press (*Cambridge Handbooks in Language and Linguistics*), S. 17–34.
- Deppermann, Arnulf (2002): „Von der Kognition zur verbalen Interaktion: Bedeutungskonstitution im Kontext aus Sicht der Kognitionswissenschaften und der Gesprächsforschung“. In: ders./Spranz-Fogasy, Thomas (Hrsg.): *be-deuten. Wie Bedeutung im Gespräch entsteht*. Tübingen: Stauffenburg (*Stauffenburg Linguistik*, 27), S. 11-33.

- Ebert, Helmut (2015): „Höflichkeit und Respekt in der Unternehmenskommunikation“. In: Hundt, Markus/Biadala, Dorota (Hrsg.): *Handbuch Sprache in der Wirtschaft*. Berlin/Boston: De Gruyter (*Handbücher Sprachwissen*, 13), S. 508-539.
- Eckardt, Regine (2021): *Sprache und Kontext. Eine Einführung in die Pragmatik*. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Ehrhardt, Claus/Heringer, Hans Jürgen (2011): *Pragmatik*. Paderborn: Wilhelm Fink (*Linguistik für Bachelor*).
- Elsen, Hilke (2014): *Linguistische Theorien*. Tübingen: Narr Francke Attempto (Narr Studienbücher).
- Erfurt, Jürgen (2021): *Transkulturalität – Prozesse und Perspektiven*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag (*UTB 5542*).
- Escandell Vidal, M. Victoria (1996): *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Eslami, Zohreh R. (2010): „How to develop appropriate refusal strategies“. In: Martínez-Flor, Alicia/Usó-Juan, Esther (Hrsg.): *Speech Act Performance. Theoretical, empirical and methodological issues*. Amsterdam: John Benjamins (*Language Learning & Language Teaching*, 26), S. 217-236.
- Félix-Brasdefer, J. César (2007): „Pragmatic development in the Spanish as a FL classroom: A cross-sectional study of learner requests“. In: *Intercultural Pragmatics*, 4(2), S. 253–286.
- Félix-Brasdefer, J. César (2013): „Refusing in L2 Spanish: The effects of the context of learning during a short-term study abroad program“. In: Martí-Arnándiz, Otilia/Salazar-Campillo, Patricia (Hrsg.): *Refusals in instructional contexts and beyond*. Amsterdam/New York: Rodopi (*Utrecht Studies in Language and Communication*, 25), S. 147-173.
- Félix-Brasdefer, J. César (2017): „Interlanguage Pragmatics“. In: Huang, Yan (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Pragmatics*. Oxford/New York: Oxford University Press (*Oxford Handbooks in Linguistics*), S. 416-434.
- Félix-Brasdefer, J. César (2018): „Role plays“. In: Jucker, Andreas H./Schneider, Klaus P./Bublitz, Wolfram (Hrsg.): *Methods in Pragmatics*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton (*Handbooks of Pragmatics*, 10), S. 305-331.
- Goffman, Erving (1967): *Interaction Ritual. Essays in Face-to-Face Behavior*. Chicago: Aldine (as a Doubleday Anchor Original).
- Goffman, Erving (1971): *Verhalten in sozialen Situationen. Strukturen und Regeln der Interaktion im öffentlichen Raum*. Gütersloh: Bertelsmann (*Bauwelt Fundamente*, 30).
- Goffman, Erving (<sup>2</sup>1972[1961]): *Encounters. Two Studies in the Sociology of Interaction*. London/Victoria: Penguin University Books.
- Gómez Cervantes, María del Mar (2011): „El papel de la cortesía en la comunicación empresarial“. In: Fuentes Rodríguez, Catalina/Alcaide Lara, Esperanza/Brenes Peña, Ester (Hrsg.): *Aproximaciones a la (des)cortesía verbal en español*. Bern/Berlin/Bruxelles/Frankfurt am Main/New York/Oxford/Wien: Peter Lang (*Fondo hipánico de lingüística y filología*, 3), S. 377-389.



- Grice, Paul (1975): „Logic and conversation”. In: Cole, Peter/Morgan, Jerry L. (Hrsg.): *Syntax and Semantics Volume 3 Speech Acts*. New York/San Francisco/London: Academic Press, S. 41-58.
- Hall, Edward Twitchell (<sup>4</sup>1989[1976]): *Beyond Culture*. New York: Anchor Books.
- Hall, Edward Twitchell (<sup>4</sup>1990[1966]): *The Hidden dimension*. New York: Anchor Books.
- Hall, Edward Twitchell/Hall, Mildred Reed (1990): *Understanding Cultural Differences. Germans, French and Americans*. Yarmouth: Intercultural Press.
- Hasler-Barker, Maria (2016): „Effects of Metapragmatic Instruction on the Production of Compliments and Compliment Responses: Learner-learner Role-plays in the Foreign Language Classroom”. In: Bardovi-Harlig, Kathleen/Félix-Brasdefer, J. César (Hrsg.): *Pragmatics & Language Learning*, Volume 14. Honolulu: National Foreign Language Resource Center, S. 125-152.
- Helmolt, Katharina von (1997): *Kommunikation in internationalen Arbeitsgruppen. Eine Fallstudie über divergierende Konventionen der Modalitätskonstituierung*. München: iudicium verlag (*Interkulturelle Kommunikation 2*).
- Helmolt, Katharina von (2016): „Perspektivenreflexives Sprechen über Interkulturalität“. In: *interculture journal* 15/26, S. 33–41.
- Hofstede, Geert (<sup>2</sup>2001 [2000]): *Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage Publications.
- Hofstede, Geert/Hofstede, Gert Jan (<sup>5</sup>2011[2005]) *Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag (*Beck Wirtschaftsberater im dtv*).
- Holliday, Adrian (1999): „Small Cultures“. In: *Applied Linguistics* 20/2, S. 237-264.
- House, Juliane/ Kádár, Dániel Z. (2021). *Cross-cultural pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jackson, Terence (2020): „The legacy of Geert Hofstede”. In: *International Journal of Cross Cultural Management* 20,1, S. 3–6.
- Jandt, Fred E. (<sup>2</sup>1998[1995]): *Intercultural Communication. An Introduction*. Thousand Oaks/London/New Delhi: Sage.
- Janich, Nina (2012): „Werbekommunikation pragmatisch“. In: dies. (Hrsg.): *Handbuch Werbekommunikation. Sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge*. Narr Francke Attempto (*utb*), S. 213-228.
- Jucker, Andreas H. (2018a): „Data in pragmatic research”. In: Jucker, Andreas H./Schneider, Klaus P./Bublitz, Wolfram (Hrsg.): *Methods in Pragmatics*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton (*Handbooks of Pragmatics*, 10), S. 3-36.
- Jucker, Andreas H. (2018b): „Introduction to part 4: Observational pragmatics”. In: Jucker, Andreas H./Schneider, Klaus P./Bublitz, Wolfram (Hrsg.): *Methods in Pragmatics*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton (*Handbooks of Pragmatics*, 10), S. 335-342.

- Kabatek, Johannes/Pusch, Claus D. (<sup>2</sup>2011[2009]): *Spanische Sprachwissenschaft. Eine Einführung*. Tübingen: Narr Francke Attempto (*bachelor-wissen*).
- Kasper, Gabriele (1990): „Linguistic Politeness: Current Research Issues“. In: *Journal of Pragmatics*, 14, S. 193-218.
- Kasper, Gabriele (<sup>2</sup>2022[1995]): „Interlanguage pragmatics“. In: Verschueren, Jef/Östman, Jan-Ola (Hrsg.): *Handbook of Pragmatics: Manual*. 1/2 Ort? John Benjamins, S. 808–819.
- Kasper, Gabriele/Dahl, Merete (1991): „Research methods in interlanguage pragmatics“. In: *Studies in Second Language Acquisition*, 13, S. 215-247.
- Kasper, Gabriele/Rose, Kenneth R. (2002): *Pragmatic Development in a Second Language*. Malden, MA/Oxford: Blackwell Publishing (*Language Learning Monograph Series*).
- Kecskes, Istvan (2004): „Editorial: Lexical merging, conceptual blending, and cultural crossing“. In: *Intercultural Pragmatics*, 1, 1-26.
- Keim, Lucrecia (1994): *Interkulturelle Interferenzen in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation*. Frankfurt am Main/Berlin/Bern/New York/Paris/Wien: Peter Lang (*Werkstattreihe Deutsch als Fremdsprache*, 47).
- Keim Cubas, Lucrecia (2000): „Interkulturelle Verständigung in der Wirtschaftskommunikation: Deutsche und spanische Imagetechniken im Vergleich“. In: Ehnert, Rolf (Hrsg.): *Wirtschaftskommunikation kontrastiv*. Frankfurt am Main/Berlin/Bern/Brüssel/New York/Wien: Peter Lang (*Werkstattreihe Deutsch als Fremdsprache*, 67), S. 189-208.
- Keim Cubas, Lucrecia (2015): „Aspectos lingüísticos de las negociaciones hispano-alemanas“. In: Springer, Bernd F. W. (Hrsg.): *La comunicación hispano-alemana. Por qué no nos entendemos y cómo conseguirlo*. Kassel: Edition Reichenberger, S. 57-70.
- Keller, Rudi (1995): *Zeichentheorie. Zu einer Theorie semiotischen Wissens*. Tübingen: Francke.
- Kirner-Ludwig, Monika (2022a): „Data collection methods applied in studies in the journal *Intercultural Pragmatics* (2004–2020): a scientometric survey and mixed corpus study“. In: *Intercultural Pragmatics*, 19(4), S. 459-487.
- Kirner-Ludwig, Monika (2022b): „Research Methods in Intercultural Pragmatics“. In: Istvan Kecskes (Hrsg.): *The Cambridge Handbook of Intercultural Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press (*Cambridge Handbooks in Language and Linguistics*), S. 361-393.
- Knapp, Karlfried (<sup>2</sup>1999[1995]): „Interkulturelle Kommunikationsfähigkeit als Qualitätsmerkmal für die Wirtschaft“. In: Bolten, Jürgen (Hrsg.): *Cross Culture - Interkulturelles Handeln in der Wirtschaft*. Berlin: Wissenschaft und Praxis (*Schriftenreihe Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*, 1), S. 9-24.
- Kunkel, Melanie (2020): *Kundenbeschwerden im Web 2.0: Eine korpusbasierte Untersuchung zur Pragmatik von Beschwerden im Deutschen und Italienischen*. Tübingen: Narr Francke Attempto (*TBL Tübinger Beiträge zur Linguistik*).

- Kuße, Holger (2012): *Kulturwissenschaftliche Linguistik. Eine Einführung*. Göttingen/Bristol: Vandenhoeck & Ruprecht (*utb*).
- Labov, William (1980): „Einige Prinzipien linguistischer Methodologie“. In: Dittmar, Norbert/Rieck, Bert-Olaf (Hrsg.): *William Labov: Sprache im sozialen Kontext. Eine Auswahl von Aufsätzen*. Königstein/Ts: Athenäum, S. 1-24.
- Lakoff, Robin (1973): „The Logic of Politeness; or, Minding your P’s and q’s“. In: *Proceedings from the Annual Meeting of the Chicago Linguistic Society*, 9, 1, S. 292-305.
- Leech, Geoffrey N. (1983): *Principles of Pragmatics*. London: Longman.
- Lehrbuch Psychologie* (o. J.), hrsgg. von Springer, <https://lehrbuch-psychologie.springernature.com/glossar/zentrales-grenzwerttheorem> (12.08.2024).
- Lexikon Electronic Business* (2003), hrsgg. von Thomas Schildhauer, München/Wien: Oldenbourg.
- Linguee, <https://www.linguee.de/englisch-deutsch/uebersetzung/request.html> (05.08.2024).
- Linke, Angelika/Nussbaumer, Markus/Portmann, Paul R. (<sup>5</sup>2004[1991]): *Studienbuch Linguistik*. Tübingen: Max Niemeyer (*Reihe Germanistische Linguistik*, 121).
- Mann, Elke (2000): *Persuasive Sprechhandlungen in Alltagsdialogen des Russischen. Unter besonderer Berücksichtigung ihrer Handlungsbedingungen*. München/Berlin/Washington D.C.: Otto Sagner (*Specimina Philologiae Slavicae*, Supplementband 68).
- Márquez Reiter, Rosina (2000): *Linguistic Politeness in Britain and Uruguay. A contrastive study of requests and apologies*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins (*Pragmatics & Beyond New Series*, 83).
- Mateo González, Raquel (2018): „Kulturelle Barrieren in der deutsch-spanischen Geschäftskommunikation“. In: *Glottodidactica XLV/1*, S. 41-49.
- Maurer, Marcus (2008): „Überzeugen oder Überreden? Argumentationsstrategien in den Wahlwerbepots der Bundestagsparteien 1994 bis 2005“. In: Dörner, Andreas/Schicha, Christian (Hrsg.): *Politik im Spot-Format. Zur Semantik, Pragmatik und Ästhetik politischer Werbung in Deutschland*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 129-145.
- Meinl, Marja Ebba (2010): *Electronic Complaints: An Empirical Study on British English and German Complaints on eBay*. Dissertation: Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn.
- Montolío, Estrella/Ramallo, Fernando (2009): „Spain“. In: Bargiela-Chiappini, Francesca (Hrsg.): *The Handbook of Business Discourse*. Edinburgh: Edinburgh University Press, S. 412-422.
- Morris, Charles (1938): *Foundations of the Theory of Signs*. Chicago/London: The University of Chicago Press (*Foundations of the Unity of Science: Toward an International Encyclopedia of Unified Science*, vol. 1, no. 2).
- Mroczynski, Robert (2014): *Gesprächslinguistik. Eine Einführung*. Tübingen: Narr (*Narr Studienbücher*).

- Müller, Andreas P. (2006): *Sprache und Arbeit. Aspekte einer Ethnographie der Unternehmenskommunikation*. Tübingen: Gunter Narr Verlag (*Forum für Fachsprachen-Forschung 71*).
- Müller-Jacquier, Bernd (2000): „Linguistic Awareness of Cultures. Grundlagen eines Trainingsmoduls“. In: Bolten, Jürgen (Hrsg.): *Studien zur internationalen Unternehmenskommunikation*. Leipzig: Popp, S. 20–49.
- Müller-Jacquier, Bernd (2009) : „L’erreur fondamentale d’attribution dans la classe de langue“. In: *Les Cahiers de l’APLIUT*, Vol. XXVIII N°1, S. 27–44.
- Müller-Jacquier, Bernd (2019): „Missverstehen. Zur Analyse von Gesprächen unter der Bedingung von Interkulturalität“. In: *Der Deutschunterricht 71*, 1, S. 65–74.
- Murphy, Beth/Neu, Joyce (1996): „My grade’s too low: The speech act set of complaining“. In: Gass, Susan M./Neu, Joyce (Hrsg.): *Speech Acts Across Cultures. Challenges to Communication in a Second Language*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter (*Studies on Language Acquisition*, 11), S. 191-216.
- Nazarkiewicz, Kirsten (2010): *Interkulturelles Lernen als Gesprächsarbeit*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ogiermann, Eva (2018): „Discourse completion tasks“. In: Jucker, Andreas H./Schneider, Klaus P./Bublitz, Wolfram (Hrsg.): *Methods in Pragmatics*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton (*Handbooks of Pragmatics*, 10), S. 229-255.
- Olier, Eduardo/Valderrey, Francisco (2019): „Negotiating with Managers from Spain“. In: Khan, Mohammad Ayub/Ebner, Noam (Hrsg.): *The Palgrave Handbook of Cross-Cultural Business Negotiation*. Cham: Palgrave Macmillan, S. 329-351.
- Orthaber, Sara/Márquez-Reiter, Rosina (2011): „‘Talk to the hand’. Complaints to a public transport company“. In: *Journal of Pragmatics*, 43, S. 3860-3876.
- Papageorgiou, Panagiotis (2015): *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Internationale Wachstumsmärkte wie Mexiko und Brasilien erfolgreich generieren*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Piller, Ingrid (2017[2011]): *Intercultural Communication. A Critical Introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Placencia, María Elena/García, Carmen (2011): *Estudios de variación pragmática en español*. Buenos Aires: Dunken.
- Rehbein, Jochen (2006): „The cultural apparatus. Thoughts on the relationship between language, culture and society“. In: Bührig, Kristin/Ten Thije, Jan D., (Hrsg.): *Beyond Misunderstanding. Linguistic Analysis of Intercultural Communication*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins (*Pragmatics & Beyond*, 144), S. 43–96
- Rehbein, Ramona/Thomas, Alexander/Steinhuber, Sybille (2009): *Beruflich in Spanien. Trainingsprogramm für Manager, Fach- und Führungskräfte*. Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht (*Handlungskompetenz im Ausland*).
- Reimann, Daniel/Robles i Sabater, Ferran/Sánchez Prieto, Raúl (2019): *Kontrastive Pragmatik in Forschung und Vermittlung. Deutsch, Spanisch und Portugiesisch im Vergleich*. Tübingen: Narr Francke Attempto (*Romanistische Fremdsprachenforschung und Unterrichtsentwicklung*, 15).

- Scarcella, Robin (1979): „On speaking politely in a second language”. In: Yorio, Carlos/Perkins, Kyle/Schachter, Jacquelyn (Hrsg.): *TESOL '79: The Learner in Focus*. Washington, DC: TESOL, S. 275-287.
- Schauer, Gila A. (2024): *Intercultural Competence and Pragmatics*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Schneider, Klaus P. (2018a): „Methods and ethics of data collection”. In: Jucker, Andreas H./Schneider, Klaus P./Bublitz, Wolfram (Hrsg.): *Methods in Pragmatics*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton (*Handbooks of Pragmatics*, 10), S. 37-93.
- Schneider, Klaus P. (2018b): „Introduction to part 3: Experimental pragmatics”. In: Jucker, Andreas H./Schneider, Klaus P./Bublitz, Wolfram (Hrsg.): *Methods in Pragmatics*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton (*Handbooks of Pragmatics*, 10), S. 219-228.
- Schröder, Tilman (2015): „La web social como libro de quejas: un análisis contrastivo de reclamaciones en Facebook“. In: Rentel, Nadine/Reutner, Ursula/Schröpf, Ramona (Hrsg.): *Lingüística mediática y traducción audiovisual. Estudios comparativos español-alemán*. Frankfurt am Main/Berlin/Bern/Bruxelles/New York/Oxford/Wien: Peter Lang (*Studien zur Translation und Interkulturellen Kommunikation in der Romania*, 2), S. 47-68.
- Scollon, Ron/Scollon, Suzanne Wong/Jones, Rodney H. (<sup>3</sup>2012[1995]): *Intercultural communication. A Discourse Approach*. Chichester: John Wiley & Sons (*Language in Society*, 21).
- Searle, John R. (1969): *Speech Acts. An Essay in the Philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Searle, John R. (1975): „Indirect Speech Acts”. In: Cole, Peter/Morgan, Jerry L. (Hrsg.): *Syntax and Semantics. Volume 3. Speech Acts*. New York/San Francisco/London: Academic Press, S. 59-82.
- Searle, John R. (1976): “A classification of illocutionary acts”. In: *Language in Society*, 5, 1, S. 1-23.
- Seeger, Carla (2023): „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation aus Sicht der Gesprächslinguistik: Interkulturalität in Gesprächen zwischen deutschen und französischen Geschäftspartner:innen“. In: Castagne, Eric/Müller-Lancé, Johannes (Hrsg.): *Appropriations et pratiques de la diversité linguistique et culturelle en Europe. Erwerb und Praxis sprachlicher und kultureller Vielfalt in Europa. Mannheim Conference Series*, S. 117-137. <https://majournals.bib.uni-mannheim.de/index.php/majournal/issue/view/34> (26.07.2024).
- Selinker, Larry (1972): „Interlanguage”. In: *IRAL: International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 10, 3, S. 209–231.
- Selting, Margret/Auer, Peter/Barth-Weingarten, Dagmar/Bergmann, Jörg/Bergmann, Pia/Birkner, Karin/Couper-Kuhlen, Elizabeth/Deppermann, Arnulf/Gilles, Peter/Günthner, Susanne/Hartung, Martin/Kern, Friederike/Mertzluff, Christine/Meyer, Christian/Morek, Miriam/Oberzaucher, Frank/Peters, Jörg/Quasthoff, Uta/Schütte, Wilfried/Stukenbrock, Anja/Uhmann, Susanne (2009) : „Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2)“. In: *Gesprächsforschung - Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 10, S. 353-402.

- Siebold, Kathrin (2007): „La cortesía verbal. Estudio contrastivo de la disculpa en alemán y en español". *ORALIA. Análisis del Discurso Oral*, 10, Anejo 3/2, S. 759-768.
- Siebold, Kathrin (2008a): *Actos de habla y cortesía verbal en español y en alemán. Estudio pragmlingüístico e intercultural*. Frankfurt am Main/Berlin/Bern/Brüssel/New York/Oxford/Wien: Peter Lang (*Studien zur romanischen Sprachwissenschaft und interkulturellen Kommunikation*, 42). Dissertation: Universidad de Sevilla.
- Siebold, Kathrin (2008b): „Die Interkulturelle Pragmatik - Angenehm, Sie kennenzulernen!“. In: *Magazin. Revista de Germanística Intercultural*, 18, S. 8-13.
- Siebold, Kathrin (2013): „Sprachliche Höflichkeit (im spanisch-deutschen Vergleich)". In: Born, Joachim/Folger, Robert/Laferl, Christopher F./Pöll, Bernhard (Hrsg.): *Handbuch Spanisch. Sprache, Literatur, Kultur, Geschichte in Spanien und Hispanoamerika. Für Studium, Lehre, Praxis*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, S. 368-373.
- Siebold, Kathrin/Busch, Hannah (2015): „(No) need for clarity. Facework strategies in Spanish and German refusals". In: *Journal of Pragmatics*, 75, S. 53-68.
- Spencer-Oatey, Helen (<sup>2</sup>2008[2000]): „Face, (Im)Politeness and Rapport". In: Dies. (Hrsg.): *Culturally Speaking. Culture, Communication and Politeness Theory*. London/New York: Continuum, S. 11-47.
- Spencer-Oatey, Helen (2010): „Intercultural competence and pragmatics research: Examining the interface through studies of intercultural business discourse". In: Trosborg, Anna (Hrsg.): *Pragmatics across Languages and Cultures*. Berlin/New York: De Gruyter Mouton (*Handbooks of Pragmatics*, 7), S. 189-216.
- Spencer-Oatey, Helen/Franklin, Peter (2009): *Intercultural Interaction. A Multidisciplinary Approach to Intercultural Communication*. New York: Palgrave Macmillan (*Research and Practice in Applied Linguistics*).
- Springer, Bernd F. W. (2012): *Das kommt mir spanisch vor. Einführung in die deutsch-spanische Kommunikation*. München: iudicium.
- Stalpers, Judith (1995): „The expression of disagreement“. In: Ehlich, Konrad/Wagner, Johannes (Hrsg.): *The discourse of business negotiation*. Berlin/New York: Mouton De Gruyter, S. 275-289.
- Statistisches Bundesamt (2024a): „Rangfolge der wichtigsten Handelspartner Deutschlands nach Gesamtvolumen des Außenhandels (Exporte + Importe) im Jahr 2023 (in Milliarden Euro)“. In: *Statista*. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/684656/umfrage/wichtigste-handelspartner-deutschlands-nach-gesamtvolumen-des-aussenhandels/> (18.08.2024).
- Statistisches Bundesamt (2024b): „Wert der Exporte aus Deutschland nach Spanien von 2011 bis 2023 (in Milliarden Euro)“. In: *Statista*. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1346956/umfrage/deutsche-exporte-nach-spanien/> (18.08.2024).
- Statistisches Bundesamt (2024c): „Wert der Importe von Deutschland aus Spanien von 2011 bis 2023 (in Milliarden Euro)“. In: *Statista*. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1346970/umfrage/deutsche-importe-aus-spanien/> (18.08.2024).

- Techtmeier, Bärbel (1996): „Akzeptanzstützung als textstrukturierendes Prinzip“. In: Motsch, Wolfgang (Hrsg.): *Ebenen der Textstruktur. Sprachliche und kommunikative Prinzipien*. Tübingen: Niemeyer, S. 121-164 (*Reihe Germanistische Linguistik*, 164).
- Ten Thije, Jan D. (2016): „Intercultural communication“. In Jäger, Ludwig/Holly, Werner/Krapp, Peter/Weber, Samuel/Heekeren, Simone (Hrsg.): *Sprache – Kultur – Kommunikation / Language – Culture – Communication. Ein internationales Handbuch zu Linguistik als Kulturwissenschaft / An International Handbook of Linguistics as Cultural Discipline*. Berlin: De Gruyter Mouton (*Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft/Handbooks of Linguistics and Communication Science, HSK*, 43), S. 587-600.
- Ten Thije, Jan D. (2020): „What is Intercultural Communication?“. In: Rings, Guido; Rasinger, Sebastian M. (Hrsg.): *The Cambridge Handbook of Intercultural Communication*. Cambridge: Cambridge University Press (*Cambridge Handbooks in Language and Linguistics*), S. 35-55.
- Ternès, Anabel/Towers, Ian (2017): *Interkulturelle Kommunikation. Länderporträts – Kulturunterschiede – Unternehmensbeispiele*. Wiesbaden: Springer.
- Thomas, Alexander (<sup>2</sup>2005[2003]): „Kultur und Kulturstandards“. In: Thomas, Alexander/Kinast, Eva-Ulrike/Schroll-Machl, Sylvia (Hrsg.): *Handbuch. Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S. 19–31.
- Thomas, Jenny (1983): „Cross-cultural pragmatic failure“. In: *Applied Linguistics*, 4,2, S. 91-112.
- Towers, Ian/Peppler, Alexander (2017): „Geert Hofstede und die Dimensionen einer Kultur“. In: Ternès, Anabel/Towers, Ian (Hrsg.): *Interkulturelle Kommunikation. Länderporträts – Kulturunterschiede – Unternehmensbeispiele*. Wiesbaden: Springer, S. 15–20.
- Trosborg, Anna (2010): „Introduction“. In: dies. (Hrsg.): *Pragmatics across languages and cultures*. Berlin/New York: De Gruyter Mouton (*Handbooks of Pragmatics*, 7), S. 1-39.
- Ulijn, Jan M./Verweij, Maurits J. (2000): „Questioning behaviour in monocultural and intercultural technical business negotiations: the Dutch–Spanish connection“. In: *Discourse Studies*, 2(2): S. 217–248.
- Utlar, Astrid (2020): „Kultur, Kulturdimensionen und Kulturstandards“. In: Ringeisen, Tobias; Genkova, Petia; Leong, Frederick T. L. (Hrsg.) *Handbuch Stress und Kultur. Interkulturelle und kulturvergleichende Perspektiven*. Wiesbaden: Springer, S. 1-17.
- Vinther, Thora (2011): „La interrupción y el género discursivo“. In: Fuentes Rodríguez, Catalina/Alcaide Lara, Esperanza/Brenes Peña, Ester (Hrsg.): *Aproximaciones a la (des)cortesía verbal en español*. Bern/Berlin/Bruxelles/Frankfurt am Main/New York/Oxford/Wien: Peter Lang (*Fondo hispánico de lingüística y filología*, 3), S. 569-583.
- Wannaruk, Anchalee (2008): „Pragmatic transfer in Thai EFL refusals“. In: *RELC Journal*, 39 (3), S. 318-337.

- Watzlawick, Paul/Beavin, Janet H./Jackson, Don D. (<sup>13</sup>2017[1969]): *Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien*. Bern: Hogrefe.
- Welsch, Wolfgang (2020): „Transkulturalität: Realität und Aufgabe“. In: Giessen, Hans W./Rink, Christian (Hrsg.): *Migration, Diversität und kulturelle Identitäten. Sozial- und kulturwissenschaftliche Perspektiven*. Stuttgart: Springer Verlag, S. 3–17.



## 12 ANHANG

### 12.1 Schritt 1: Sprachproduktion deutscher Geschäftsleute auf Spanisch

#### 12.1.1 Flyer Deutsch

**UNIVERSITÄT MANNHEIM**  
Philosophische Fakultät

## Teilnehmende gesucht

### Forschungsprojekt „Sprachliches Handeln in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation“

Wer?	Was?	Warum?
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personen mit Deutsch als Muttersprache und Spanischkenntnissen</li> <li>• Job in Wirtschaftsunternehmen</li> <li>• vergangener/aktueller/zukünftiger beruflicher Kontakt zu Spanien (punktuell, durch Unternehmenskooperationen oder Einzelpersonen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mündliche Interviews (Präsenz/Zoom/Teams) zu Situationen aus Geschäftsalltag</li> <li>• Fragebogen für Hintergrundinfos → insg. ca. 20 Min.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützen Sie die aktuelle Forschung</li> <li>• Profitieren Sie von den Forschungsergebnissen und erhalten Sie kostenlose Handlungsempfehlungen für zukünftige interkulturelle Situationen</li> </ul>

Kontakt: Carla Seeger, M.A. Internationale Wirtschaftsbeziehungen, Betreuer: Prof. Dr. Müller-Lancé, [carla.seeger@uni-mannheim.de](mailto:carla.seeger@uni-mannheim.de), LinkedIn

#### 12.1.2 Situationsbeschreibungen für deutsche Proband:innen

##### Kontext 1: Zusammenarbeit/Kooperation mit spanischem Unternehmen

- Das Unternehmen, in dem du arbeitest, hat eine Kooperation mit einer spanischen Firma (sei es für die Geschäfte vor Ort oder für ein größeres Joint Venture)
- Die Situationen sind recht vage gehalten, damit verschiedene Teilnehmer etwas damit anfangen können, du kannst sie gerne auf deinen Bereich anpassen
- Wichtig:
  - ihr redet mündlich miteinander, sei es persönlich (Geschäftsreise) oder am Telefon
  - du kennst deinen Gesprächspartner noch nicht gut, keine persönliche Beziehung/Rückbezug auf Witze aus vorherigen Gesprächen
  - gleiche Hierarchieebene in anderem Unternehmen, kein Unterstellungsverhältnis
  - dein Gesprächspartner/Gesprächspartnerin kann kein Deutsch

##### Situation 1: Aufforderung

- Gemeinsam mit dem spanischen Vertreter/der spanischen Vertreterin sollst du ein Ausgangsstatement/einen Entwurf für ein Projekt bringen und du bist für die

Zusammenführung verantwortlich. Nächste Woche sollst du deinem Vorgesetzten die Ergebnisse präsentieren. Dafür ist es wichtig, dass der Spanier/die Spanierin dir bis Ende dieser Woche seinen Datensatz/Systembeschreibung/Entwurf/die Details, auf die nur er/sie Zugriff hat, schickt. Du sprichst ihn/sie an und forderst ihn/sie auf, dir seinen/ihren Teil rechtzeitig zukommen zu lassen. Was sagst du?

### **Situation 2: Beschwerde**

- Gleicher Hintergrund, Weiterentwicklung der Situation
- Du hast mit dem Spanier/der Spanierin vereinbart, dass er/sie dir die Daten/Details/seinen Teil bis Ende letzter Woche schicken sollte. Du hast jedoch bis zur nächsten Woche immer noch nichts erhalten und bist genervt, dass die Frist nicht eingehalten wurde und du nun in deinem Arbeitsablauf behindert wirst. Dabei hastet ihr das Datum gemeinsam vereinbart. Du sprichst ihn/sie darauf an. Was sagst du?

### **Situation 3: Entschuldigung**

- Gleicher Hintergrund, aber andersherum
- Nun bist du derjenige, der/diejenige, die einen Entwurf/Datensatz/Prozessbeschreibung liefern soll und hast abgesprochen, dass du bis letzte Woche die Daten bereitstellst, die der Spanier/die Spanierin braucht, um weiterzuarbeiten. Leider konntest du die Frist nicht einhalten. Was sagst du?

### **Situation 4: Widerspruch/Kritik an Vorschlag äußern**

- Gleicher Hintergrund, dein Unternehmen hat eine bestehende Zusammenarbeit mit einer spanischen Firma
- Für ein neues gemeinsames Projekt sammelst du mit dem spanischen Vertreter/der spanischen Vertreterin Ideen und ihr macht Vorschläge. Nun macht der Spanier/die Spanierin einen Vorschlag, den du sehr schlecht und nicht umsetzbar/ungeeignet findest. Was sagst du?

### **Situation 5: Persuasion/Argumentation**

- Gleicher Hintergrund, existierende Kooperation, Planung eines neuen gemeinsamen Projektes (größeres Joint Venture, neue Marketing-Kampagne, oder Distributionslogistik vor Ort benötigt, dafür muss ein operatives Unternehmen sich in eure Logistik einklinken und euer System verwenden) → nicht immer (komplett) gesagt
- Du willst den Spanier/die Spanierin von deinem Vorschlag überzeugen und dazu bringen, deine Idee umzusetzen/euer System/die Vorgehensweisen deines Unternehmens für dieses Projekt zu verwenden. Was sagst du?

### **Kontext 2: einzelne Kolleg:innen in gleichem Unternehmen**

- Hintergrund: In deinem Unternehmen arbeitet seit kurzem ein neuer spanischer Kollege/ eine neue spanische Kollegin, den/die du noch nicht so gut kennst

### **Situation 6: Bitte um Hilfe**

- Du arbeitest an einer schwierigen Aufgabe und kommst alleine nicht weiter. Du erfährst, dass es in deinem Unternehmen einen neuen spanischen Mitarbeiter/eine neue spanische Mitarbeiterin gibt, der/die sich damit schon intensiv auseinandergesetzt hat und Experte ist. Dein Chef sagt dir, dass du ihn/sie mal fragen sollst,

weil in seinem/ihrem Lebenslauf steht, dass er/sie sich mit dem Thema auskennt und du ja Spanisch sprichst. Du gehst rüber zu deinem spanischen Kollegen/deiner spanischen Kollegin ins Büro und siehst, dass er/sie konzentriert am Schreibtisch sitzt. Du sprichst ihn/sie an und bittest um Hilfe. Was sagst du?

**Situation 7: Ablehnung einer Bitte (und Entschuldigung)**

- A: Du bist auf dem Weg zu einem wichtigen Meeting, das in 5 Minuten beginnt, und triffst auf deinen spanischen Kollegen/deine spanische Kollegin, der/die neu im Unternehmen ist und den/die du noch nicht gut kennst. Er/Sie kämpft mit dem Kopierer und bittet dich um Hilfe. Du hast gerade aber leider absolut keine Zeit, ihm/ihr zu helfen, weil du zum Meeting musst. Was sagst du?

**Abschlussfrage (Meta):**

- Möchtest du mir noch etwas mitteilen?
- Hast du solche oder ähnliche Situationen bereits erlebt?
- Bist du zufrieden mit deinen Formulierungen? Kam es dir realistisch vor?

### 12.1.3 Zusatzfragebogen für deutsche Proband:innen



Nr.: \_\_\_\_\_

Romanisches Seminar  
Abteilung Sprach- und Medienwissenschaft  
Carla Seeger  
Betreuer: Prof. Dr. Müller-Lancé

#### Fragebogen zu Forschungsprojekt „Sprachliches Handeln in der deutsch-spanischen Wirtschaftskommunikation“

**1. Geschlecht:**

m  w  d

**2. Alter:**

<30  30-39  40-49  50-59  >60

**3. Muttersprache(n):**

\_\_\_\_\_

**4. Fremdsprachen (mit Kompetenzniveau):**

\_\_\_\_\_

**5. Haben Sie längere Zeit im spanischsprachigen Ausland gelebt? Wo? Wie lange?**

\_\_\_\_\_

**6. Verwenden Sie Spanisch im Alltag (Freunde, Serien, Musik, Bücher)?**

\_\_\_\_\_

**7. Bitte beschreiben Sie kurz Ihren vergangenen, aktuellen oder zukünftigen beruflichen Kontakt zu spanischsprachigen Ländern. Wo? Wann? Wie lange? In welcher Form?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**8. Abteilung/Fachbereich im Unternehmen:**

Geschäftsleitung  Controlling  Buchhaltung  Personal  IT  
 Produktion  Logistik  Vertrieb  Marketing  
 Forschung & Entwicklung  Recht  Sonstiges: \_\_\_\_\_

**9. Wurde in Ihrer Ausbildung/Studium/Weiterbildung speziell darauf eingegangen, wie man mit Personen aus Spanien in der Arbeitswelt kommuniziert? In welcher Form?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 12.1.4 Gesamte Vorkommnisse der einzelnen Analysekategorien

### 12.1.4.1 Situation 1: Formulierung des Sprechaktes Aufforderung

#### *Alerters und vorbereitende Elemente vor head act*

- *Alerters* in insgesamt 22 Audios (73,3%)
  - 21x Begrüßung (70%)
    1. „hola buenos días, (.) ähm (.) señor señor gómez,“ (D2)
    2. „ääh hola buenos días, señor (.) rodríguez.“ (D3)
    3. „ähm hola carlos,“ (D5)
    4. „hola compañero“ (D6)
    5. „hola javi,“ (D7)
    6. „hola pablo,“ (D10)
    7. „hola,“ (D12)
    8. „hola juan,“ (D14)
    9. „hola raúl,“ (D16)
    10. „hola, buenas tardes,“ (D18)
    11. „hola,“ (D19)
    12. „hola compañero de tr\ trabajo,“ (D21)
    13. „estimada señor, estimada señores, o hola señor hola señores,“ (D22)
    14. „hola buenos días“ (D23)
    15. „hola pepito,“ (D24)
    16. „äh hola carla,“ (D25)
    17. „hola antonio,“ (D26)
    18. „paco, buenos días.“ (D27)
    19. „buenos días,“ (D28)
    20. „hola gaby,“ (D30)
    21. „hola,“ (D31)
  - 8x Frage nach Befinden (26,7%)
    1. „como estás?“ (D5)
    2. „cómo estás,“ (D7)
    3. „cómo estás?“ (D14)
    4. „cómo estás?“ (D16)
    5. „cómo estás? todo bien?“ (D18)
    6. „qué tal,“ (D23)
    7. „qué tal está?“ (D28)
    8. „qué tal?“ (D30)
  - 3x Vorstellung (10%)
    1. „yo soy [nombre] [apellido]“ (D2)
    2. „soy [nombre], de la empresa equis i griega ((lachen))“ (D18)
    3. „soy [nombre] de [nombre de empresa]“ (D19)
  - 3x Aufmerksamkeitsmarker (10%)
    1. „mira“ (D7)
    2. „oye“ (D13)
    3. „mira“ (D27)
  - 3x Positive Höflichkeit (10%)
    1. „me gusta mucho colaborar contigo“ (D16)
    2. „tenemos el placer de trabajar juntos en este proyecto“ (D23)

3. „me alegro escucharle“ (D28)
- 2x Vorbereitende Frage (6,7%)
  1. „ähm cómo te fue con con lo que con el proyecto?“ (D16)
  2. „me gustaría saber si ähm todo va bien con el proyecto, con los datos, si te hace falta algo“ (D18)
- 1x Hinführung (3,3%): „ähm a ver si: (.) si podemos pronto terminar este proyecto,“ (D16)
- 23x Einbettung/Begründung (76,7%)
  1. „que, en principio=m, para preparar el proyecto en nuestra empresa ähm“ (D2)
  2. „ähm que me gustaría invitarles la próxima semana, a una reunión de proyecto (.) donde vamos a analizar detalladamente su su propuesta,“ (D3)
  3. „y para eso estoy en la preparación de los documentos“ (D5)
  4. „tenemos que finalizar el proyecto: hasta la próxima semana, y (.) mh mi (.) mi tarea es (.) poner nuestros dos (.) ähm escritos juntos, para finalizar el ähm pala para finalizar y presentar la tarea a mi jefe en alemania, y para eso,“ (D6)
  5. „hasta la semana que viene tenemos que ähm entregar el borrador de la carta sobre la fu\ fusión de nuestros nuestras empresas“ (D7)
  6. „la semana que viene ähh tengo que presentar äh nuestros (.) resultados ähm a mi jefa o jefe, ähm y por eso äh“ (D8)
  7. „tenemos que revisar los los datos para la presentación, es que ähm ähm la presentación final está la semana que viene así que tenemos que terminar antes de eso“ (D9)
  8. „que tenemos que enviar a un un hacer un un statement final“ (D11)
  9. „que la proxima settimana tenemos que presentar nuestra propuesta para la union de las dos empresas“ (D12)
  10. „del cual tenem\ tenemos que ähm redactar una mh un comunicado ähm juntos, äh lo tengo que enviar al=äh jefe la la próxima semana, (.) y por eso ähm“ (D13)
  11. „ähm como tengo que presentar los resultados la semana que viene“ (D16)
  12. „en la semana que viene tengo que: dar los resultados a mi jefe y por eso:“ (D17)
  13. „como tenemos que presentar aquí actualmente äh el proyecto a nuestro director la semana que viene“ (D18)
  14. „no nos conocemos hasta ahora pero ahora tenemos ese proyecto en común, y: mh mi tarea ahora es de coleccionar toda la información“ (D19)
  15. „habemos una: ähm una cosa tre importante por nuestras empresas“ (D20)
  16. „ähm como vamos a trabajar juntos este proyecto“ (D21)
  17. „ähm me gustaría de ähm concretizar nuestros temas, ähm para preparar una presentación para nuestro management, ähm sobre esto“ (D22)
  18. „y la idea que tengo es entregar un un primer borrador la semana que viene“ (D23)
  19. „me gustaría hablar äh sobre la semana que viene porque tenemos un una reunión y necesitamos esa presentación, y para esa pre\ esa presentación necesitamos ähm las informaciones,“ (D25)
  20. „tenemos que elaborar un informe que nos han pedido desde dirección,“ (D27)

21. „ähm le quería hablar un poco del proyecto, de la presentación que tenemos que preparar la documentación, me han comunicado que tenemos una fecha de entrega dentro más o menos de una semana,“ (D28)
  22. „pues yo tengo una pregunta porque la semana que viene yo tengo que presentar, ähm pues el el estatus del proyecto que ahora estamos trabajando“ (D30)
  23. „yo. yo tengo como límite para la semana que viene, al final de la semana que viene tengo que tener todo incluido en una presentación,“ (D31)
- 10x Erinnerung (33,3%)
    1. „como sabes que tenemos la reunión la semana que viene?“ (D1)
    2. „oye sabes que la semana que viene, tenemos la presentación con ähm con el manager ähm acerca de nuestro proyecto“ (D5)
    3. „como usted sabe“ (D6)
    4. „nada más para recordarte que la semana que viene tengo que entregar la propuesta,“ (D10)
    5. „te acuerdas que tenemos este programa, este proyecto“ (D11)
    6. „te quiero recordar“ (D12)
    7. „sabes el ähm proyecto ese“ (D13)
    8. „ähm ya sabes que estamos ya con la fecha encima“ (D14)
    9. „ähm de de punto a facto del ähm (.) del tema que habíamos correspondido,“ (D22)
    10. „pues ähm como sabes tenemos el placer de trabajar juntos en este proyecto“ (D23)

### **Head act**

#### **13x in 12 Audios direkte Strategien (40%)**

- 3x in 2 Audios Imperative (6,7%)
  1. „que me manda (.) por correo, por favor“ (D6)
  2. „contéstame en adelanto“ (D15)
  3. „por favor déjame (.) pasar tu parte por äh correo electrónico o si no llámame que yo\ que ya tienes el número móvil, “ (D15)
- 3x performative Bitten (10%)
  - 2x Direkte Performativa
    1. „pido que me mande äh tu parte de la información, hasta el fin de este semana, por favor“ (D8)
    2. „y te pido que me mandas todo lo que tengas äh hasta finales de esa semana. hasta la el viernes, a las doce, por favor“ (D19)
  - 1x *hedged performative*
    - „así que me gustaría pedirte que para este viernes me gustaría tener un primer borrador tuyo con tus datos“ (D23)
- 7x *want statements*
  1. „y me encantaría que si me pudieras mandar estos estos datos lo antes posible, „vemos lo ma\ a más tardar pues el el jueves,“ (D2)
  2. „pues me gustaría que me lo enviaras lo antes posible“ (D11)
  3. „quiero que me hagas tu primero ähm tum tu primera versión de del de la presentación,“ (D17)
  4. „así que (.) si, si sería posible ähm (.) äh ähm me gustaría que lo me lo envíes el jueves,“ (D21)

5. „ähm deseo que me mande todo su: portfolio de información, ähm hasta el día (.) mh de esta semana,“ (D22)
6. „necesito el viernes que me traigas los papeles de lo que estamos haciendo juntos (.) y para que me lo que me lo des“ (D24)
7. „y por eso necesito que me envíes tus datos, ähm pues sería mejor si me pudieras äh enviar äh los datos al final de esta de esta semana“ (D30)

### 34x in 25 Audios indirekte Strategien (83,3%)

- 7x Fragen nach Vorbereitungsbedingungen (23,3%)
  - 3 direkte Fragen
    1. „y sería posible que me envíes tu: tu borrador y tu\ tus datos hasta el viernes, esta semana,“ (D7)
    2. „sería posible para äh ti o para usted compartir su parte de la presentación ähm hasta la äh semana próxima, por favor“ (D20)
    3. „me podrías äh enviar las informaciones necesarias para el proyecto? que tenemos que presentar al jefe la semana que viene.“ (D26)
  - 4 indirekte Fragen:
    1. „quería äh preguntarte si por favor me podrías äh enviar tu parte hasta el fin de esa semana“ (D13)
    2. „y por eso me gustaría saber si es posible para ti mandarme ähm los ähm las informaciones que tienes ähm antes de la cita?“ (D25)
    3. „entonces te quería pedir que si me puedes mandar la información que que está pendiente, que solo la tienes tú“ (D10)
    4. „y te quería pedir si me puedes mandar tus ideas y lo(s) detalles vuestros las informaciones“ (D12)
- 27x in 20 Audios *strong hints* (66,7%)
  1. „necesito tus datos“ (D1)
  2. „no me importa si es el ähm el viernes la ähm hasta: no sé, hasta las nueve o hasta las cuatro, pero las necesito hasta el fin de semana para que la puedas äh para que la puedo äh recoger todo.“ (D1)
  3. „necesitaría todavía unos cuantos datos“ (D2)
  4. „en principio todavía necesitamos unos cuantos datos de vosotros“ (D2)
  5. „te: te agradecería si me los pudiera\ pudieras mandar lo antes posible, a más tardar el jueves,“ (D2)
  6. „y si me podría enviar esta semana un boceto al respecto, pues eso nos ayudaría a poder digamos planificar correctamente la: la reunión la próxima semana“ (D3)
  7. „y me faltan unas informaciones y sé que tú estás trabajando en eso,“ (D5)
  8. „sería genial si me podrías pasar esas informaciones lo lo antes posible,“ (D5)
  9. „si me puedes compartir lo que tienes hasta ahora sería genial“ (D5)
  10. „para la finalización necesito su parte hasta el fin de esta semana,“ (D6)
  11. „si me pudieras dar tu (..) tus tus informaciones tu input ähm hasta el jueves por la tarde sería genial“ (D9)
  12. „pues sería muy bueno si lo pudieras hacer lo antes posible“ (D10)
  13. „entonces mm (.) me gustaría que lo podríamos acabar lo antes posible“ (D11)



14. „necesitaría ähm äh la parte tuya tus detalles ähm lo antes posible“ (D14)
15. „äh te agradecería mucho äh si me lo mandarás lo antes posible.“ (D14)
16. „me gustaría terminar este proyecto contigo“ (D15)
17. „pues estaría fenomenal si me lo pudieras pasar hasta hasta (.) que acabe esta semana.“ (D16)
18. „y si tienes alguna información que: no tenemos que yo no tengo, sería lo mejor que: si la la podrías me dar también, con con esa primera versión de la presentación,“ (D17)
19. „sería muy bien si me podrías dar tu presentación hasta el fin de la semana.“ (D17)
20. „por favor si es posible necesito äh todos los datos el viernes.“ (D18)
21. „necesitaría tu (.) tu parte del trabajo hasta el fin de äh de la sem\ semana como muy tarde,“ (D21)
22. „lo necesitaría äh dentro de los próximos días, el más tarde el viernes,“ (D26)
23. „y necesito tus datos relevantes a las dimensiones del área que quieres alquilar, de los proyectos que tenéis pensado hacer en este: en este: terreno, y un äh plan de viabilidad de tus consultores donde ponga los po\ pros y los contras de la concesión que queréis tener con nosotros en los próximos quince años.“ (D27)
24. „h y äh lo que necesitaría en este momento es tener äh su aportación a esa presentación hasta finales de esta semana, sería genial.“ (D28)
25. „sería muy importante que: me mandes äh las äh las informaciones y y tu texto lo antes posible, pero ähm lo último sería el fin de ese semana.“ (D29)
26. „me ayuda me ayudarías mucho muchísimo,“ (D30)
27. „y por eso estaría muy agradecida recibir, tu información, tu input, hasta el final de esta semana=si puede ser hasta el jueves por la noche. (.) eso sería estupendo.“ (D31)

## Perspektive

- 15x in 13 Audios Sprecherperspektive (43,3%)
  1. „necesito tus datos“ (D1)
  2. „no me importa si es el ähm el viernes la ähm hasta: no sé, hasta las nueve o hasta las cuatro, pero las necesito hasta el fin de semana para que la puedas äh para que la puedo äh recoger todo.“ (D1)
  3. „necesitaría todavía unos cuantos datos“ (D2)
  4. „en principio todavía necesitamos unos cuantos datos de vosotros“ (D2)
  5. „y me faltan unas informaciones y sé que tú estás trabajando en eso,“ (D5)
  6. „para la finalización necesito su parte hasta el fin de esta semana“ (D6)
  7. „entonces mm (.) me gustaría que lo podríamos acabar lo antes posible“ (D11)
  8. „necesitaría ähm äh la parte tuya tus detalles ähm lo antes posible“ (D14)
  9. „me gustaría terminar este proyecto contigo“ (D15)
  10. „por favor si es posible necesito äh todos los datos el viernes.“ (D18)
  11. „necesitaría tu (.) tu parte del trabajo hasta el fin de äh de la sem\ semana como muy tarde,“ (D21)
  12. „lo necesitaría äh dentro de los próximos días, el más tarde el viernes,“ (D26)

13. „y necesito tus datos relevantes a las dimensiones del área que quieres alquilar, de los proyectos que tenéis pensado hacer en este: en este: terreno, y un äh plan de viabilidad de tus consultores donde ponga los po\ pros y los contras de la concesión que queréis tener con nosotros en los próximos quinze años“ (D27)
  14. „h y äh lo que necesitaría en este momento es tener äh su aportación a esa presentación hasta finales de esta semana, sería genial.“ (D28)
  15. „y por eso estaría muy agradecida recibir, tu información, tu input, hasta el final de esta semana=si puede ser hasta el jueves por la noche. (.) eso sería estupendo.“ (D31)
- 19x in 14 Audios Hörerperspektive (46,6%)
    1. „y me encantaría que si me pudieras mandar estos estos datos lo antes posible, „vemos lo ma\ a más tardar pues el el jueves,“ (D2)
    2. „te: te agradecería si me los pudiera\ pudieras mandar lo antes posible, a más tardar el jueves,“ (D2)
    3. „y si me podría enviar esta semana un boceto al respecto, pues eso nos ayudaría a poder digamos planificar correctamente la: la reunión la próxima semana“ (D3)
    4. „sería genial si me podrías pasar esas informaciones lo lo antes posible“ (D5)
    5. „si me puedes compartir lo que tienes hasta ahora sería genial“ (D5)
    6. „si me pudieras dar tu (..) tus tus informaciones tu input ähm hasta el jueves por la tarde sería genial“ (D9)
    7. „pues sería muy bueno si lo pudieras hacer lo antes posible“ (D10)
    8. „pues me gustaría que me lo enviaras lo antes posible“ (D11)
    9. „äh te agradecería mucho äh si me lo mandarás lo antes posible“ (D14)
    10. „pues estaría fenomenal si me lo pudieras pasar hasta hasta (.) que acabe esta semana“ (D16)
    11. „quiero que me hagas tu primero ähm tum tu primera versión de del de la presentación,“ (D17)
    12. „y si tienes alguna información que: no tenemos que yo no tengo, sería lo mejor que: si la la podrías me dar también, con con esa primera versión de la presentación,“ (D17)
    13. „sería muy bien si me podrías dar tu presentación hasta el fin de la semana.“ (D17)
    14. „así que (.) si, si sería posible ähm (.) äh ähm me gustaría que lo me lo envíes el jueves,“ (D21)
    15. „ähm deseo que me mande todo su: portfolio de información, ähm hasta el día (.) mh de esta semana,“ (D22)
    16. „necesito el viernes que me traigas los papeles de lo que estamos haciendo juntos (.) y para que me lo que me lo des“ (D24)
    17. „sería muy importante que: me mandes äh las äh las informaciones y y tu texto lo antes posible, pero ähm lo último sería el fin de ese semana.“ (D29)
    18. „y por eso necesito que me envíes tus datos, ähm pues sería mejor si me pudieras äh enviar äh los datos al final de esta de esta semana,“ (D30)
    19. „me ayuda me ayudarías mucho muchísimo,“ (D30)

### Nachgelagerte *supportive moves*

- 20x in 17 Audios Erklärung/Begründung (56,7%)
  1. „para ähm para recoger todo lo todo lo necesario para la presentación del proyecto ähm hasta el fin de el fin de semana“ (D1)
  2. „para poderlo d\ finalizar mi presentación anti ante mis superiores“ (D2)
  3. „ya que äh la semana que viene el tiene que estar preparado“ (D2)
  4. „para °h para tenerlo un poco más claro y y tenerlo un poco más estructurado y y tener también pues eso la la posibilidad de valorarlo por nuestra parte, ne?“ (D2)
  5. „entonces äh para que la pueda incorporar en la propuesta,“ (D10)
  6. „para que me quede suficiente tiempo ähm y que lo pueda entregar puntualmente la semana que viene.“ (D10)
  7. „por si hay alguna mmh duda o alguna cosa que tendríamos que cambiar,“ (D11)
  8. „para juntarlo con los nuestros y mandar la propuesta la semana que viene a los jefes de nuestras empresas“ (D12)
  9. „así que puedo juntar nuestras partes y äh enviarlo ähm en ähm pues äh por la la próxima semana“ (D13)
  10. „para que yo pueda informar (.) äh a mi a mi jefa, äh lo antes posible porque ya sabes que estamos siempre con el tiempo encima“ (D14)
  11. „°h porque tenemos una cita pendiente“ (D15)
  12. „(.) así: así tengo todo listo a tiempo y: pues podemos ähm finalizar el proyecto con éxito.“ (D16)
  13. „°h y como tengo que entregar ähm los resultados en la semana que viene,“ (D17)
  14. „porque es muy importante que tengamos todas las cosas hechas para la semana que viene“ (D18)
  15. „para finalizar ähm la presesen\ la presentación, la presentación para nuestro management.“ (D22)
  16. „que necesitamos para juntar toda la información necesaria para este borrador que que presentamos la semana que viene“ (D23)
  17. „y así lo podemos concluir y cerrar el saco.“ (D24)
  18. „para que ya podamos ähm preparar la prepa\ presentación?“ (D25)
  19. „para que tengamos todo para äh la presentación.“ (D26)
  20. „porque la semana que viene yo tengo que presentar estos datos y este estatus del proyecto“ (D30)
- 4x Nachfrage zur Bestätigung (13,3%)
  1. „piensas que llegarás [...]?“ (D18)
  2. „por fave\ vor puedes ähm (..) ähm (..) confirmarme el el jueves?“ (D21)
  3. „y: y te: lo agradecería si lo podemos hacer como si podemos, podíamos hablar ähm en una reunión antes, para que tú y yo sabemos ähm que la presentación está completa y si nos hace falta algo äh para que podamos ähm mejorar un poco,“ (D25)
  4. „y pues sería genial si me pudieras äh decir si esto te va bien o si no te va bien“ (D30)
- 5x Frage nach Problemen bzw. Angebot von Hilfe (16,7%)

1. „y entonces ya si todavía tú tienes alguna pregunta por supuesto, también te\ encantado de de °h de: darte el ähm lo más información posible d\ de nuestra parte para que tengas la máxima transparencia“ (D2)
  2. „si necesitas más informaciones en sobre lo que tienes que o sobre lo que necesito, äh podemos también hacer una llamada“ (D5)
  3. „si hay problemas o algo contéstame en adelante y así podríamos ähm averiguar (.) como finalizar este proyecto juntos“ (D15)
  4. „o necesitas ayuda? puedo hacer cualquier cosa“ (D18)
  5. „si necesitas más tiempo, porque si no, te da el suficiente tiempo pues también ähm puedo preguntar si yo puedo trasladar este meeting ähm ((kurzes lachen)) la semana que viene o pues tal vez en dos semanas o algo así,“ (D30)
- 2x Einbezug der Meinung des Gegenübers (6,7%)
    1. „qué te parece?“ (D16)
    2. „cómo te parece,“ (D25)
  - 2x Danke (6,7%)
    1. „muchas gracias por tu colaboración.“ (D16)
    2. „sería genial, gracias.“ (D30)
  - 1x positive Zusatzinformation (3,3%): „mh de momento, pues ähm mi superior, mi jefe lo lo tiene äh está muy está encantado con la idea“ (D2)

#### 12.1.4.2 Situation 2: Formulierung des Sprechaktes Beschwerde

##### **Alerters und vorbereitende Elemente**

- 21x Begrüßung (70%)
  1. „hola josé,“ (D2)
  2. „hola señor rodríguez,“ (D3)
  3. „hola carlos,“ (D5)
  4. „hola compañero,“ (D6)
  5. „hola javier,“ (D7)
  6. „hola pablo,“ (D10)
  7. „hola,“ (D12)
  8. „juan“ (D14)
  9. „hola raúl“ (D16)
  10. „hola buenas,“ (D18)
  11. „hola:,“ (D19)
  12. „hola compañero,“ (D21)
  13. „hola. señor, señora,“ (D22)
  14. „hola buenos días,“ (D23)
  15. „hola pepe,“ (D24)
  16. „hola carla,“ (D25)
  17. „hola antonio,“ (D26)
  18. „paco. buenos días.“ (D27)
  19. „hola buenos días,“ (D28)
  20. „hola gaby,“ (D30)
  21. „ho:la,“ (D31)

- 5x Frage nach Befinden (16,7%)
  1. „ähm cómo van las cosas,“ (D2)
  2. „como estás,“ (D5)
  3. „qué tal?“ (D14)
  4. „cómo estás?“ (D16)
  5. „qué tal,“ (D23)
- 4x Smalltalk/positive Höflichkeit/Interesse für Gegenüber zeigen (13,3%)
  1. „espero que: (.) espero que va\ que vaya todo bien, que esté\ que hayas tenido un buen fin de semana“ (D2)
  2. „espero que todo vaya bien“ (D9)
  3. „qué tal tu semana?“ (D24),
  4. „espero que hayas tenido un buen fin de semana“ (D26)
- 4x Aufmerksamkeitsmarker (13,3%): „mire“ (D3), „mira“ (D16, D23, D27)
- 2x Entschuldigung (6,7%)
  - „siento molestarte de nuevo“ (D9)
  - „perdona“ (D11)
- 1x Vorstellung (3,3%): „soy [nombre]“ (D18)

### Vorbereitung der *head acts*

- 22x in 21 Audios Erinnerung/Verweis auf vergangenes Gespräch/Wiederholung der Information (70%)
  1. „äh si te acuerdas äh la semana: äh pasada hablábamos äh sobre el proyecto y el ähm y la deadline ((lacht)) del proyecto“ (D1)
  2. „y ähm pues aquí estamos äh preparando lo que lo que te comentamos la última vez“ (D2)
  3. „ähm se acuer\ ((lachen))“ (D3)
  4. „como sabes que la presentación se está acer\ acercando la fecha“ (D5)
  5. „ähm tengo un asunto ähm del trabajo que tenemos juntos, (.) porque la semana pasada hablamos sobre la fecha, hasta: cual usted me mande SU parte de la tarea que tenemos que finalizar juntos,“ (D6)
  6. „äh si: tú recuerdas ähm comentamos que me envias tus datos hasta la semana pasada“ (D7)
  7. „te llamo para recordarte“ (D12)
  8. „yo te pedí que me mandas tus informaciones“ (D12)
  9. „te ähh recuerdas que äh la: m semana pasada te preguntó por el comunicado ähm que tenemos que hacer“ (D13)
  10. „te acuerdas que la semana pasada hablamos“ (D14)
  11. „ähm hemos, habíamos dicho que:: el proyecto: del\ como como ya está terminándose, ähm pues (.) me hubiese gustado que me hubieses pasado tu parte äh la semana pasada,“ (D16)
  12. „la semana pasada hablamos sobre ese tema“ (D17)
  13. „vale pues hablamos la semana pasada“ (D18)
  14. „ähm como hablamos la última ve\ äh la última semana ähm esperaba su contestación para el el viernes de la semana pasada“ (D22)
  15. „que me ibas a balla\ mandar el viernes pasado ahí los datos?“ (D24)

16. „es que la última semana te te he dicho que: mh vamos a preparar esa presentación,“ (D25)
  17. „como habíamos ähm (.) dicho que me los pasarías la semana pasada,“ (D26)
  18. „mira hemos hablado hace unos días“ (D27)
  19. „ähm äh quería hablar nuevamente sobre bueno las fechas que tenemos para la entrega de la documentación conjunta que tenemos que preparar, äh hablamos la semana pasada que necesitábamos esa documentación hasta finales de la semana pasada“ (D28)
  20. „ähm pero hemos (.) dicho que äh necesitamos el (.) el semestre es el semana pasada“ (D29)
  21. „ähm pues ya hemos hablado la semana pasada,“ (D30)
  22. „recuerdas que la semana pasada me prometiste, enviarme tu parte de la presentación hasta el jueves por la noche o como muy tarde el viernes?“ (D31)
- 7x gemeinsam festgelegt (23,3%)
    1. „hemos acordado de ähm de que me enviaras un un proyecto o el o el ähm documento hasta ähm hasta la semana pasada“ (D11)
    2. „que °h hemos tomado junto la decisión que hasta (el?) fin de la última semana teníamos que presentar nuestra propuesta“ (D12)
    3. „quedamos que äh quedamos con la fecha tal“ (D14)
    4. „como habíamos acordado,“ (D16)
    5. „concordamos que <dim<no en español sería>> acordamos que tú me me ia me ibas dar ähm tu tu trabajo hasta el fin de s\ de la semana“ (D17)
    6. „como (unv.) quedamos en en que me lo entregues la semana pasada“ (D23)
    7. „ho:la, recuerdas que la semana pasada me prometiste, enviarme tu parte de la presentación hasta el jueves por la noche o como muy tarde el viernes?“ (D31)
  - 22x in 21 Audios Feststellung, dass Sprecher:in noch nichts erhalten hat (70%)
    1. „y ähm todavía no tengo tus datos para äh para la presentación“ (D1)
    2. „lamentablemente no no recibido nada, ninguna información de ti“ (D2)
    3. „y no me ha llegado nada de su parte“ (D6)
    4. „y hasta ahora no he recibido nada,“ (D7)
    5. „ähm este mañana me dio cuento que ähm todavía no me mandaste o man\ que no me mandó ääh la información“ (D8)
    6. „pero ähm todavía me falta tu input para la presentación“ (D9)
    7. „ähm vi que todavía no me has mandado la información que te pedí la semana pasada“ (D10)
    8. „porque yo no recibí nada;“ (D11)
    9. „pero no no fue caso y no lo no lo encuentro,“ (D11)
    10. „eso no ha pasado“ (D12)
    11. „ähm y ahora ya ha pasado una semana más“ (D14)
    12. „äh todavía no he recibido tu respuesta o tu parte de este proyecto“ (D15)

13. „hoy ya es, ya es martes, y todavía no he recibido nada, de de tu parte“ (D17)
  14. „<sup>o</sup>h y ähm parece que vale yo no he recibido nada.“ (D18)
  15. „la semana pasada ähm (..) lamentablemente: no me llego nada ähm de este presentación“ (D20)
  16. „ähm aún no he recibido nada“ (D22)
  17. „y como no, hasta ahora no he escuchado nada de ti“ (D25)
  18. „lamentablemente todavía no tengo: los documentos necesarios“ (D26)
  19. „no la recibido“ (D28)
  20. „äh lamentablemente ya no he recibido su äh tu parte de: del texto,“ (D29)
  21. „pero el problema es que no me has äh dicho si me puedes enviar los datos o no, y pues hasta ahora no he recibido nada,“ (D30)
  22. „pues ahora ya estamos en medio de la semana pasa\ äh otra semana <sup>o</sup>h y todavía no he recibido nada“ (D31)
- 2x Nachfrage, ob es ein Problem gibt bzw. warum noch nichts geschickt wurde (6,7%)
    1. „=había algún problema o ähm qué es qué está pasando“ (D18)
    2. „ähm puedes com\ äh explicarme porque todavía no he recibido la la tarea tuya“ (D21)
  - 2x Nachfrage nach Vergessen (6,7%)
    1. „podría ser que te olvidaste de eso? sería posible de que mh compruebas si me lo enviaste o no?“ (D11)
    2. „estás muy liado o qué? has me has olvidado?“ (D24)
  - 1x indirekte Nachfrage nach Vorankommen (3,3%): „me gustaría saber cómo ähm cómo vas con tus cosas“ (D25)

### *Head acts*

**Expressiver Sprechakt: Negative Bewertung der „Tat“ des Hörers in 29 Audios**  
(96,7%)

### **12x direkte Beschwerde (40%)**

- 10x Schimpfen/Vorwurf (33,3%)
  1. „entonces no tengo la opción de finalizar la tarea, y me cuesta tiempo que de hecho no tengo.“ (D6)
  2. „yo ya no puedo cumplir la la fecha de entrega“ (D10)
  3. „porque en principio hemos acord\ hemos quedado para la semana pasada y: ((lachen/einatmen)) ya no puedo seguir avanzando con el proyecto porque no tengo nada aquí,“ (D11)
  4. „no sé lo que pasa, no estás, estás de viaje? lo que sea, para mí es un problema porque yo tengo que presentarlo a mis jefes, y luego va a caer a mí, que luego yo estoy tarde porque no he recibido las cosas que tú y yo ya hemos puesto de acuerdo que me lo vas a mandar a tiempo“ (D12)

5. „ähm es que ähm me ähm (.) me habría servido hasta la el äh final de la de la semana, tu parte, y äh es que äh (.) ähm y más que äh habría tenido que enviarlo ähm ya“ (D13)
  6. „y pues ahora me queda menos tiempo ähm para finalizarlo todo,“ (D16)
  7. „eso ya pasó, ahora estamos dos días en la semana nueva, ähm mh eso ähm es un problema para mí, porque tengo muchos compromisos, muchas cosas a hacer, y es difícil ähm integrar äh eso en mi trabajo ahora,“ (D17)
  8. „ähm y com ähm usted äh sabe äh me molesta un poquito que no ha ähm enviado äh ähm ähm algo ähm“ (D20)
  9. „ähm lo que lo que es muy=muy negativo para mí para ähm la eboración de la presentación para nuestro management“ (D22)
  10. „si no, si no tenemos esos datos, la concesión no se puede dar, y todo l\ la: el trabajo hecho hasta la fecha, se queda en nada.“ (D27)
- 2x Drohung (6,7%)
    1. „si no s\ tenemos un problema no solo yo, sino también (lachend(vosotros)) también,“ (D2)
    2. „y si no tengo que hablar con tu jefe o tu jefa“ (D15)

### 19x indirekte Beschwerde (63,3%)

- 11x in 10 Audios Erklärung Zeitdruck/Dringlichkeit (33,3%)
  1. „porque necesitaría unos tres a cuatro días para poder estudiar su °h su propuesta,“ (D3)
  2. „pero como he dicho es es muy urgente ähm que lo finalizamos hoy“ (D5)
  3. „ähm es muy importante que reciba la información äh lo más pronto posible, ääh porque äh este semana tengo que hablar con mi jefa“ (D8)
  4. „lo necesito ahora urgentemente“ (D9)
  5. „ähm necesito presionarte un poquito porque ähm yo también tengo mi deadline y necesito entregar la información“ (D14)
  6. „porque así yo puedo cumplir con con el plazo que había ähm acordado.“ (D18)
  7. „lo necesito ya urgente“ (D24)
  8. „para que tegan\ tengamos bastante tiempo para finalizar todo“ (D26)
  9. „y lo necesitamos de manera urgente para la presentación“ (D26)
  10. „sino no no vamos a poder cumplir el plazo“ (D28)
  11. „realmente me está apurando, mucho“ (D31)
- 11x in 10 Audios Betonung der Wichtigkeit (33,3%)
  1. „pero es muy importante que tenemos todo äh hasta la reunión.“ (D1)
  2. „ähm sería muy importante ähm preparar la ma\ el material äh ahora“ (D5)
  3. „es muy importante que me envías tus datos,“ (D7)
  4. „es que realmente necesito los datos porque si no no podemos pe\ presentar el proyecto“ (D18)
  5. „y lo necesito de verdad,“ (D19)
  6. „como sabes es súper importante“ (D23)
  7. „pero mh generalmente o para mí es muy importante que tenga las informaciones cara\ para que pueda ähm preparar la presentación,“ (D25)



8. „ähm es muy importante que reciba la información äh lo más pronto posible, ääh porque äh este semana tengo que hablar con mi jefa“ (D8)
  9. „äh por eso sería muy importante que tú me mandas el texto ahora o en los ese día?“ (D29)
  10. „entonces pues es muy importante que me lo envíes, por favor.“ (D30)
  11. „y entonces pues es muy importante que me envíes TUS datos“ (D30)
- 1x weder direkte noch indirekte Beschwerde (3,3%): „ähm puedes com\ äh explicarme porque todavía no he recibido la la tarea tuya?“ (D21)

### **Direktiver Sprechakt Aufforderung** in 29 Audios (96,7%)

#### **Direkte Strategien (36,7%)**

- 7x Imperative in 6 Audios (20%)
  1. „äh pues pues eso josé, por favor, ähm mándamelo, lo antes posible“ (D2)
  2. „entonces, por favor, mándame su parte (.) hasta mañana, porque tenemos que continuar con el proyecto.“ (D6)
  3. „y por favor mándamelo en la hora siguiente“ (D19)
  4. „pero por favor intenta ayudarme con esto cuanto antes.“ (D23)
  5. „por lo tanto por favor ayúdame y (.) entrégamelo cuanto antes.“ (D23)
  6. „por favor pásamelo“ (D24)
  7. „así que por favor, mh envíamelos hasta äh mediodía“ (D26)
- 1x Performativ (3,3%): „ähm le pido y le ruego una última vez que me lo mande lo más tarde para mañana“ (D22)
- 1x *obligation statement* (3,3%): „lo tienes que entregar hoy“ (D17)
- 3x *want statements* (10%)
  1. „entonces ähm quisiera que me que me ayudara un poco para poder tener un input a a nuestro nuestro proyecto“ (D3)
  2. „y me gustaría que me lo enviaras lo antes posible“ (D11)
  3. „pero ähm de verdad necesito por favor que me mandes esto cuanto antes“ (D23)

#### **Indirekte Strategien (73,3%)**

- 5x Fragen nach Vorbereitungsbedingungen (16,7%)
  1. „hasta cuándo me po\ podrías enviar tus datos“ (D7)
  2. „vale pues ähm tu ves posible mandármelo mañana“ (D18)
  3. „äh quería preguntar si puedes mandarme todo hoy“ (D19)
  4. „ähm cuándo me lo puedes enviar,“ (D21)
  5. „así que mh me puedes ähm dar como un ähm (.) me puedes in\ äh puedes informarme sobre lo que tienes ya:, äh äh lo antes posible por favor?“ (D25)
- 18x in 17 Audios *strong hints* (56,7%)
  1. „pero es muy importante que tenemos todo äh hasta la reunión.“ (D1)
  2. „realmente te agradecería pero sinceramente de que me lo enviaras (.) YA o ähm en pocas horas“ (D2)

3. „sería urgentemente importante que me lo pasaras ähm a lo mejor hoy“ (D5)
4. „ähm es muy importante que reciba la información äh lo más pronto posible“ (D8)
5. „así que me pudieras (.) ähm ayudar, si pudieras facilitarme la información cuanto antes, (.)“ (D9)
6. „solo te quiero recordar que por favor estés al pendiente y que y que me ayudes a a poder entregar la propuesta.“ (D10)
7. „por eso äh si podrías enviármelo äh al ähm il piu (..) rapido posible sería: sería perfecto.“ (D13)
8. „así que por favor, si me ayudas, ähm te agradezco mucho“ (D14)
9. „en cinco días, me gustaría tener tu respuesta“ (D15)
10. „te agradecería si si pudieses terminarlo lo antes posible“ (D16)
11. „entonces hasta las cinco hoy quiero ver qué tú has hecho.“ (D17)
12. „es muy importante que äh entre: dos o tres días ähm me äh llega ähm la presentación ähm ähm de la semana pasada, por favor“ (D20)
13. „necesito sin falta hasta final de esta semana los datos para elaborar el informe que requieren para estudiar tu concesión y poner el proyecto en marcha“ (D27)
14. „entonces simplemente quería äh aprovechar para mandar este recordatorio, porque tenemos que seguir prem\ preparando esa documentación sino no no vamos a poder cumplir el plazo. así que si podríamos tener hasta mediados por ejemplo de esta semana, sería fantástico.“ (D28)
15. „äh por eso sería muy importante que tú me mandas el texto ahora o en los ese día?“ (D29)
16. „entonces pues es muy importante que me lo envíes, por favor.“ (D30)
17. „y entonces pues es muy importante que me envíes TUS datos“ (D30)
18. „por favor si puede ser dentro de los próximos cuarenta y ocho horas que me lo envíes por favor.“ (D31)

## Perspektive

- 6x Sprecherperspektive
  1. „ähm es muy importante que reciba la información äh lo más pronto posible“ (D8)
  2. „en cinco días, me gustaría tener tu respuesta“ (D15)
  3. „entonces hasta las cinco hoy quiero ver qué tú has hecho.“ (D17)
  4. „es muy importante que äh entre: dos o tres días ähm me äh llega ähm la presentación ähm ähm de la semana pasada, por favor“ (D20)
  5. „necesito sin falta hasta final de esta semana los datos para elaborar el informe que requieren para estudiar tu concesión y poner el proyecto en marcha“ (D27)
  6. „entonces simplemente quería äh aprovechar para mandar este recordatorio, porque tenemos que seguir prem\ preparando esa documentación sino no no vamos a poder cumplir el plazo. así que si podríamos tener hasta mediados por ejemplo de esta semana, sería fantástico.“ (D28)
- 15x Hörerperspektive in 14 Audios

1. „realmente te agradecería pero sinceramente de que me lo enviaras (.) YA o ähm en pocas horas“ (D2)
2. „entonces ähm quisiera que me que me ayudara un poco para poder tener un input a a nuestro nuestro proyecto“ (D3)
3. „sería urgentemente importante que me lo pasaras ähm a lo mejor hoy“ (D5)
4. „es muy importante que me envías tus datos“ (D7)
5. „así que me pudieras (.) ähm ayudar, si pudieras facilitarme la información cuanto antes, (.)“ (D9)
6. „solo te quiero recordar que por favor estés al pendiente y que y que me ayudes a a poder entregar la propuesta.“ (D10)
7. „y me gustaría que me lo enviaras lo antes posible“ (D11)
8. „por eso äh si podrías enviármelo äh al ähm il piu (.) rapido posible sería: sería perfecto.“ (D13)
9. „así que por favor, si me ayudas, ähm te agradezco mucho“ (D14)
10. „te agradecería si si pudieses terminarlo lo antes posible“ (D16)
11. „pero ähm de verdad necesito por favor que me mandes esto cuanto antes“ (D23)
12. „äh por eso sería muy importante que tú me mandas el texto ahora o en los ese día?“ (D29)
13. „y entonces pues es muy importante que me envíes TUS datos“ (D30)
14. „entonces pues es muy importante que me lo envíes, por favor.“ (D30)
15. „por favor si puede ser dentro de los próximos cuarenta y ocho horas que me lo envíes por favor.“ (D31)

### **Nachgelagerte *supportive moves***

- 1x Verweis auf vergangenes Gespräch/Erinnerung (3,3%)
  1. „como hemos discutido ya, la semana pasada.“ (D8)
- 3x noch nichts erhalten (10%)
  1. „ähm todavía me falta falta la la información de tu parte“ (D5)
  2. „y todavía me falta tu parte“ (D13)
  3. „porque el viernes no tenía nada“ (D19)
- 5x Zeitdruck zusätzlich zu direkter Beschwerde als Erklärung (16,7%)
  1. „y y tengo que decirte que que pues que poco a poco ya estamos llegando a la fecha límite, ähm por lo cual ähm, y no sólo poco a poco sino que ya estamos, ya estamos en ella, ähm y por lo cual pues“ (D2)
  2. „äh la verdad sí tenemos algo de prisa con este proyecto,“ (D10)
  3. „ähm como yo también tengo citas pendiente con otro cliente, me gustaría finalizarlo lo antes posible“ (D15),
  4. „porque necesit\ me queda poco tiempo para para acabar“ (D16)
  5. „porque no a man\ mañana no vo\ voy\ voy a tener tempo para eso, y el jueves quiero hablar con mi jefe“ (D17)
- 7x in 6 Audios Angewiesenheit auf Mithilfe (20%)
  1. „pero eventemente yo necesito algo para poder preparar el äh la reunión“ (D3)

2. „ya que sin tus datos no puedo proceder“ (D7)
  3. „äh lamentablemente no lo puedo hacer sola, dependo de tú: de tus informaciones“ (D9)
  4. „para yo poder ähm preparar y finalizar todas las cosas necesitadas para la presentación de nuestro management.“ (D22)
  5. „äh tengo un pequeño problema aquí en mi lado porque como sabes dependiendo de alguna información de tu parte“ (D23)
  6. „porque si no no puedo entregar (.) mi documentación mi propuesta“ (D23)
  7. „porque yo no tengo acceso a tus datos“ (D30)
- 4x Dank am Ende (13,3%)
    - „ähm te lo agradezco mucho“ (D9)
    - “gracias” (D14)
    - “gracias” (D16)
    - “muchas gracias” (D28)
  - 7x in 6 Audios Hilfsangebot (20%)
    1. „si necesitas que te la que te mando todos los äh repositos äh por mail me lo dices“ (D1)
    2. „y si tienes algún problemilla, °h dímelo y lo a ver si lo podemos hacer de forma conjunta“ (D2)
    3. „y me gustaría pues si vale podía ayudar en su boceto“ (D3)
    4. „y si ve que tenemos que posponer la fecha de reunión, pues tendríamos que hacerlo“ (D3)
    5. „ähm si si hay algunas problemas o dudas ähm buen\ me puedes contactar en todo momento“ (D5)
    6. „entonces, si quieres si necesitas ayuda o algo que que te ayude especificar las cosas ähm no pasa nada, o sea solo dime para que lo podamos ver juntos y que ojalá ahora sí lo podamos entregar lo antes posible,“ (D10)
    7. „ähm tienes (..) mh necesitas más tiempo o te puedo ayudar en algo?“ (D21)
  - 3x Verständnis zeigen (10%)
    - „pues esta semana pues nosotros también hemos visto que había un montón de (.) de problemas con huelgas y historias äh que: que también habrá sufrido usted“ (D3)
    - „sé que estás ocupado“ (D23)
    - „=entiendo si tienes muchas mh muchas tareas tareas que hacer, äh que estás muy ocupada“ (D25)
  - 1x Explizitmachung der Direktheit (3,3%): „y y tengo que ser tan sincero y honesto contigo porque: es son las fechas que quem\ que han dictado el proyecto, por lo cual ähm eso“ (D2)
  - 1x Zusammenfassung (3,3%): „y así también, podemos ähm llevarlo a cabo con éxito.“ (D16)

#### 12.1.4.3 Situation 3: Formulierung des Sprechaktes Entschuldigung

##### Vorgelagerte Elemente

- 17x Begrüßung (56,7%)

1. „josé, ähm hola“ (D2)
  2. „hola señor rodríguez“ (D3)
  3. „hola carlos“ (D5)
  4. „hola compañero“ (D6)
  5. „hola javier“ (D7)
  6. „hola pablo“ (D10)
  7. „hola,“ (D12)
  8. „juan“ (D14)
  9. „hola raúl“ (D16)
  10. „ähm hola“ (D21)
  11. „señor, señora, hola, buenas tardes“ (D22)
  12. „pepe“ (D24)
  13. „äh hola carla“ (D25)
  14. „hola carla,“ (D26)
  15. „paco buenos días.“ (D27)
  16. „hola buenos días“ (D28)
  17. „hola“ (D31)
- 3x Aufmerksamkeitsmarker (10%)
    - „oyes“ (D13)
    - „mira“ (D16)
    - „mira“ (D27)
  - 3x Ausruf am Anfang (10%)
    1. „uff“ (D2)
    2. „ay“ (D24)
    3. „oy“ (D30)
  - 1x Partikel am Anfang (3,3%): „bueno“ (D5)
  - 6x in 4 Audios weitere Elemente/Beziehungsarbeit (13,3%)
    1. „ähm pues yo aquí buh cargado de trabajo, ähm increíble,“ (D2)
    2. „ähm ya sé, ya sé por qué me llamas. ya sé por qué me llamas,“ (D2)
    3. „cómo van las cosas“ (D2)
    4. „tengo que comentarte algo“ (D7)
    5. „cómo estás“ (D16)
    6. „te vuelvo a molestar“ (D27)

### **Explizite Entschuldigung (IFID)**

- 41x in 26 Audios IFIDs (86,7%)
  - 33x in 24 Audios Gefühlsausdruck (80%)
    1. „lo siento que que haya tenido que ser así“ (D2)
    2. „lamento mucho el retraso“ (D3)
    3. „lo siento mucho que no no te lo había pasado el material“ (D5)
    4. „lo siento mucho“ (D6)
    5. „ähm lo siento mucho“ (D6)
    6. „siento no ha\ haber entregado los äh documentos o la información a tiempo,“ (D8)
    7. „äh lo siento mucho“ (D9)

8. „pues lo siento mucho“ (D9)
  9. „y lo siento mucho“ (D10)
  10. „y lo siento mucho“ (D10)
  11. „lo siento muchísimo“ (D10)
  12. „y lo siento mucho“ (D11)
  13. „y sé y me arrepiento“ (D11)
  14. „lo siento muchísimo que mh no podía enviártelo antes“ (D11)
  15. „lo siento que no te lo he mandado a tiempo como nos hemos puesto antes de acuerdo,“ (D12)
  16. „siento muchísimo que: que no he podido hacerlo“ (D13)
  17. „lo siento mucho“ (D14)
  18. „ähm de verdad lo siento“ (D16)
  19. „lo siento mucho“ (D16)
  20. „lo siento mucho“ (D18)
  21. „lo siento muchísimo, que no podía entregar todo, (.) puntual.“ (D19)
  22. „lo siento: que no había enviado: äh ähm äh la presentación a usted“ (D20)
  23. „lo siento mucho, que no (..) he realizado ähm (..) ähm (..) el día que hemos mh <dim<me falta>>, (.) que hemos dicho.“ (D21)
  24. „y lo siento mucho“ (D23)
  25. „lo siento muchísimo“ (D23)
  26. „lo siento mucho“ (D24)
  27. „pero de todas formas lo siento mucho“ (D25)
  28. „äh lo siento mucho“ (D26)
  29. „y siento muchísimo“ (D27)
  30. „pero lo siento muchísimo,“ (D28)
  31. „lo siento mucho“ (D29)
  32. „arrepiento mucho mucho mucho no haberte enviado MI parte de la presentación a tiempo“ (D31)
  33. „lo siento mucho“ (D31)
- 6x in 5 Audios Entschuldigung (16,7%)
    1. „y me gustaría pues äh pedirle disculpas“ (D3)
    2. „ähm te pido disculpas“ (D14)
    3. „y por favor mi disculpas por el retraso.“ (D14)
    4. „disculpa“ (D15)
    5. „por eso te te pido disculpas“ (D17)
    6. „discúlpame que no podía entregarte los datos necesarios para tu presentación de esta semana“ (D25)
  - 2x Bitte um Verzeihung (3,3%)
    1. „perdón“ (D10)
    2. „me ähm perdona“ (D18)

### **Indirekte Arten der Entschuldigung (100%)**

- 25x Erklärung in 22 Audios (73,3%)

1. „pero que aquí han aquí ha\ aquí han surgido muchos temas °h y y no: y no he no he di\ no he dado a basto aba\ aparte de que hemos tenido muchas bajas esta esta semana“ (D2)
2. „ähm pues äh ha habido un meeting con en en mientras tanto pues en los últimos días estaba bastante ocupado en en äh en otros proyectos. mi ääh mi responsable directo pues no me ha dejado tiempo suficiente para poder preparar el boceto“ (D3)
3. „äh de verdad no no tenía tiempo la semana pasada“ (D8)
4. „debido a otros proyectos ähm ähm no he tenido el tiempo de preparar las cosas,“ (D9)
5. „se me juntaron muchísimas cosas“ (D10)
6. „pero estaba muy liado y tenía muchos proyectos diferentes“ (D11)
7. „es que el problema era es que estaba muy liado últimamente entonces no podía mh hacerlo a la fecha indicada,“ (D11)
8. „pero: te quería explicar porque no estoy, (.) a tiempo con mis informaciones“ (D12)
9. „pero lo que pasó es que aquí hemos tenido problemas con unos clientes de los estados unidos, que me ha pedido mucho de mi tiempo, no me quedaba para prepararme,“ (D12)
10. „°h äh es que en este momento äh tengo: demasiado trabajo y por ähm (.) äh al al final no no he podido enviártelo“ (D13)
11. „por algunos inconvenientes que hemos tenido aquí ähm en mi departamento, äh no he podido contestarte,“ (D14)
12. „la organización no tenía tiempo, estado de vacaciones en Malta“ (D15)
13. „estaba: con otras prioridades que ahora mismo son son mi foco principal,“ (D16)
14. „ahora es el fin del año y tenemos que fechar los contratos con nuestros clientes, es mucho trabajo y yo tenía dos demos de nuestro software a último minuto y por eso no fue posible para mí hacer äh lo que tenía que hacer“ (D17)
15. „pero hemos tenido aquí internamente complicaciones“ (D18)
16. „ähm tuve que hacer muchas cosas“ (D21)
17. „por caso, que ähm tuve que analizar unos datos sobre sobre un problema técnico que tuvimos la semana pasada aquí.“ (D22)
18. „°h ha sido una semana muy difícil muy complicada“ (D23)
19. „que por de momento estoy muy ocupada y por eso necesito un poco más tiempo“ (D25)
20. „estaba muy ocupada“ (D25)
21. „pero no he podido enviarte los documentos la semana pasada porque tenía otros proyectos ähm bastante importantes también,“ (D26)
22. „pero esos datos que yo te tengo que facilitar dependen del ayuntamiento“ (D27)
23. „por un imprevisto que hemos tenido en el departamento pues no he podido äh prepararla a tiempo“ (D28)
24. „la verdad es que yo tengo muchísimo que hacer“ (D30)
25. „es que han pasado tantas cosas (.) inacept\ be\ bueno inaceptables por supuesto sí pero cosas que no me esperaba y y no me ha llegado el tiempo“ (D31)

- 21x in 18 Audios Schuldeingeständnis (60%)
  - 5x allgemein (16,7%)
    1. „y la veldad se me olvidó que que eso también estaba en mi agenda y y se me fue“ (D10)
    2. „y es culpa mía“ (D11)
    3. „lamentablemente no lo ähm äh lo creé“ (D20)
    4. „se me ha ido: el santo al cielo,“ (D24) (wird falsch verwendet)
    5. „sí, es que lo he v\ olvidado“ (D30)
    6. „y entonces pues me lo he v\ me ((lachen)) lo he olvidado que que pu\ que te quería enviar eso“ (D30)
  - 8x in 7 Audios Aussage „ich hab noch nichts geschickt“ (23,3%)
    1. „como viste no hubo no pude äh mandarte todos los äh datos por äh para el proyecto,“ (D1)
    2. „porque ähm ähm estamos un poco:, no estamos cumpliendo los plazos como habíamos hablado,“ (D2)
    3. „y no podía finalizarlo, y no=lo man\ mandé a su correo,“ (D6)
    4. „lamentablemente, no estaba capaz de ähm solicitar los datos que necesitas para tu ähm (...) para: para tuts datos“ (D7)
    5. „no he podido acabar mi parte la semana pasada,“ (D16)
    6. „le comunico o le le quiero comunicar que ähm no he podido o no he sido capaz de mandarle la información que me rogó,“ (D22)
    7. „ähm en este punto no pude contestarle“ (D22)
    8. „ähm dado que no he ähm mandado el texto ya,“ (D29)
  - 8x Aussage „ich weiß, dass ich es schicken sollte“ (26,7%)
    1. “sé que teníamos una fecha que ähm de de mandar mi mi parte del trabajo del proyecto,“ (D6)
    2. „ya sé que nos (?) hemos puesto de acuerdo en diferentes maneras“ (D12)
    3. „sé que habría tenido que enviarte mi mi parte para la comun\ el comunicado ähm hasta el äh viernes pasado“ (D13)
    4. „yo sé que ähm la idea era que yo te iba dar äh lo que tenía mh en la semana pasada,“ (D17)
    5. „sé que habíamos quedado en que te pase la información, creo que el viernes pasado si no equi\ me equivoco“ (D23)
    6. „no\ no\ äh\ he olvidado que tenía que traerte las los documentos“ (D24)
    7. „me has pedido unos datos para ire\ rellenar tu informe de viabilidad,“ (D27)
    8. „ähm sí estoy totalmente consciente que teníamos el plazo: ya acordado la semana pasada,“ (D28)
- 32x in 29 Audios offer of repair (96,7%)
  1. „si las necesitas hoy te: ähm te los mando äh ahora mismo de lo que lo que tengo hasta ahora, y ähm si quieres lo lo preparo hasta el fin del día y te lo mando todo“ (D1)
  2. „ähm pero: mh te lo voy a preparar, vamos ähm digamos llegando al límite, häm?“ (D2)



3. „que que que antes de la de la la fecha mh del encuentro entre nus\ nuestros jefes, lo vas a tener“ (D2)
4. „y yo haré todo lo posible para que: este mismo lunes tenga todo (.) todo lo que necesita, para preparar la reunión“ (D3)
5. „lo lo voy a äh lo voy a hacer äh lo antes posible, estoy todavía trabajando en en la finalización del del material ähm (.) pero ähm voy a voy a ver que que lo prio\ que lo puedo priorizar äh en eso día en ese día y te lo te lo mando lo antes posible, a lo mejor ay hoy en la noche.“ (D5)
6. „entonces lo voy a hacer primero, finalizar primero y mandarlo inmediato.“ (D6)
7. „y espero recibir los datos hasta el viernes.“ (D7)
8. „puedo ähm entregarla ähm ahora,“ (D8)
9. „ähm intento darte las cosas cuanto antes“ (D9)
10. „y te prometo que lo voy a hacer.“ (D10)
11. „te prometo que lo voy a trabajar lo antes posible, äh me dedico mañana todo el día a (.) a hacer esto y mandártelo lo antes posible“ (D10)
12. „lo intento arreglar“ (D11)
13. „te digo que ahora en los próximos días ya me pongo, te lo mandaré lo más antes posible“ (D12)
14. „pero äh voy hacerlo äh ahora mismo, y äh así äh lo lo tienes äh hasta mañana“ (D13)
15. „así que aquí te va la información,“ (D14)
16. „y: te: lo pasaré en cuanto antes.“ (D16)
17. „pero (.) äh te prometo que al finalizar el día de hoy, lo lo tienes.“ (D16)
18. „y te te prometo que voy a hacerlo hoy y te lo mando más tarde.“ (D17)
19. „estoy detrás, estoy intentando hacerlo lo más rápido posible“ (D18)
20. „pero hoy enseguida te lo mando todo“ (D19)
21. „pero ähm lo enviado ähm entre le lo\ los próximas tres días.“ (D20)
22. „pero lo voy a acabar äh miércoles“ (D21)
23. „ähm le prometo de äh seguir ähm con mi cos\ contestación para lo más tarde mañana.“ (D22)
24. „ähm hago todo lo posible para entregarlo\ telo cuanto antes mejor“ (D23)
25. „déjame revisarlo, mañana lo tienes.“ (D24)
26. „y voy a intentar äh arreglarlo todo para que tu te para que te lo: te las puedo mandar lo antes posible“ (D25)
27. „pero me voy a poner a äh buscar todo ahora y te los envío äh dentro de los mh próximos dos horas seguro.“ (D26)
28. „no poderte los dar hasta dentro de tres o cuatro días.“ (D27)
29. „pero me prometo tenerla por si es posible pues hasta mediados de esta semana.“ (D28)
30. „pero voy a hacerlo lo antes posible, y probarlo mándarlo ese seman\ ese día“ (D29)
31. „pero si quieres me pongo ahora mismo a trabajar y entonces te lo envío ahora mismo.“ (D30)

32. „esta noche te prometo que esta noche no voy a terminar el trabaja hasta no haber terminar la presentación y mañana a primera hora te la envío“ (D31)

### Externe Modifizierer

- 6x Verstärkung durch *expressing explicit concern for the hearer* (20%)
  - 3x Verständnis für andere Seite
    1. „sé que usted tampoco tiene tiempo de esperar a a otras otras trabajos,“ (D6)
    2. „sé que etepen\ pendes de de mi,“ (D9)
    3. „porque ahora tú no puedes avanzar con el proyecto“ (D11)
  - 3x hoffentlich wenig Unannehmlichkeiten
    1. „y espero que no tengas muchos inconvenientes o encu\ le encuentres muchos fallos“ (D2)
    2. „espero que no haya problemas con tu jefe o con tu con el responsable“ (D10)
    3. „espero que (.) que no te suponga un mh gran problema“ (D16)
- 1x Verstärkung durch negative Evaluation der Tat (3,3%): „porque no: no es correcto así“ (D11)
- 4x Nachfrage, bis wann es geschickt werden soll (13,3%)
  1. „o me dices hasta cuándo las necesitas“ (D1)
  2. „es posible que te envío los datos el viernes o está demasiado tarde,“ (D7)
  3. „hasta cuando necesite äh la información“ (D8)
  4. „eso sería suficiente todavía?“ (D31)
- 5x Appell an Hörer für Verständnis/Hilfe (16,7%)
  - 3x Danken für\ Hoffen auf Verständnis
    1. „y espero que puedes entender mi situación.“ (D15)
    2. „Gracias por tu comprensión.“ (D16)
    3. „pero espero que tengas ähm que me puedes entender,“ (D25)
  - 2x Bitte um Hilfe/mehr Zeit
    1. „si tienes äh tiempo, avísame si me puedes ayudar en el trabajo porque todavía me falta algo“ (D21)
    2. „por favor, me puedes dejar hasta mañana para mandártelo?“ (D18)
- 7x in 4 Audios allgemein Beziehungsarbeit (13,3%)
  1. „de verdad, no no te preocupes“ (D2)
  2. „ya sé que va a ser muy justito, °h y a lo mejor tendrás poco tiempo para para prepararlo,“ (D2)
  3. „ähm pero estoy en ello, no: no te preocupes,“ (D2)
  4. „allí va\ allí allí delante vamos, eh? y y si cuelgo pues antes voy a\ si cuelgo ahora, pues antes lo voy a terminar.“ (D2)
  5. „pero como tú sabes,“ (D17)
  6. „si necesitas algo más, ähm dímelo y y te ayudo cuan\ como puedo.“ (D26).
  7. „así que creo que todavía podríamos conseguir el objetivo final, con el plazo que tenemos.“ (D28)

#### 12.1.4.4 Situation 4: Formulierung des Sprechaktes Ablehnung von Vorschlag

- 2x Begrüßung (6,7%)
  - „hola,“ (D12)

- „hola“ (D16)
- 7x Ansprache mit Namen (23,3%)
  - „josé“ (D2)
  - „señor rodríguez“ (D3)
  - „juan“ (D14)
  - „raúl“ (D16)
  - „pepe“ (D24)
  - „carla“ (D25)
  - „pablo“ (D26)

### **Vorbereitende Elemente (vor Head Act)**

- 8x Partikel direkt am Anfang (26,7%)
  - „pues“ (D3)
  - „bueno“ (D5)
  - „pues“ (D9)
  - „pues“ (D17)
  - „bueno“ (D23)
  - „bueno“ (D25)
  - „bueno“ (D28)
  - „pues,“ (D30)
- 1x Aufmerksamkeitsmarker (3,3%): „oye“ (D2)
- 2x Entschuldigung (6,7%)
  - lo siento“ (D20)
  - „perdona“ (D26)
- 12x Dank für Vorschlag (40%)
  1. „äh gracias por la proposición que hiciste,“ (D1)
  2. „muchas gracias por (.) por=el el proyecto que me ha enviado“ (D3)
  3. „primero muchas gracias por su idea,“ (D6)
  4. „ähm gracias por por tus ideas y por tus conceptos“ (D7)
  5. „muchas gracias para la idea, äh y la propuesta,“ (D12)
  6. „äh äh recibido tu: äh propuesta per\ para el proyecto ähm que tenemos que hacer, y muchas gracias“ (D13)
  7. „gracias juan por tu äh por tus ideas, te agradezco“ (D14)
  8. „agradezco tu idea,“ (D15)
  9. „gracias por tu propuesta“ (D16)
  10. „muchas gracias por la proposta propuesta,“ (D17)
  11. „muchas gracias por tu propuesta“ (D23)
  12. „ähm muchas gracias por tu propuesto,“ (D29)
- 10x Lob (33,3%)
  1. „es una: una idea muy interesante,“ (D5)
  2. „me parece un un una idea muy interesante“ (D9)
  3. „me gusta tu idea, así en general“ (D10)
  4. „es ähm äh se se ve que äh y has pensado äh tanto, y äh es äh también es ähm muy creativos,“ (D13)
  5. „me me parece muy interesante,“ (D16)

6. „primero me gusta la idea“ (D19)
  7. „me parece una idea interesante“ (D21)
  8. „äh muy interesante“ (D23)
  9. „tu äh propósito me parece genial,“ (D25)
  10. „me parece muy buena ähm vuestra propuesta“ (D28)
- 4x in 3 Audios Ausdruck von Unsicherheit (10%)
    1. „pero tengo algunas dudas acerca de de la idea“ (D5)
    2. „ähm no estoy segura si algunas partes de esa de verdad son son ähm (.) son tan äh o que se puede realizar unas de las de las partes que mencio\ que has mencionado,“ (D5)
    3. „es solo que ähm yo no s:\ estoy segura de que sea ähm que se pueda realizar así como lo has pensado tú“ (D13)
    4. „ähm (.) solo que: n::o estoy muy convencida si esto ähm es lo adecuado para nuestro proyecto“ (D14)
  - 2x vorläufige Zusage (6,7%)
    1. „ähm lo podemos evaluar también“ (D5)
    2. „äh podríamos pensarlo,“ (D18)
  - 5x Einführung des Themas (16,7%)
    - “que que sí, ähm que esto: mh lo que has propuesto es un un tema un poco complicado.” (D2)
    - „lo he estudiado detalladamente,“ (D3)
    - „maría, hablando de: la concesión que me has pedido la semana pasada para los buses turísticos dentro del puerto, tengo que aclararte algunas cosas. en el puerto de valencia diariamente circulan cinco mil camiones“ (D27)
    - „unv. sabes, °h me\ miraro tus ideas varias veces, y me lo he pensado bien“ (D31)
    - „ya sabes que la situación no es muy fácil para tohos nohotros“ (D12)

### **Head act**

#### **11x direkte Ablehnung (36,7%)**

1. „de mi punto de vista, temo que no\ äh (.) podemos hacer este: esto,“ (D8)
2. „de momento no lo, no lo veo viable para, para, para la cooperación que estamos manteniendo o que hemos iniciado ahora y que queremos °h aumentar“ (D2)
3. „me parece que esta sugestión o este, esa idea no es muy factible en este caso“ (D11)
4. „pero mh basado en mi experiencia no creo que sea posible hacerlo de esa manera“ (D17)
5. „pero creo que para ese proyecto: no es muy útil,“ (D19)
6. „pero desafortunadamente la pro\ propuesta no es ähm utilizable para mí,“ (D20)
7. „=la verdad es que a mí no me cuadra mucho lo que has dicho“ (D23)
8. „nom\ no me gusta mucho lo que me estás diciendo,“ (D24)
9. „pero no creo que esta situación será posible de hacer,“ (D26)
10. „la verdad es que no me parece muy bien tu idea=“ (D30)

11. „pero al final no me llegan a convencer“ (D31)

**19x indirekte Ablehnung (63,3%)**

- 9x Erklärung, warum es nicht passt (30%)
  1. „ähm es que los datos no ähm no concuerdan de lo que necesitamos“ (D1)
  2. „pero he encontrado en el punto en el punto dos he encontrado un apartado que que veo que que para nosotros es irrealizable (.) ähm plantearlo de esta forma,“ (D3)
  3. „mh tengo: algunos (.) mh (.) problemas no (llachend(es la)) palabra correcta, sino mh pienso que es muy difícil realizarlo“ (D6)
  4. „ähm creo que la jefe nos quiere una otra dirección“ (D7)
  5. „y yo creo que si entramos con estas ideas como primero äh va hacer lo más difícil para nosotros,“ (D12)
  6. „ähm desgraciadamente creo que no es es muy abstracta y no es no hay como forma de: concretarlo, ähm en nuestro contexto,“ (D16)
  7. „aunque me parece un poco complicado realizarlo“ (D21)
  8. „pensándolo bien, ähm su idean o su su su su su idea o el camino de de de resolver este problema que que que ha planteado no me no me suena a mí capabl\ capaz de de de ser transferido“ (D22)
  9. „y es imposible que el bus turístico haga su ruta entre semana de lunes a viernes“ (D27)
- 7x Alternativ-/Änderungsvorschlag (23,3%)
  1. „ähm quizás podemos también ver otras ideas o por ejemplo tengo otra idea que puede ser tal y tal,“ (D5)
  2. „pero creo que en esta situación deberíamos pensar en otra dirección que deberíamos ähm (.) ähm revisar, y quizás venir de de una otra dirección y pensar en en otro momento,“ (D9)
  3. „ähm tal vez si podríamos tomar en cuenta (.) cosa bla, bla bla, ähm“ (D14)
  4. „pero qué te parece si lo hacemos así,“ (D18)
  5. „ähm solo me gustaría añadir o mh añadir algunas mh algunos cambios que podíamos hacer para que äh ese ese, esa idea de ti sea un poco más mh ähm aplicable, como se puede: ähm ähm aceptar luego en la presentación“ (D25)
  6. „pero, qué os parece si quizá le damos un pequeño otro enfoque“ (D28)
  7. „pero tal vez sería importante que ya buscamos otras äh ejem\ ähm otros ejemplos por ejemplo (.) podríamos hacerlo de manera (.) diferente y después explicar un otro punto.“ (D29)
- 2x genauer besprechen (6,7%)
  1. „ähm y por eso quizás äh podríamos äh hablar de eso ähm mh m lugar más tranquilo äh de de los detalles“ (D13)
  2. „ähh pero me gustaría hablarlo un poco más en detalle,“ (D15)
- 1x Verbesserung möglich (3,3%): „pero creo que se puede mejorar todavía,“ (D10)

**Nachgelagerte *supportive moves***

- 19x in 18 Audios Alternativvorschlag (60%)

1. „äh si quieres, hacemos una ähm un meeting en que lo vemos juntos y ähm äh hacemos una evaluación, de todo loc\ äh lo que necesitamos para que después äh tengamos todo listo.“ (D1)
  2. „tendríamos que äh igual con un meeting por teléfon\ bueno puede ser un zoom meeting, casi mejor porque así nos vemos y analizamos los gráficos que he preparado para que vea la la incoherencia en este punto (.) para poder ähm buscar una solución a esta a este punto.“ (D3)
  3. „creo que debemos pensar (.) en otro lado, y y dejar esa idea“ (D6)
  4. „entonces quizás nos pudimos reunir en otra reunión y ähm descubrir ideas (.) juntos?“ (D7)
  5. „y bueno yo propongo que lo hagamos de tal forma un poquito diferente y ähm (..)“ (D10)
  6. „entonces propongo hacer algunos cambios“ (D10)
  7. m, ähm tendríamos que mirar por otro otro motivo tal vez podemas podemos hacer un una campaña de marketing, pero a nivel más a nivel nacional que no sea tan grande,“ (D11)
  8. „pero äh quizás ähm lo veremos con más tranquilidad y encontramos una solución?“ (D13)
  9. „así que (.) creo que podríamos seguir buscando ideas a ver si: si nos ocurre algo que que pueda hacer=que pueda funcionar para, para nuestros mercados.“ (D16)
  10. „ähm por eso te voy a hacer, voy a voy a usar lo que tú has hecho, pero lo voy a cambiar un poco, te hago una nueva\ nueva propuesta“ (D17)
  11. „y que podemos hacerlo de otra manera?“ (D19)
  12. „ähm es posible ähm de hablar ähm ähm ähm de hablar äh sobre este propuesta p\ por mejorar su propop\ propuesta, por favor.“ (D20)
  13. „podemos dar otra o pensada y a ver lo que podemos hacer mejor de esto?“ (D24)
  14. „así que (.) yo propo\ propongo que lo hacemos así así“ (D25)
  15. „ähm tendríamos que pensarlo de manera diferente, para que: que sea posible realizarlo.“ (D26)
  16. „entonces creo que nos tenemos que reunir y ver mh fechas, posibilidades, como hacer factible y viable e:sa concesión de bus turístico dentro del puerto de valencia.“ (D27)
  17. „pues os quería hacer otra propuesta alternativa.“ (D28)
  18. „y entonces sería mejor que nos concentramos os que nos enfocamos en otra cosa que es pues que se podría hacer un poco más rápido.“ (D30)
  19. „a ver si lo podríamos mirar por otro lado=o (.) por otro punto de vista“ (D31)
- 16x in 13 Audios Erklärung der Ablehnung (43,3%)
    1. „h ähm pero con lo que estamos haciendo hasta ahora yo creo que sería suficiente“ (D2)
    2. „pero mh te adelanto de que ähm en este momento: es una sit\ no lo no lo veo ähm apropiado para para integrarlo ähm en este proyecto,“ (D2)
    3. „pero (.) tengo tengo problemas de la realización de esa idea.“ (D6)
    4. „por razones como por ejemplo (.) la ähm la estr\ tenemos la estructura y la=verdad no pienso que esa idea nos (.) mh nos da una ventaja, nos ayuda a a finalizar el proyecto,“ (D6)
    5. „más que (.) en ähm una dirección con más gráficos menos texto,“ (D7)

6. „que me parece (.) que no es quizás lo lo más ideal para este caso que tenemos“ (D10)
  7. „mmh porque tenemos que mirar y observar nuestros recursos.“ (D11)
  8. „porque: mh no tenemos los suficientes fondos para hacer esta inversion,“ (D11)
  9. „porque esta pienso que nos va a hacer la vida bastante difícil ya al inicio“ (D12)
  10. „äh °h que porque ähm hay äh puntos que=ähm no sé äh pienso que no no que no podemos hacerlos así como como lo has pensado tu=°h“ (D13)
  11. „por ähm algunos puntos, ähm no me creo que es posible por a b c d, ähm y no me creo que sería bien para äh nuestra firma ähm de seguir este camino“ (D22)
  12. „porque creo que mh puede pasar que ähm hay algunas, como pueden pasar algunas ähm o puede ser un poco difícil de hacerlo de esta y esa manera,“ (D25)
  13. „porque hay tantísimo camión que peligraría el buen recorrido del mismo“ (D27)
  14. „porque yo creo que lo que no podemos perder de vista es el objetivo: global que tenemos, para el contenido de: de la documentación“ (D28)
  15. „porque yo creo que que eso no: °h que eso no es factible porque, pues creo que no tenemos el tiempo suficiente para hacer eso“ (D30)
  16. „porque, eso realmente no me convence,“ (D31)
- 8x Einbezug der Meinung (26,7%)
    1. „äh si quieres,“ (D1)
    2. „ähm qué piensas de eso,“ (D5)
    3. „qué te parece?“ (D13)
    4. „no sé si lo podemos discutir, a ver si podemos llegar a un acuerdo“ (D14)
    5. „qué piensas de? ix ypsilon“ (D15)
    6. „y después ähm hacemos la decisión final ähm juntos.“ (D17)
    7. „y cómo äh qué piensas de esto? que que tienes otra: otra idea o cómo com podemos mejorarlo un poco,“ (D25)
    8. „así que=m si me permitís,“ (D28)
  - 3x Nachfrage nach genauerer Erklärung (10%)
    1. „a lo mejor me puedes expl\ me puede explicar un poco más sobre la idea y ähm tus ide\ äh o su idea de hacerlo (.) en realidad.“ (D8)
    2. „lo puedes explicar un poco más claro, como lo quieres realizar?“ (D21)
    3. „pero igual me podrías repetir y entonces podría entender mejor“ (D23)
  - 3x in 2 Audios vielleicht in Zukunft (6,7%)
    1. „y ähm a=lo mejor en un mo\ en un momento más más tarde o en otro proyecto pues sería viable pues con\ hab\ hablar sobre esta medida que estás proponiendo,“ (D2)
    2. „y °h y y ya en adelante pues vamos a hablar o sobre otras cosas“ (D2)
    3. „pero quizás lo podemos lo podemos äh sí dejar por otro momento.“ (D9)
  - 2x Betonung, dass die Idee nicht schlecht/interessant ist (6,7%)
    1. „idea=que no es mala,“ (D6)
    2. „sin embargo me parece interesante“ (D9)
  - 2x Bitte um Änderung (6,7%)
    1. „así que te pido de pensarlo de nuevo, si puedes corregirlo un poco o tendrás otra propuesta,“ (D12)

- 2. „le ruego de ähm encontrar otra otra idea o otro camino posible.“ (D22)
- 2x in 1 Audio Entschuldigungen nach Ablehnung (3,3%)
  1. „lo siento mucho“ (D31)
  2. „lo siento“ (D31)
- 2x Dank am Ende (6,7%)
  1. „gracias“ (D3)
  2. „gracias“ (D14)
- 2x Ablehnung wird auf Zeitpunkt geschoben (6,7%)
  1. „en este momento: es una sit\ no lo no lo veo ähm apropiado para para integrarlo ähm en este proyecto“ (D2)
  2. : „pero no ähm (..) pero no en este momento.“ (D9)
- 1x angedeutetes Verständnisproblem auf Hörerseite (3,3%): „porque hasta ahora sinceramente no lo pillo. (lachend(igual)) está el problema de mi lado pero me gustaría entenderlo mejor.“ (D23)
- 1x bedingte Zustimmung, wenn geändert wird (3,3%): „y entonces creo que sí puede funcionar.“ (D10)
- Lexik:
  - „proposición“ (D1)
  - „esto: mh lo que has propuesto“ (D2)
  - „proyecto“ (D3)
  - „idea“ (D5)
  - „idea“ (D6)
  - „tus ideas y por tus conceptos“ (D7)
  - „esto“ (D8)
  - „idea“ (D9)
  - „idea“ (D10)
  - „esta sugestión o este, esa idea“ (D11)
  - „la idea, äh y la propuesta“ (D12)
  - „propuesta“ (D13)
  - „ideas“ (D14)
  - „idea“ (D15)
  - „propuesta“ (D16)
  - „propuesta“ (D17)
  - „pensarlo“ (D18)
  - „idea“ (D19)
  - „propuesta“ (D20)
  - „idea“ (D21)
  - „idea o el camino de de de resolver este problema“ (D22)
  - „propuesta“ (D23)
  - „lo que me estás diciendo“ (D24)
  - „propósito“ (D25)
  - „situación“ (D26)
  - „hablando de:“ (D27)
  - „propuesta“ (D28)
  - „propuesto“ (D29)
  - „idea“ (D30)



- „ideas“ (D31)

#### 12.1.4.5 Situation 5: Formulierung des Sprechaktes Persuasion von Vorschlag

##### **Alterters und vorgelagerte *supportive moves***

- 2x Begrüßung (6,9%)
  - „muy buenos días, josé, cómo van las cosas“ (D2)
  - „hola“ (D16)
- 4x Name (13,8%)
  - „josé,“ (D2)
  - „juan“ (D14)
  - „mónica“ (D16)
  - „carla,“ (D25)
- 1x Smalltalk (3,4%): „mh ya has almorzado? que que ya es tarde.“ (D2)
- 10x Partikel zu Beginn (34,5%)
  1. „pues“ (D3)
  2. „bueno“ (D5)
  3. „pue\“ (D9)
  4. „bueno“ D10)
  5. „entonces“ (D13)
  6. „pues“ (D14)
  7. „vale pues“ (D18)
  8. „äh pues“ (D19)
  9. „pues“ (D23)
  10. „pues“ (D28)
- 6x Aufmerksamkeitsmarker (20,7%): „mira“ (D5, D14, D17, D21, D23, D26)
- 4x Eingehen auf vorherige Idee des Gegenübers (13,8%)
  1. „por eso utilicé lo que tú has habías hecho y muchas gracias por tu trabajo de preparación,“ (D17)
  2. „vale pues ähm sí eso podr\ podía ser una solución,“ (D18)
  3. „yo creo que los dos sumamos, aunque lo tuyo no me gusta tanto“ (D24)
  4. „pues la verdad de que me ha gustado mucho vuestra propuesta, el enfoque que le habéis dado,“ (D28)
- 3x in 2 Audios Ansprechen von vorheriger Ablehnung des Gegenübers (6,9%)
  1. „äh gracias para(?) la respuesta, he comprendido que tu no estas convencido de nuestra propuesta piensas que teníamos cambiar äh la cosa para tener un poco más de apoyo de parte del cliente para nuestras ideas,“ (D12)
  2. „sé que te parece a lo mejor un poco raro,“ (D12)
  3. „yo sé que tienes dudas o que tengas ahí inconvenientes que no estás muy acordo con con mi propuesta,“ (D24)

##### **Handlungsstrategie**

- 14x Handlungsziel am Anfang (48,3%)
  1. „äh ähm pues °h (.) pues para el el posible nuevo proyecto pues te quería proponer, mh lo siguiente, que a ver si (.) ähm hablamos no solo sobre el tema financiero sino también a ver si lo combinamos con °h algún tema cultural y así pues podíamos variar un poco la la idea nos(?), a lo mejor también“ (D2)

2. „pero nuestro departamento técnico pues äh han venido hace muy poco. me ha venido con una propuesta alternativa mh que creo que podía interesarle, también“ (D3)
  3. „también tengo: tengo otra opción que que que podemos äh discutir aquí ahora juntos, ähm la situación es tal y tal“ (D5)
  4. „para la real\ realización de nuestro proyecto tengo una: una idea cómo podemos realizar ähm (.) el este el proyecto,“ (D6)
  5. „he preparado un concepto que consiste o un parte ähm de textos y por otra parte ähm gráficos para ähm mantener un (..) un än ähm (...) y por otra parte text\ äh gráficos para mejorar el entendimiento,“ (D7)
  6. „pue\ esa es la la idea,“ (D9)
  7. “yo creo que lo que más sentido tiene en esta situación es que primero juntemos toda la información relevante, yo lo puedo hacer ähm y lo junto todo como en un archivo de word y entonces ähm después lo podemos convertir en un powerpoint, y ähm pues sí, para mí los pasos serían primero buscar toda la información y ya luego vemos cuál es la información más relevante y lo vamos como concretando MÁS en cada paso,“ (D10)
  8. „entonces äh eso sería mi propuesta para ähm il proyecto.“ (D13)
  9. „te comento que ähm (.) en este caso te recomendaría ähm (.) optar por la opción de las etiquetas estándar internacionales,“ (D14)
  10. „ähm respecto a lo que el proyecto nuevo, pues yo había pensado que podríamos hacerlo de de la siguiente forma,“ (D16)
  11. „lo que también podíamos pensar es ähm hacerlo así,“ (D18)
  12. „äh pues desde mi punto de vista es mejor (.) grabar el vídeo fuera, con la naturaleza y el sol y el cielo, que dentro,“ (D19)
  13. „yo estoy segura que podríamos hacerlo ähm con otras personas, necesitamos dos personas más para poder ähm entregar el plan suficiente para la estrategia, de la campaña publicitaria, que que que queremos hacer, y estoy segura que con las plataformas ähm instagram y tiktok, podemos ähm (.) hacer la campaña perfecta para ese proyecto, y así tenemos todo lo que necesitamos,“ (D26)
  14. „aquí vienen MIS ideas de\ (.) de cómo po\ podríamos completar la la presentación,“ (D31)
- 8x Handlungsziel steht bereits im Raum (27,6%): D11, D12, D20, D21, D22, D24, D25, D30
  - 7x Handlungsziel erst später (24,1%)
    1. „y ähm tengo un: tengo unas äh pro\ propuestas“ (D1)
    2. „en mi empresa en alemania normalmente hacemos esas cosas así, hay un proceso que funciona, dedededede, y äh yo propongo que ähm (.) usemos ese proceso aquí äh también en esta situación, porque ya tengo mucha experiencia y funciona muy bien.“ (D8)
    3. „además de tener una lan\ larga experiencia en recursos humanos, ähm ya hace mucho tiempo hecho eso tipo de proyecto, (.) y me gustaría (.) admitir esa experiencia contigo, o sea, und dann würde ich erklären, was mein Vorschlag ist. Genau. Also“ (D15)

4. „por eso utilicé lo que tú has habías hecho y muchas gracias por tu trabajo de preparación, ähm yo lo usé y hice un una nueva versión, con con mis äh mis ideas también, y ahora te te lo quiero mostrar,“ (D17)
5. „si hacemos esto así o así“ (D23)
6. „pues la verdad de que me ha gustado mucho vuestra propuesta, el enfoque que le habéis dado, pero creo que para conseguir los objetivos que nos han marcado, no deberíamos perder de vista, otro conjunto de aspectos, por lo tanto, me gustaría presentaros una alternativa de=m de aspectos que creo que tenemos que tener en cuenta para para alcanzar ese objetivo común.“ (D28)
7. „y por eso podríamos hacerlo de: manera siguiente?“ (D29)

### Argumentationsart

- 13x inhaltliche Argumente (44,8%)
  - 9x konkret etwas ausgedacht (31%)
    1. „y además da\ daríamos también otra imagen, °h ähm porque si solo nos centramos en lo uno, °h ähm parece ser que como si fuéramos unos banqueros.=entonces pues äh yo creo que si lo combinamos con un tema cultural a\ atraemos también a otra gente, atraemos a otros clientes y además nos abrimos un poco también a: a a=lo mejor a la gente más joven, entonces yo creo que podía ser una una alternativa para ((räusperrn)) para convencer a más gente y tener más entrada.“ (D2)
    2. „como no cumplen todos los puntos, pero veo que la mayoría, así que podía encajar con sus requisitos,“ (D3)
    3. „ya tenemos la estructura para realizarla, también tenemos el el conocimiento de: de las ähm fórmulas que tenemos que ähm (.) que tenemos que hacer,“ (D6)
    4. „porque es mh algo muy sencillo se puede emprender fácilmente, y mmh es muy útil por el día a día,“ (D11)
    5. „porque nos conocemos ya bastante años y si entramos con estas ideas ellos van a estar más seguros que sabemos de lo que hablamos y van a seguir nuestros äh nuestras propuestas en el futuro.“ (D12)
    6. „y ähm de esa manera, también ähm podemos ähm (.) ähm (...) (sucht Wort im Übersetzer, Tippen hörbar) äh poner de relieve äh la (.) la la nostra la nuestra cooperación ähm porque äh se se ve ähm o representa bien äh los perfiles de ambas la las empresas.“ (D13)
    7. „porque somos una empresa de frutas e\ y verduras y para el imagen que tenga el cliente es mejor que vea que trabajamos en la naturaleza.“ (D19)
    8. „o podemos\ a mí me gustaría\ o yo veo que ya la presentación o la idea ya es muy mh muy elaborada, así que me gustaría presentar la idea así,“ (D25)
    9. „que creo que tenemos que tener en cuenta para para alcanzar ese objetivo común.“ (D28)
  - 4x ausgelagert (13,8%)
    1. „y te voy a presentar un power point que lo explique mejor“ (D7)

2. „mira que he preparadao preparado ähm algunos argumentos que: que soportan esa idea“ (D9)
  3. „porque (.) mh hay varios aspectos que están en\ a favor de ese idea (.)“ (D21)
  4. „ähm por las razones que le había comentado äh antemente y deberíamos de de de revisar los puntos de nuevo“ (D22)
- 7x in 6 Audios Geld (20,7%)
    1. „igual podía ser incluso °h bastante más económico lo que inicialmente habíamos pensado, ähm para como precio objetivo de ese proyecto,“ (D3)
    2. „la razón por que äh por cual creo que que sería buena idea es que que tiene sus\ unas adventajas para los dos que ähm lo podemos realizar de una manera ähm äh de de a corto plazo y con con muy pocos costos,“ (D5)
    3. „mh la ventaja de: de mi idea es que no nos cuesta mucho dinero,“ (D6)
    4. „y: no no nos cuesta mucho dinero,“ (D6)
    5. „y además que es una manera muy muy económica ähm ähm de de hacerlo,“ (D13)
    6. „porque aplicar estas etiquetas aquí en alemania tiene un costo muy alto ähm en ecuador, (.) yo sé que esto äh te costaría mucho menos“ (D14)
    7. „porque así podríamos ähm ahorrarnos gastos“ (D18)
  - 8x in 7 Audios Zeit (24,1%)
    1. „la razón por que äh por cual creo que que sería buena idea es que que tiene sus\ unas adventajas para los dos que ähm lo podemos realizar de una manera ähm äh de de a corto plazo y con con muy pocos costos,“ (D5)
    2. „y la ventaja es que tampoco cuesta mucho tiempo,“ (D6)
    3. „entonces, yo creo que lo podríamos aplicar de manera eficaz y efica\ äh efectivamente muy rápido“ (D11)
    4. „ähm (.) bueno yo äh evidentemente äh preferiría hacerlo así, porque ähm para mí la ventaja es äh realmente ähm que lo pudimo\ lo podemos realizar en poquísimo tiempo,“ (D13)
    5. „porque primeramente necesitamos ähm todos los datos legales que debe llevar la etiqueta, yo tengo que mandar esto a la gráfica, me tienen que (.) äh preparar la etiqueta, me la tienes que aprobar, la tenemos que enviar a impresión, etcetera etcetera, ya ves que esto es un proceso bastante largo.=si te urge la ma\=la mercadería te recomiendo ähm (.) äh recibirla con la etiqueta internacional y tú te encargas en Ecuador äh de reetiquetar las botellas.“ (D14)
    6. „y (.) aparte de esto, te podemos sacar la mercadería ya mismo, ahora mismo ähm porque ya la tenemos aquí en stok, pero si tenemos que trabajar ahora primero las etiquetas, ähm lleva un tiempo larguísimo,“ (D14)
    7. „y sobre todo tiempo, °h y ähm claro, lo más importante es que seamos eficientes“ (D18)
    8. „y también en el tiempo que que tenemos para hacer este proyecto y y yo, creo que ((lachen)) ähm (.) pues que: (.) sí, que podemos hacer esto“ (D30)
  - 12x in 11 Audios Erfahrung (37,9%)
    1. „äh ya sabes que mi: ähm que que mi equipo tiene mucha experiencia en proyectos äh que son que son äh que parecen a ese, que son on que que son,

Gott was heißt denn ähnlich keine Ahnung [P1: parecidos] ah ja stimmt mh mh äh ((lachen)) que son parecidos,“ (D1)

2. „y te te puedo ähm te pedo puedo suportar en toda con toda la experiencia que que ya tenemos“ (D1)
  3. „porque ya tengo mucha experiencia y funciona muy bien.“ (D8)
  4. „pero yo sin embargo pienso que sí que sería mejor usar nuestra propuesta porque tenemos nosotros la experiencia con este cliente y con ese mercado.“ (D12)
  5. „porque nos conocemos ya bastante años y si entramos con estas ideas ellos van a estar más seguros que sabemos de lo que hablamos y van a seguir nuestros äh nuestras propuestas en el futuro.“ (D12)
  6. „te lo puedo decir por experiencia,“ (D14)
  7. „además de tener una lan\ larga experiencia en recursos humanos, ähm ya hace mucho tiempo hecho eso tipo de proyecto, (.) y me gustaría (.) admitir esa experiencia contigo“ (D15)
  8. „ähm la verdad es que me ha funcionado en el pasado, y: creo que se podría aplicar muy bien a a este proyecto nuevo.“ (D16)
  9. „ya he hecho tres cuatro proyectos en españa, y por eso SÉ como le deberíamos hacer porque hasta ahora ha funcionado muy bien,“ (D17)
  10. „y tengo algunas experiencias con con aspecto a esto y por eso me gustaría ähm realizarlo.“ (D21)
  11. „como como sabes llevamos mucho tiempo trabajando en este aspecto, y creo que tenemos bastante experiencia con el tema=“ (D23)
  12. „ya:, äh yo ya he: äh participado en un proyecto similar o similar, y por eso ähm ya tengo unos o un poco de experiencia“ (D29)
- 3x persönlich (10,3%)
    1. „pero tienes que fiarte ahí, te pido que te fies en nuestra propuesta“ (D12)
    2. „ähm pero ya te te puedo asegurar que de esta manera de esa forma vamos a poder lograrlo y äh así tenemos buenos resultados.“ (D17)
    3. „pero fijate qué cosas buenas podemos hacer juntos“ (D24)

### *Supportive moves*

- 10x in 8 Audios Lob des eigenen Vorschlags (27,6%)
  1. y ähm por eso me parece que que puede ser una opción buena para las dos partes,“ (D5)
  2. „mh y mh, con (lachend(todos con)) todas estas ventajas pienso que es una idea muy bien. muy buena.“ (D6)
  3. „y por tanto creo que=es es la mejor alternativa que tenemos de momento.“ (D11)
  4. „mh yo creo que mh (.) que la intención es muy buena, que podríamos avanzar con este proyecto“ (D11)
  5. „ähm creo que este propuesta es muy favorable para los ähm äh para ähm el proyecto ähm de nuestras äh empresas.“ (D20)
  6. „yo tengo una, me parece una idea muy interesante la mía“ (D21)
  7. „me creo que ähm pensándolo bien la idea que nosotros ähm tenemos, será mejor aplicable,“ (D22)

8. „eso es la mejor manera, o es la mejor acertada a la manera, como lo podemos äh sacar esas cosas adelante.“ (D24)
  9. „pero yo creo que (.) deberíamos hacer mi camino.“ (D24)
  10. „desde mi punto de vista yo creo que: mh mi idea sería posible“ (D30)
- 3x Ausdruck von Selbstsicherheit (10,3%)
    1. „ähm pero vas a ver los lo\ äh sí los ventajas que nos ähm que nos trae, ähm (.)“ (D9)
    2. „y me creo que después de hacerlo ähm usted también llegará a la misma conclusión que nosotros de que este camino es el único que podemos ir.“ (D22)
    3. „yo estoy segura que podríamos hacerlo [...]“ (D26)
  - 12x Rückfrage nach Meinung/Zustimmung (41,4%)
    1. „qué está pensando?“ (D3)
    2. „ähm pero igual me interesa qué qué piensas tú de eso, äh tienes unas ideas? ähm algo que no quedó cla\ que äh que no\ äh que no quedó claro o äh qué te parece si si hacemos este proyecto juntos.“ (D5)
    3. „y quizás después me podrías darme tu opinión“ (D7)
    4. „y: si si estás de acuerdo, ähm lo podríamos hacer de esta o esta manera, pues (.) dependiendo de la idea, ähm (..) y ja mh (.....) ja“ (D9)
    5. „espero que esto también funcione para ti“ (D10)
    6. „qué opinas?“ (D16)
    7. „qué parece la propuesta: para usted?“ (D20)
    8. „así que °h si no te importa qué tal te parece si hacemos esto así o así y y, cómo cómo lo ves, podemos (.) ponernos de acuerdo en eso,“ (D23)
    9. „qué te parece mh mi idea, te parece bien? te parece mal?“ (D25)
    10. „y qué piensas?“ (D29)
    11. „=si te parece bien,“ (D30)
    12. „°h a ver s\ tal vez te gusta,“ (D31)
  - 10x in 7 Audios Angebot, dass Hörer Dinge hinzufügt/gemeinsame Ausarbeitung (24,1%)
    1. „en que podemos äh mirar, puedes äh puedes (.) añadir todo lo quieras, para que tengamos un äähm proyecto completo“ (D1)
    2. „y y vemos la ficha técnica, la analizamos“ (D3)
    3. „y pues es\ sería analizarlo y si puede pues le mandaríamos una muestra gratuita para que lo apruebe, y con eso vemos a ver si encaja con su línea comercial.“ (D3)
    4. „tengo otra opción que que que podemos äh discutir aquí ahora juntos“ (D5)
    5. „äh tienes unas ideas?“ (D5)
    6. „ähm los podemos revisar ähm juntos si quieres,“ (D9)
    7. „o tú también dime que ideas tienes“ (D10)
    8. „tienes algunas mh ideas más?“ (D25)
    9. „ähm tienes algo que añadir,“ (D25)
    10. „y si tienes algunas dudas podemos äh podremos hablarlo otra vez, también si quieres, o con ähm con la gente de las plataformas directamente si tienes otras dudas.“ (D26)
  - 2x Bereitschaft, Vorschlag aufzugeben (6,9%)

1. „pero si no estás de acuerdo también podemos pues pensar en otras cosas, o también pues podemos mezclar nuestras ideas, y pues por ejemplo hacer un poco de tu idea y también el resto de mi idea para que todos estemos de acuerdo y que todos ähm pues sí, están felices con con esta idea y con este proyecto.“ (D30)
2. „si no tendríamos que mirar si tal vez encontramos otro camino otras ideas, que que nos lleguen a convencer los dos,“ (D31)

#### 12.1.4.6 Situation 6: Formulierung des Sprechaktes Bitte um Hilfe

##### **Alerters und vorgelagerte supportive moves**

- 25x Begrüßung (83,3%)
  1. „hola buenos, buenos días,“ (D2)
  2. „hola sergio ((lachen))“ (D3)
  3. „hola carlos,“ (D5)
  4. „hola compañero,“ (D6)
  5. „hola je\ javier“ (D7)
  6. „hola“ (D8)
  7. „hola pablo“ (D10)
  8. „hola,“ (D11)
  9. „hola“ (D12)
  10. „hola“ (D13)
  11. „hola juan“ (D14)
  12. „hola,“ (D16)
  13. „hola, buenas,“ (D18)
  14. „hola:“ (D19)
  15. „hola,“ (D20)
  16. „hola“ (D21)
  17. „hola timo.“ (D22)
  18. „hola josé“ (D23)
  19. „he maría“ (D24)
  20. „hola, buenos días,“ (D25)
  21. „hola maría“ (D26)
  22. „buenos días“ (D27)
  23. „buenos días alberto,“ (D28)
  24. „hola,“ (D30)
  25. „hola“ (D31)
- 3x in 2 Audios Aufmerksamkeitsmarker (6,7%)
  - „oye“ (D2)
  - „mira“ (D28)
  - „mira“ (D28)
- 16x in 12 Audios Smalltalk (neue:r Kolleg:in) (40%)
  1. „ähm eres el nuevo compañero no?“ (D2)
  2. „pues yo llevo ya aquí unos cuantos añitos, y y tú, pues hola nada, äh acabas de comenzar, no? aquí en esta empresa? °h pues te digo una cosa, aquí: aquí se\ se le\ se puede pasar muy bien,=se trabaja mucho, pero también adqui\ adquieres mucha experiencia, °h y: y eso te va a servir para para tu futuro profesional estoy s\ estoy seguro. estoy seguro.“ (D2)

3. „ähm qué bueno que estás acá, espero que has tenido unas buenas primeras semanas o primeros días“ (D5)
  4. „ähm quizás para decirte yo trabajo en en el mismo ámbito como tú, °h y supongo que vamos a trabajar juntos äh juntos en en el futuro,“ (D5)
  5. „ähm sería súper interesante y bueno espero ähh sí, que tienes un que tengas unas primeras días súper bonitas acá“ (D5)
  6. „mh sé que no nos conocemos muy bien, pero eso (lachend(podemos)) cambiar,“ (D6)
  7. „mi jefe me comentó que estás trabajando en este proyecto y mh que estás nuevo aquí en la empresa también, entonces ähm pensaba mira mh ((kurzes lachen)) qué bien, hacemos un intercambio de ideas,“ (D11)
  8. „ya sé que llevas poco tiempo en la empresa, ähm por ahí nos hemos visto en la cantina“ (D14)
  9. „eres raúl, verdad?“ (D16)
  10. „y así también nos podemos conocer mejor (unv.) más y ähm vale y ver si hay sinergias,“ (D18)
  11. „mi mi jefe me ha dicho que: tú eres nuevo, hablas el español, no?“ (D21)
  12. „pero °h me han dicho que hablas español que eres español y“ (D23)
  13. „qué tal, como estás, yo he escuchado que tú eres mh el nuevo compañero en la compa en la empresa,“ (D25)
  14. „y además bueno pues solamente el hecho de que seas de españa, mira me gusta mucho hablar castellano, tengo mucho contacto con con españa y la verdad es que para mí sería un placer enorme äh trabajar junto contigo= en ese proyecto pero claro,“ (D28)
  15. „creo que todavía no nos hemos llegado a conocer,“ (D31)
  16. „(.) he oído que tú acabas de empezar a trabajar también en nuestra empresa,“ (D31)
- 3x in 2 Audios willkommen heißen (6,7%)
    1. „primero bienvenido äh a nuestra empresa,“ (D5)
    2. „primero, bienvenido,“ (D5)
    3. „ähm bienvenido: a la empresa, (.)“ (D16)
  - 16x Vorstellen (53,3%)
    1. „yo yo soy [nombre].“ (D2)
    2. „ähm soy como no con\ nos conocimos muy bien, ähm soy [nombre] la coordinadora de venta por el mercado“ (D7)
    3. „pero me quería introducir=yo soy [nombre] y hablo también español“ (D12)
    4. „pero déjame ähh introducirme, yo soy [nombre], trabajo en el departamento equis,“ (D14)
    5. „ähm no te conozco, por eso me: me voy a presentar ahora, mi nombre es [nombre], soy tu colega del del teama del equipo de de ventas.“ (D17)
    6. „soy [nombre], vale pues ähm me presento, val es que ähm sí, yo llevo el departamento de comunicación y CR“ (D18)
    7. „yo soy [nombre] de comunicación,“ (D19)
    8. „äh me llamo [nombre], ähm soy un colega de de usted“ (D20)
    9. „soy [nombre] de de de la oficina equis,“ (D21)
    10. „äh soy [nombre]. ähm creo que no nos conocemos aún“ (D23)
    11. „y me gustaría presentarme, yo soy [nombre],“ (D25)
    12. „soy [nombre] del departamento de gabinete de presidencia,“ (D27)



13. „me presento [...] mi nombre es [nombre], trabajo en el departamento de formación de esta empresa“ (D28)
  14. „soy [nombre], y soy tu compañero de:l del trabajo,“ (D29)
  15. „pues no: nos conocemos y entonces pues me presento un poquito. ähm pues me llamo [nombre]“ (D30)
  16. „me\ me permites presentarme, soy [nombre] y ya estoy trabajando desde hace veinte años en el departamento equis, y:“ (D31)
- 13x explizite Entschuldigungen für Störung (43,3%)
    1. „lo siento, no quiero interrumpir tu trabajo?“ (D1)
    2. „pues perdona que moleste,“ (D3)
    3. „ähm disculpe de mul\ molestar te“ (D6)
    4. „äh perdóname, äh espero que tenga un momento hablar conmigo,“ (D8)
    5. „perdón,“ (D10)
    6. „perdona si de äh estorbo aquí porque veo que estás trabajando,“ (D12)
    7. „disculpa, ähm no: no quería interrumpirte“ (D13)
    8. „disculpa que te estoy interrumpiendo“ (D14)
    9. „disculpa,“ (D15)
    10. „disculpa,“ (D17)
    11. „lo siento si te molesto“ (D26)
    12. „perdóname porque veo que estás äh trabajando muy muy concentrado en algo,“ (D28)
    13. „ähm perdón que te untterumpo,“ (D30)
  - 12x Frage nach Verfügbarkeit (40%)
    1. „äh tienes un momentito?“ (D3)
    2. „ähm ve que estás ä ocupado ähm está bien si hablamos ahora o o no? o ähm si si quieres, vuelvo en en unos minutos ähm (bueno, si me dice que sí que es que está bien hablamos, äh entro bueno)“ (D5)
    3. „ähm tienes un momento para mí?“ (D7)
    4. „te: mh te podría preguntar una cosa, si tienes un segundito para ayudarme?“ (D9)
    5. „te puedo interrumpir?“ (D10)
    6. „podría molestarte?“ (D15)
    7. „ähm crees que podrías tener un momento ähm esta tarde o o para almorzar?“ (D16)
    8. „tienes un minuto para mi?“ (D17)
    9. „puedo molestar un segundo?“ (D19)
    10. „tienes un momento?“ (D23)
    11. „yo sé que estás ocupado, podemos hablar en cinco minutos,“ (D24)
    12. „puedes prestarme cinco minutitos y te puedo hacer una pregunta?“ (D28)
  - 5x Einschränkung, wenn Gegenüber Zeit hat oder es ihm passt (16,7%)
    1. „y si tienes tiempo ahora o un poco ma\ äh un poco más tarde,“ (D1)
    2. „y ähm quizás si tienes tiempo en en esos días“ (D5)
    3. „y si tienes tiempo en la tarde“ (D6)
    4. „que si te parece bien“ (D18)
    5. „cuando si es posible para ti y si qua si quizá si tú quieres“ (D28)
  - 22x Lob des Expertentums (73,3%)
    1. „el jefe me dijo que que tu tienes mucha experiencia en eso,“ (D1)

2. „que me han dicho que tu en el tema=mh informático (.) que le llevas bastante bien, que lo manejas con casi con perfección,“ (D2)
  3. „porque mi jefe bueno nuestro jefe común nos ha dicho que: que tú tienes muchísima experiencia: äh laboral en este tema“ (D3)
  4. „ya escuché bastante ähm de de ti y ähm de hecho por eso también estoy toy acá ähm para decir ((lachen)) decirte bienvenido pero igual que äh estoy trabajando en un proyecto que puede ser súper interesante también para ti, porque escuché que también tienes experiencia acá,“ (D5)
  5. „jefe me dijo que: usted=o tú ya tienes ähm experiencia con es(t)e tipo de proyecto,“ (D6)
  6. „y sandra nuestra jefe jefa, me dijo que tú tienes experiencia con este asuntos,“ (D7)
  7. „äh mi jefa me dijo que tú sabe o usted sabe mucho ähm de este cosa äh en la que estoy trabajando,“ (D8)
  8. „es que mi mi jefe o mi compañero me ha dicho que que tú eres experto en (.) esta cosa ((lachen))“ (D9)
  9. „y me dijeron que tú tienes como muchos conocimientos en este área,“ (D10)
  10. „o tal vez ya que estás tan experto en el en el tema y estás más avanzado que yo, ähm que podría aprovechar un poco del de tu expertisa“ (D11)
  11. „y como tú eres experto para esas cosas“ (D12)
  12. „y ähm el äh bueno el el jefe me ha dicho que äh quizás tú podrías ayudarme porque tienes mucha experiencia ya en äh en ese: con con esas tareas.“ (D13)
  13. „y me han dicho que sabes mucho sobre ese tema“ (D16)
  14. „ähm mi jefe me dijo que tú eres nuevo aquí, pero tú tienes experiencia con ese tipo de proyecto,“ (D17)
  15. „y äh vale pues ähm Esteban me ha dicho que tú eres experto en ähm sostenibilidad que has tenido mucha experiencia con esto,“ (D18)
  16. „y me han dicho que tú tienes información sobre ese tema,“ (D19)
  17. „y tienes experiencia con este tema, y me ha dicho que te podría preg\ preguntar sobre esto“ (D21)
  18. „es que me han dicho que tienes ahí äh eres experta en la tarea esta“ (D24)
  19. „y mh ähm he escuchado que tú eres un experto en tal tal äh (.) äh, como manejar ähm tal cosa, y: o tienes mucha experiencia con esto,“ (D25)
  20. „äh me han comentado que en tu vida laboral anterior has trabajado en barcos de recreo,“ (D27)
  21. „y me han dicho que tú eres un absoluto experto en esto“ (D28)
  22. „y ähm mi jefe me ha dicho que ähm has experiencia en ese asunto,“ (D29)
- 18x in 19 Audios Problemankündigung (60%)
    1. „ähm estoy en un proyecto que ähm que en ese punto no puedo ähm (.) no puedo finalizar,“ (D1)
    2. „porque se me surge un un problema,“ (D2)
    3. „tengo una pregunta de mi trabajo,“ (D6)
    4. „y tengo un problema con este asunto“ (D7)
    5. „äh tengo un problema con completar un una una cosa,“ (D8)
    6. „y ähm yo tengo que preparar esta presentación y yo todavía no he trabajado mucho con con este, con este sistema,“ (D9)

7. „se trata de una lista de excel y me faltan los datos, no sé cómo configurar la lista“ (D10)
  8. „tengo aquí un problema con una äh un objetivo que tengo (unv.) solucionar para mi jefe,“ (D12)
  9. „pero äh tendría unas preguntas, äh en relación con äh el ähm äh el proyecto ese que que estoy haciendo“ (D13)
  10. „ähm tengo una duda en mi trabajo,“ (D15)
  11. „que podríamos hablar un momento para hacerte algunas preguntas y conocernos. ähm tengo: la verdad es que trabajo en algo que me está costando un poco,“ (D16)
  12. „y yo necesito algunas informaciones sobre eso, porque tenemos un cliente que está interesado en ese tema,“ (D17)
  13. „y äh justo aquí tengo un tema“ (D18)
  14. „ähm tengo un problema en en un en äh en una comunicación con con un ähm con un com äh compañero o mejor dicho con una ähm firma,“ (D22)
  15. „pero tenía una duda“ (D26)
  16. „tengo una pregunta.“ (D27)
  17. „y nosotros ahora por una nueva concesión necesitemos el punto de vista de un fabricante de barcos de recreo,“ (D27)
  18. „y=mh tenemos ahora mismo un proyecto,“ (D28)
  19. „es que yo estoy trabajando en un problema“ (D30)
- 7x in 6 Audios „Ich kann es nicht“ (20%)
    1. „en ese punto no puedo ähm (.) no puedo finalizar“ (D1)
    2. „yo todavía no he trabajado mucho con con este, con este sistema“ (D9)
    3. „que no sé muy bien cómo resolver“ (D10)
    4. „no sé cómo configurar la lista“ (D10)
    5. „no no sé como ähm como solucionar algunas problemas“ (D13)
    6. „ähm tengo: la verdad es que trabajo en algo que me está costando un poco“ (D16)
    7. „no sé pues directamente mh lo que es que tengo que hacer“ (D30)
  - 4x „Ich brauche Hilfe“ (13,3%)
    1. „y necesito un poco de ayuda“ (D1)
    2. „ähm por ejemplo, necesito ayuda en tal cosa“ (D6)
    3. „porque mh necesito un poco ayuda“ (D21)
    4. „necesito tu ayuda,“ (D24)

### **Head act**

#### **Direkte Strategien**

- 1x Imperativ (3,3%): „llámame“ (D12)
- 1x *hedged performative* (3,3%): „y por eso quería preguntar para o por su äh por tu ähm propuesto en en ese tema, o si tienes algunos äh sugerencias cómo podríamos ähm hacerlo?“ (D29)
- 6x in 5 Audios *want statements* (16,7%)
  1. „y espero que pueda ayudarme en eso.“ (D8)
  2. „ähm me gustaría ähm si tú encontraras el momento para ayudarme en esto y darme tus pensamientos sobre cómo puedo ähm mejorar la comunicación?“ (D22)

3. „y necesito que que me echas un cable y a ver si podemos sentarnos juntos quinze minutos para verlo juntos y que me ayudes por favor.“ (D24)
4. „que ähm espe:\ espero que puedes ayudarme“ (D26)
5. „y espero que me puedes ayudar.“ (D26)
6. „entonces quiero que me ayudes con algunos temas para comprenderlos mejor“ (D27)

### Indirekte Strategien

15x in 14 Audios Fragen nach Vorbereitungsbedingungen (46,7%)

- 8x Direkte Frage
  1. „y si me puedes echar un cable,“ (D3) (aber nicht quería preguntar si)
  2. „y quizás me podrías ayudar un poquito?“ (D7)
  3. „mh me podrías ayudar?“ (D11)
  4. „podrías amu\=ayudarme por favor,“ (D15)
  5. „äh tienes un segundo ahora o o luego y nos convocamos,“ (D19)
  6. „ähm me puede ähm ayudar?“ (D20) und dann genauer „me puedes ayudar con la presentación por äh nuestra ähm äh empresa en un äh ähm proyecto muy importante.“ (D20)
  7. „quizás me puedes ayudar?“ (D21)
  8. „ähm, cuándo tienes tiempo para ayudarme,“ (D22)
- 7x in 6 Audios indirekte Frage
  1. „y pues nada más quisiera ver si me puedes apoyar,“ (D10)
  2. „entonces äh te quería preguntar si tienes quizás algunos minutos para ayudarme?“ (D10)
  3. „te quería preguntar si me podías dar una mano,“ (D12)
  4. „ähm y: bueno per\ por eso quería preguntarte que si äh quizás tendrías u\ unos minutos [...] para äh ayudarme con con algunas cosas“ (D13)
  5. „y por eso te quiero preguntar si tendrías un minuto para me exclí\ para explicarme lo que tú ya habías hecho y äh com\ ä compartir con conmigo äh esas (unv.) informaciones para mi ayudar.“ (D17)
  6. „y por eso me gustaría äh preguntarte si me puedes ayudar con una (.) con una äh si me puedes ayudar con con una tarea?“ (D25)
  7. „y entonces mi jefe me ha pedido que ähm pues que me dirijo a ti para ähm preguntar si pudieras ayudarnos en este proyecto“ (D30)
- 22 in 16 Audios *strong hints* (53,3%)
  1. „ähm (.) me harías un favor si ähm si podemos mirar en eso juntos,“ (D1)
  2. „que a lo mejor tú me puedes dar un una una ojeada o le puedes dar un vistazo (.)“ (D2)
  3. „ähm a ver si me lo solucionas tú“ (D2)
  4. „pero a ver si le das un vistazo y y hablamos“ (D2)
  5. „y te agradecería mucho si te pasaras en la próxima media hora“ (D2)
  6. „quizás me puedes äh ayudar en una cosita y podemos ähm hacer un un brainstorming ähm acerca de un\ una cuestión que tengo,“ (D5)
  7. „podríamos tomar un café y me cuentas sobre tus experiencias con este, con este proyecto. me, me ayudarías mucho.“ (D6)
  8. „ähm y sería genial si äh tuvieras un poco tiempo, para ayudarme“ (D9)
  9. „y pues nada más quisiera ver si me puedes apoyar,“ (D10)

10. „y mh tal vez me podrías explicar algo“ (D11)
  11. „y me gustaría de mirarlo junto contigo.“ (D12)
  12. „h y mh a ver si tú me puedes ayudar con una cosita,“ (D14)
  13. „así que ähm si tienes un minuto mh para que te lo pueda explicar sería bueno,“ (D14)
  14. „y me gu\ (.) gustaría tener tu ayuda,“ (D15)
  15. „así que me vendría súper bien tu ayuda,“ (D16)
  16. „ähm podemos quedar y así te explico un poquito y a ver si äh puedes apoyarme con eso,“ (D18)
  17. „me gustaría saber tu opinión“ (D18)
  18. „por lo tanto me igual me puedes ayudar con un problema que tengo aquí,“ (D23)
  19. „cuando si es posible para ti y si qua si quizá si tú quieres äh pues acordamos un día o una hora para yo explica\ explicarte un poco en lo que estamos trabajando y en qué exactamente nos podrías ayudar, sería un placer.“ (D28)
  20. „y entonces sería genial si nos ähm pudieras ayudar con esto,“ (D30)
  21. „entonces sí, sería genial si nos pudieras ayudar“ (D30)
  22. „y quisiera aprovechar para involucrarte en un trabajo, que yo de momento tengo que hacer“ (D31)
- 15x in 12 Audios Partikel (40%)
    1. „a lo mejor“ (D2)
    2. „quizás“ (D5)
    3. „quizás“ (D5)
    4. „quizás“ (D7)
    5. „quizás“ (D9)
    6. „quizás“ (D10)
    7. „tal vez“ (D11)
    8. „tal vez“ (D11)
    9. „quizás“ (D13)
    10. „quizás“ (D13)
    11. „tal vez“ (D14)
    12. „quizás“ (D21)
    13. „igual“ (D23)
    14. „quizá“ (D28)
    15. „tal vez“ (D30)
  - 4x por favor (13,3%)
    1. „por favor,“ (D7)
    2. „por favor,“ (D15)
    3. „porfa.“ (D19)
    4. „por favor.“ (D24)

### Perpektive

- 8x in 7 Audios Sprecherperspektive (23,3%)
  1. „y me gustaría de mirarlo junto contigo.“ (D12)
  2. „así que ähm si tienes un minuto mh para que te lo pueda explicar sería bueno,“ (D14)

3. „y me gu\ (. ) gustaría tener tu ayuda,“ (D15)
  4. „así que me vendría súper bien tu ayuda,“ (D16)
  5. „ähm podemos quedar y así te explico un poquito“ (D18)
  6. „me gustaría saber tu opinión“ (D18)
  7. „cuando si es posible para ti y si qua si quizá si tú quieres äh pues acordamos un día o una hora para yo explica\ explicarte un poco en lo que estamos trabajando y en qué exactamente nos podrías ayudar, sería un placer.“ (D28)
  8. „y quisiera aprovechar para involucrarte en un trabajo, que yo de momento tengo que hacer“ (D31)
- 20x in 15 Audios Hörerperspektive (50%)
    1. „ähm (. ) me harías un favor si ähm si podemos mirar en eso juntos,“ (D1)
    2. „que a lo mejor tú me puedes dar un una una ojeada o le puedes dar un vistazo (. )“ (D2)
    3. „ähm a ver si me lo solucionas tú“ (D2)
    4. „pero a ver si le das un vistazo y y hablamos“ (D2)
    5. „y te agradecería mucho si te pasaras en la próxima media hora“ (D2)
    6. „quizás me puedes äh ayudar en una cosita y podemos ähm hacer un un brainstorming ähm acerca de un\ una cuestión que tengo,“ (D5)
    7. „podríamos tomar un café y me cuentas sobre tus experiencias con este, con este proyecto. me, me ayudarías mucho.“ (D6)
    8. „y espero que pueda ayudarme en eso.“ (D8)
    9. „ähm y sería genial si äh tuvieras un poco tiempo, para ayudarme“ (D9)
    10. „y mh tal vez me podrías explicar algo“ (D11)
    11. „°h y mh a ver si tú me puedes ayudar con una cosita,“ (D14)
    12. „y a ver si äh puedes apoyarme con eso,“ (D18)
    13. „ähm me gustaría ähm si tú encontraras el momento para ayudarme en esto y darme tus pensamientos sobre cómo puedo ähm mejorar la comunicación?“ (D22)
    14. „por lo tanto me igual me puedes ayudar con un problema que tengo aquí,“ (D23)
    15. „y necesito que que me echas un cable y a ver si podemos sentarnos juntos quinze minutos para verlo juntos y que me ayudes por favor.“ (D24)
    16. „que ähm espe:\ espero que puedes ayudarme“ (D26)
    17. „y espero que me puedes ayudar.“ (D26)
    18. „entonces quiero que me ayudes con algunos temas para comprenderlos mejor“ (D27)
    19. „y entonces sería genial si nos ähm pudieras ayudar con esto,“ (D30)
    20. „entonces sí, sería genial si nos pudieras ayudar“ (D30)

### **Nachgelagerte Supportive moves**

- 7x Expertentum (23,3%)
  1. „y ähm puedo (. ) äh beneficiar de: de tu experiencia.“ (D1)
  2. „y me han dicho que tú eres experto en eso“ (D14)
  3. „con como eres experto“ (D18)

4. „ähm tú tú eres un nuevo colega y experto, ähm ähm sí, tú eres un experto,“ (D20)
  5. „porque ähm (.) es con con el español que tu lo hablas mucho mejor que yo“ (D26)
  6. “porque hemos visto que tú estás äh bueno que tú eres un experto en este tema,“ (D30)
  7. „pero creo que tú tienes más experiencia en el ramo“ (D31)
- 4x in 3 Audios „Ich kann es selbst nicht lösen“ (10%)
    1. „para, a ver si yo que, parece ser que que estoy un poco torpe con esos temas,“ (D2)
    2. „porque de momento no=he podido encontrar a ni\ a nadie aquí en esta empresa que que que lo solucione,“ (D2)
    3. „porque mh es que en mi proyecto no avanzo,“ (D11)
    4. „porque de nosotros y de nosotras mh la verdad es que nadie lo sabe y ((lachend) entonces)“ (D30)
  - 2x „Ich brauche Hilfe“ (6,7%)
    1. „y necesito como un nuevo input.“ (D11)
    2. „äh necesito tu ayuda,“ (D19)
  - 1x Problemerkündigung (3,3%): „que yo tengo ähh tal tarea“ (D14)
  - 1x Danke (3,3%): „pero gracias de antemano“ (D14)
  - 1x Vorteil für Hörer (3,3%): „y yo tengo más experiencia en lo que exige la empresa, y así podríamos aprovechar tal vez las los dos y tú incluso, llegarías a conocer más gente dentro de MI departamento si eso te gustaría.“ (D31)
  - 10x in 9 Audios Einschränkung, wenn Gegenüber Zeit hat oder es ihm passt (30%)
    1. „=si puedes, por supuesto, si puedes, ä? primero °h ponte ähm cómodo, y y y y, y nada, y nos vemos en unos, un rato, te te parece? de acuerdo?“ (D2)
    2. „cuando quieras. si no es ahora, quizás más tarde o mañana.“ (D9)
    3. „pero tú dime cuando tienes tiempo y, y si quieres nos vemos también en la tarde o cuando cuando te venga bien me dices.“ (D10)
    4. „podríamos mirarlo cuando tengas tiempo=termina tu trabajo, que estás haciendo ahí, pero si tienes luego tiempo,“ (D12)
    5. „así que ähm si tienes un minuto“ (D14)
    6. „=si no, tal vez más tarde o: cuando tú puedes.“ (D14)
    7. „ähm te parece?“ (D16)
    8. „no sé si te puedo robar dos o tres minutos?“ (D23)
    9. „°h äh cómo te parece, o, ya. tienes äh estás muy ocupado, o: o te parece bien si si te lo explico ahora o luego, como quieras.“ (D25)
    10. „=pero sólo si te da tiempo y si no te da tiempo pues tal vez también podemos hablar, no sé en una hora o después del del com\ de comer algo si si te parece bien,“ (D30)
  - 2x Einschub in *head act* (6,7%)
    1. „no tiene que ser ahora,“ (D13)
    2. „si tú encontraras el momento“ (D22)

#### 12.1.4.7 Situation 7: Formulierung des Sprechaktes Ablehnung einer Bitte um Hilfe

##### **Alerters und vorgelagerte supportive moves**

- 10x Begrüßung/Ansprache (35,7%)

1. „jesús“ (D2)
  2. „hola,“ (D11)
  3. „juan“ (D14)
  4. „hola, qué tal?“ (D16)
  5. „hola timo“ (D22)
  6. „hola pedro,“ (D25)
  7. „qué tal lidia“ (D27)
  8. „hola buenos días,“ (D28)
  9. „hola“ (D30)
  10. „hola,“ (D31)
- 1x Pos Höflichkeit (3,6%): „me alegro verte“ (D15)
  - 2x Aufmerksamkeitsmarker (7,1%)
    1. „oye“ (D2)
    2. „mira“ (D17)
  - 6x Ausruf am Anfang (21,4%)
    1. „ay“ (D14)
    2. „ay“ (D18)
    3. „ah“ (D19)
    4. „oh“ (D21)
    5. „uy.“ (D23)
    6. „ay,“ (D27)
  - 5x Feststellung, dass Gegenüber Probleme mit Kopierer hat (17,9%)
    1. „äh veo que tienes problemas con el copiator,“ (D1)
    2. „sí: veo que estás ahí äh haciendo con la mh con el copiator algo,“ (D12)
    3. „veo que estás sufriendo un poco, aquí“ (D23)
    4. „pues veo que estás luchando no? con la fotocopiadora,“ (D28)
    5. „veo que estás luchando con la máquina,“ (D31)
  - 18x explizite Entschuldigung (IFID) (64,3%)
    1. „äh perdona que que lo siento mucho pero“ (D3)
    2. „lo siento muchísimo, pero“ (D6)
    3. „ähm lo siento mucho pero“ (D8)
    4. „lo siento mucho, es que“ (D9)
    5. „oh perdón“ (D10)
    6. „oh lo siento mucho, es que“ (D11)
    7. „pero lo siento,“ (D12)
    8. „lo lo siento muchísimo es que“ (D13)
    9. „lo siento mucho mucho pero“ (D14)
    10. „lo yo siento mu\ lo siento mucho pero“ (D17)
    11. „perdona lo siento mucho, es que“ (D18)
    12. „lo siento muchísimo,“ (D19)
    13. „ähm lo siento,“ (D20)
    14. „lo siento mucho,“ (D21)
    15. „perdóname,“ (D22)
    16. „disculpa“ (D25)
    17. „äh lo siento“ (D26)



## 18. „ähm lo siento mucho,“ (D29)

**Head act**

- 7x direkte Ablehnung (25%)
  - 4x non-performativ (14,3%)
    1. „en ese momento äh no puedo ayudarle,“ (D8)
    2. „es que ahora no puedo ayudarte“ (D9)
    3. „ahora mismo no te puedo ayudar“ (D10)
    4. „no te puedo ayudar ahora“ (D26)
  - 3x non-performativ (10,7%)
    1. „ahora mismo no tengo tiempo“ (D1)
    2. „yo no puedo ahora“ (D19)
    3. „el problem\ o el problema es que en el momento no tengo ähm suficiente temp\ äh tiempo“ (D29)
- 21x indirekte Ablehnung (75%)
  - 16x Erklärung (57,1%)
    1. „me ((lachend(me me pillas en un momento)), pero fatal äh y mal, porque porque vemos es tengo que ir a la reunión, o como dicen ahora mitin, ähm tengo que ir a al mitin de: del jefe: y además con un cliente muy importante, que esto empieza en tres minutos y yo creo que todavía no he preparado yo la la presentación.=es decir que sí que la pr\ tengo preparada, pero que la tengo que ähm subir todavía al ordenador,“ (D2)
    2. „en cinco minutos tengo que entrar äh a un meeting con un cliente importante, y todavía me queda preparar lala reunión y voy muy apurado,“ (D3)
    3. „tengo una: una cita que empieza que empieza en en cinco minutos y ya tengo que correr porque estoy muy muy tarde,“ (D6)
    4. „lamentablemente tengo un una reunión äh en cinco minutos“ (D7)
    5. „es que ahora tengo un meeting,“ (D11)
    6. „tengo que llegar en cinco minutos a una reunión con los jefes de la empresa,“ (D12)
    7. „es que tengo una reunión en cinco minutos, y ähm estoy un poco de prisa,“ (D13)
    8. „yo tengo ahora mismo un mitin que no puedo llegar tarde bajo ninguna circunstancia,“ (D14)
    9. „ähm ahora tengo una cita un un äh un tema pendiente de una encuesta,“ (D15)
    10. „ahora tengo que ir a mi próxima reunión,“ (D17)
    11. „es que tengo que irme corriendo,“ (D18) → sagt nicht, dass es sich um ein Meeting handelt
    12. „ähm tengo una reunión ähm muy importante,“ (D20)
    13. „es que tengo una cita ahora, mismo, en cinco minutos“ (D21)
    14. „estoy de camino a una cita (.) muy muy importante,“ (D22)
    15. „que de momento yo estoy en camino a ese esa reunión,“ (D25)

16. „sí:, pues, ähm la verdad es que yo tengo un mitin en cinco minutos y es que pues yo ähm soy un poco, estoy un\ no soy un poco tarde? no, ähm pero sí es que el mitin es muy importante para el proyecto“ (D30)
- 4x Wunschausdruck (14,3%)
    1. „me encantaría ayudarte, pero“ (D16)
    2. „me encantaría ayudarte, es que“ (D23)
    3. „äh pues mira me encantaría echarte un cable, pero“ (D28)
    4. „pues me gustaría realmente tr\ ayudarte mucho pero“ (D31)
  - 1x Ablehnung durch Verweis an Kollegen (3,6%): „pero si lo necesitas ahora mismo te recomiendo hablar con con fredy, ähm el sabe un poco de español, quizás es suficiente para que te ayude.“ (D5)

### **Nachgelagerte *supportive moves***

- 10x in 8 Audios Entschuldigung (28,6%)
  1. „lo siento.“ (D12)
  2. „discúlpame“ (D12)
  3. „lo siento“ (D14)
  4. „de verdad lo siento.“ (D16)
  5. „<dim<lo siento>>“ (D17)
  6. „discúlpame,“ (D25)
  7. „perdóname“ (D28)
  8. „lo siento“ (D30)
  9. „lo siento muchísimo,“ (D30)
  10. „pero ahora lo siento“ (D31)
- 15x in 14 Audios Erklärung Meeting/Zeitdruck (50%)
  1. „porque tenemos una äh una reunión muy importante,“ (D1)
  2. „es que tengo prisa, tengo que llegar al ähm al meeting en cinco minutos“ (D9)
  3. „porque estoy con mucha prisa para llegar a mi reunión“ (D10)
  4. „porque yo ahora tengo un meeting“ (D11)
  5. „ahora mismo tengo una reunión súper urgente,“ (D16)
  6. „=es que tengo una cita ahora mismo,“ (D19)
  7. „pero ahora tengo que seguir porque es bastante importante la cita donde tengo que ir.“ (D22)
  8. „es que tengo una reunión ahora“ (D23)
  9. „porque de momento yo tengo que irme,“ (D25)
  10. „porque tengo la reunión dentro de cinco minutos y no estoy segura ähm poder ayudarte des\ dentro de este tiempo, y no quiero llegar tarde,“ (D26)
  11. „pero tengo que llegar a la reunión, que es muy importante“ (D28)
  12. „ahora mismo es que voy ya fatal de tiempo“ (D28)
  13. „porque, äh tengo que hacer un un meeting muy imp\ muy importante en cinco minutos,“ (D29)
  14. „pero es que yo: sí, yo tengo el mitin“ (D30)

15. „estoy con mucha mucha prisa y dentro de cinco minutos yo tengo que entrar en una reunión,“ (D31)
- 1x Erklärung der Unwissenheit des Umgehens mit der Kopierer (3,6%): „ähm además no real\ no no tengo ninguna idea de cómo funcionan esas ähm ähm (.) las impresoras,“ (D13)
  - 1x Feststellung Problem (3,6%): „ähm (.) tienes un problema con la con la fotocopidora?“ (D2)
  - 18x in 16 Audios Verweis an Kolleg:in (57,1%)
    1. „puedes äh preguntar en la secretería, siempre hay alguien que que saben que saben cosas así,“ (D1)
    2. „pues, mira aquí en la en la en la habitación número dos está: está: pepe, y puedes hablar con él perfectamente porque él lo maneja ((kurzes lachen)) äh bastante bien, y más de una vez también me ha sacado a mí de algún problemilla con la fotocopidora y con la impresora mejor dicho, °h y: y habla con él. äh creo que él él viene en en dos minutos, porque se\ siempre suele empezar a las ocho: a las nueve menos cuarto y ahora, pues mira tendría que llegar ahora mismo. hein? y y dile que eso. que que que te surge a ti también este problema y: dale un\ dale un besito de mi parte y un ((lachen)) y un abrazo ((lachen))“ (D2)
    3. „pues pregunta fernando nuestro informático que igual te puede ayudar.“ (D3)
    4. „ähm (.) te ähm requ\ äh te aviso hablar con mhmhmh que que es la äh asistente, äh y a lo mejor puede explicarle como funciona eso,“ (D8)
    5. „pero ahí está mi compañera quizás ella ella también sabe como funciona, si pudieras preguntar a ella seguro que te ayudará.“ (D9)
    6. „entonces mmh (..) mira conozco mmh la julia äh allá de la m no sé allá que es mi compañera también, que ella ahora está un\ está m libre, te la voy a äm presentar,“ (D11)
    7. „pero mh yo mmh yo le digo a la julia que te que te puede ayudar“ (D11)
    8. „y bueno, seguramente te ayuda“ (D11)
    9. „quizás podrías äh preguntar al äh manuel äh porque es äh es otro colega ähm que está arriba y que ya en el pasado ha sabido äh solucionar esas problemas. si quieres äh os presento y äh °h äh (.) sí. y te puede ayudar.“ (D13)
    10. „ähm por qué no hablas con julia? ella puede ayudarte.“ (D15)
    11. „ähm no te preocupes, por favor pregunta a Raluca ella sabe muy bien como manejar esta esta impri\ imprimadora y te puedo te pueda ayudar, seguramente, “ (D17)
    12. „pero äh mira ella está con\ la compañera: eva, ella te puede ar\ ayudar.“ (D18)
    13. „pero pregúntalo a ese colega que ya conoce las problemas con el impresor\ con la impresora.“ (D19)
    14. „pero ähm äh lo hablo con un otra colega, ähm ähm e ähm ähm posiblemente ähm el ähm puede ähm äh ay\ äh ayudarte“ (D20)

15. „ähm äh cómo te parece si preguntas a ähm la otra compañera que está al lado que te puede ayudar con äh con la máquina,“ (D25)
  16. „o si no preguntas a mi colega antonia, que äh también habla un poquito de español y seguro que te podrá ayudar también.“ (D26)
  17. „pero. ähm yo sé de alguien, sé que nuestra becaria mira está justamente sentada en el despacho de aquí a la derecha, y te puede ayudar perfectamente porque maneja la mequin\ máquina de arriba para abajo, mejor que yo incluso.“ (D28)
  18. „pero voy a preguntar a mi ähm (.) ähm pes\ ähm compañera äh del tra\ del trabajo, para que puede ayudarlo? ayudarte?“ (D29)
- 1x andere Lösungsmöglichkeit (3,6%): „pero ähm si no funciona esta: máquina la puedes golpear una vez y por ejemplo tal vez (.) tal vez funciona después,“ (D6)
  - 14x Angebot, nach Meeting zu helfen (50%)
    1. „o si quieres después äh de la reunión podemos ähm podemos hacerlo juntos, ähm creo que dura una hora más o menos y después äh nos podemos äh ver aquí y äh probarlo.“ (D1)
    2. „si no, te voy a visitar después de la cita y te ayudo con con l\ el copiador.“ (D6)
    3. „pero si tienes tiempo por äh ähm por la tarde te podría ayudar y quizás podríamos tomar un cafecito también“ (D7)
    4. „pero si quieres äh la reunión tarda como una hora=si quieres nos vemos después y te ayudo y te explico bien como funciona,“ (D10)
    5. „que: luego, cuando se termine en una hora, te llamo y si todavía tienes un problema yo te lo explico“ (D12)
    6. „si. (.) te parece bien si no te urge lo tuyo, lo lo vemos de media hora, y te ayudo. con mucho gusto,“ (D14)
    7. „te parece si cuando acabe todavía tienes el problema voy para tu mesa y y veo si ya lo has podido solucionar?“ (D16)
    8. „yo de\ después voy a ir a tu oficina para ver si ha hecho, si si ha si te ha ayudado, si no, te ayudo“ (D17)
    9. „ähm quizás te ayudo luego después de mi de mi reunión?“ (D21)
    10. „ähm ahora si si te queda si te queda un poco de tiempo ähm de camino de vuelta me puedo pasar y te puedo ayudar sin problema,“ (D22)
    11. „pero si no te importa vuelvo en cinco minutos o en diez y lo miramos juntos.“ (D23)
    12. „pero si puedes esperar, te ayudo después de la reunión,“ (D26)
    13. „pero ähm si quieres, después del mitin que va a durar no sé como máximo mh treinta minutos o algo así, entonces después del mitin te puedo ayudar si te parece bien,“ (D30)
    14. „pero si quieres y si te sirve dentro de una hora o dentro de dos horas te me gustaría echarte una mano y te puedo enseñar como funciona“ (D31)
  - 3x in 2 Audios pos. Höflichkeit, Beziehungspflege (7,1%)
    1. “quizás podríamos tomar un cafecito también“ (D7)
    2. „ähm más tarde hablamos,“ (D11)
    3. „y después los vemos hacemos un café.“ (D11)

- 4x Solidarisierung (14,3%)
  1. „tod\ äh todos tienen problemas con ese fu\ äh ma\ máquina aquí.“ (D8)
  2. „con ((lachen)) con esa cosa aquí que que no acaba de funcionar nunca,“ (D11)
  3. „quizás podrías äh preguntar al äh manuel äh porque es äh es otro colega ähm que está arriba y que ya en el pasado ha sabido äh solucionar esas problemas“ (D13)
  4. „pero pregúntalo a ese colega que ya conoce las problemas con el impreso\ con la impresora.“ (D19)
- 1x Wunschausdruck (3,6%): „te quisiera ayudar pero“ (D12)
- 1x Hilfsangebot für andere Dinge (3,6%): „äh cualquier cosa me dices porf“ (D16)
- 10x in 9 Audios direkte Ablehnung am Ende (32,1%)
  1. „yo no puedo.“ (D3)
  2. „yo no puedo estar“ (D11)
  3. „pero ahora no puedo“ (D12)
  4. „pero ahorita mismo mh no puedo“ (D14)
  5. „pero ahora no puedo,“ (D17)
  6. „ähm äh lamentablemente no tengo tiempo,“ (D20)
  7. „=así que no te, no tengo tiempo, no tengo suficiente tiempo para explicártelo,“ (D21)
  8. „entonces ahora mismo no te puedo ayudar“ (D30)
  9. „y entonces no te puedo ayudar“ (D30)
  10. „pero realmente no me queda el tiempo.“ (D31)

#### 12.1.4.8 Systematisierung der wichtigsten Antworten auf die Abschlussfrage und zusätzlicher Kommentare

##### **Realistisch/zufrieden mit Antworten**

- D3: „das ist schon realistisch alles“, „ist schon passiert und wird auch weiterhin passieren“
- D5: „Ja, auf jeden Fall“
- D6: „Also ich glaub realistisch ist das schon“
- D7: findet die Szenarien „sehr realitätsnah“, „und ich denke, im Großen und Ganzen hätte ich auch genauso versucht zu antworten“
- D8: „total realistisch“, auch bezogen darauf, dass sie sich in echten Situationen manchmal grammatikalisch falsch ausdrückt, aber es nicht so schnell ändern kann
- D9: „Also, es macht schon Sinn, definitiv, also ich glaube, die Situationen sind auch durchaus realistisch“
- D10: „Also ich fand, die Situation kann man sich sehr gut vorstellen“, sie würde es in der Realität auch so ähnlich sagen, aber „ich kann jetzt halt nicht unterschreiben, dass ich es genau eins zu eins so machen würde“
- D11: „Ja, also ich denke auf jeden Fall, also ich würde so in der Realität auch agieren“
- D12: „aber die Situationen fand ich nachvollziehbar und auch was ich gesagt habe, zumindest was ich sagen wollte, finde ich nachvollziehbar.“

- D17: „ja, ja doch auf jeden Fall“, ist nicht ganz zufrieden mit seinen Antworten, weil Portugiesisch bei ihm im Vordergrund steht, auch in echten Gesprächen braucht er die ersten 10 Minuten, bis Spanisch wieder flüssiger wird
- D18: glaubt, dass sie auch in der Realität so antworten würde, „ich würde da glaube ich auch so antworten“
- D19: „Es kam mir sehr realistisch vor“
- D20: „ja, aber ansonsten kann man es als realistisch einschätzen“
- D21: „ja, es kam mir realistisch vor“, „ja, ich konnte mich gut reinversetzen, weil die Fragen sehr typisch aus meinem Werksstudentenalltag sind“
- D22: „Ja, also es ist realistisch“
- D23: ist zufrieden mit Antworten
- D24: „ist absolut realistisch“
- D25: „ja, ich glaube das auf jeden Fall sind sehr realitätsnahe Beispiele“, gut und eindeutig dargestellt, konnte man sich vorstellen, „fand meine Antworten auch realistisch, mit meinem Spanischniveau so, also ich habe jetzt nicht irgendwie gekünstelt gesprochen“
- D27: „ja also das sehe ich“
- D28: „total, das war richtig lustig“, insbesondere die Situationen mit den Fristen gefielen ihr gut
- D31: ist zufrieden mit ihren Formulierungen

### Schon erlebt

- D2: erlebt so etwas Ähnliches wie in Situation 2 aktuell
- D3: ja „ist schon passiert und wird auch weiterhin passieren“
- D8: hat es schon öfter erlebt, dass man etwas brauchte und es nicht pünktlich geliefert wurde, „das war immer ein bisschen heikel“
- D12: hatte schon schwierige Gespräche mit spanischen Kunden
- D14: Beispiel in Situation 5 stammt aus der Realität (war jedoch schriftlich)
- D15: Situation 7 ist ihr sehr bekannt
- D17: spanische Mitarbeiterin und viele spanische Kontakte in der Vergangenheit
- D19: „also vor allem das mit man hat die Unterlagen nicht pünktlich erhalten, das ist hier Alltag“
- D21: ja, neue Kollegin aus Barcelona in Werksstudentenjob, sie sprechen auf Spanisch über solche Themen/Fragen
- D26: um Hilfe bitten hat sie schon erlebt, die anderen Situationen eher nicht
- D29: „ja, also gerade so diese Situation mit dem Kopierer habe ich schon mal erlebt, als ich ein Praktikum gemacht habe in Spanien“
- D30: war selbst im Zeitstress und musste ablehnen, als jemand ihre Unterstützung brauchte, „aber weil sich dann auch eben was überschritten hatte mit was anderem, habe ich dann tatsächlich auch sagen müssen ah es passt mir gerade nicht so gut“
- D31: ähnlich, aber nicht genauso erlebt (chilenische Kollegin)

### Schwierigkeiten

- D1: findet es schwierig, weil es kein echtes Gespräch mit turn-taking ist; Kritik an eigener Grammatik, zu spezifischen Themen kann man sich vorbereiten, was Vokabular angeht
- D3: findet das Reindenken in fiktive Situation etwas schwierig

- D9: findet es schwierig, konkret zu werden
- D12: hat sich bei Situation 7 unwohl gefühlt, weil er eigentlich helfen würde
- D13: Setting künstlich, schwierig reinzukommen, hätte Situationen lieber auf Spanisch; Anmerkung vor Antwort auf Situation 4 „das ist ja auf Deutsch schon schwierig ((lachen))“
- D16: Probleme beim Reindenken; Anmerkung nach Situation 2: sie findet es komisch, dass sie keine Rückmeldung bekommt, weil sie es eigentlich ja nicht alles im Block sagen würde
- D20: hat die Situationen so noch nicht erlebt, weil bei ihnen Deutsch/Englisch gesprochen wird, „[man] ist natürlich jetzt nicht so in diesem emotionalen Setting drin, wie wenn diese wirkliche Distanz quasi zu diesem neuen Kollegen irgendwie da ist“
- D22: findet es schwierig bei fiktiver Situation auf Deutsch, dass er sich reindenken und gleichzeitig Vokabeln suchen muss, versteht aber, dass die Forscherin ihn nicht beeinflussen wollte; er würde selbst eher *cita*/Meeting sagen, hätte aber *reunión* übernommen, wenn die Situationen auf Spanisch vorgestellt worden wären
- D24: „man muss sich ein bisschen reindenken, es ist, glaube ich gut, dass man sich konzentriert“
- D25: „also klar, am Anfang muss man sich erst kurz dran gewöhnen, dass man jetzt nicht in der Situation ist“
- D28: merkt, dass die Forscherin nicht antworten kann, weil es kein offenes Rollenspiel ist

#### **(Kulturelle) Zusatzinformationen**

- D2: Nach Situation 1 Anmerkung zum Duzen: Unterschiede in Andalusien und auf den Kanaren, „in Lateinamerika würde man das nicht machen“; Anmerkung nach Situation 2: „de momento me está pasando una situación muy, muy parecida“; glaubt, dass es in Lateinamerika förmlicher ist, Duzen in Spanien „führt schon zu einer ganz anderen Sprachgebrauch“, weniger steif, hat festgestellt, dass im Servicebereich in den letzten Jahren wieder mehr gesiezt wird, „aber im Geschäftsleben habe ich schon den Eindruck, dass das sehr stark um sich greift und immer noch so um sich greift“, Duzen wirkt lockerer, aber bedeutet nicht, dass man alles ansprechen kann oder ein Vertrauensverhältnis zum Chef besteht, nur weil man ihn mit seinem Vornamen anspricht, aber generell: „diese Duzerei macht viele Gespräche einfacher, manchmal direkter. Man weiß, wo man ist. Also man muss manchmal nicht herumreden, wie man das manchmal mit den Argentinern macht.“
- D3: Erklärung nach Situation 2: „Also dazu muss ich dazu sagen, dass man in Spanien nicht mit einem Vorschlaghammer kommen kann wie in Deutschland. Das geht nicht.“, wenn man die Person nicht gut kennt bzw. keinen privaten Kontakt hat, „dann muss man da so ein bisschen vorsichtig sein. Alle haben wir viel zu tun und es kann immer mal was dazwischenkommen. Und deswegen muss man da ein bisschen diplomatisch rangehen und wenn, dann muss man es halt rausschieben“, „die letzten 23 Jahre war noch nie was pünktlich“, „es sind alle nur Menschen und auch in Deutschland ist nicht alles pünktlich“
- D5: hat die Erfahrung gemacht, dass Deutsche sich kürzer vorstellen

- D6: in Mexiko wird nicht viel gesiezt, sie hätte sich in der Situationsbeschreibung Informationen zum Duzen/Siezen gewünscht
- D9: hat Spanisch beruflich meist nur schriftlich genutzt, das war förmlicher
- D10: Hinweis vor Situation 1 „also wahrscheinlich würde man sich duzen“; fand Differenzierung zwischen Spanien und Mexiko schwierig, hat nichts anders gemacht
- D12: wurde von spanischen und italienischen Familien erzogen, Hilfsbereitschaft ist sehr wichtig (sowohl in seiner Familie als auch in der Firma), aber wenn jemand nicht Bescheid sagt, dass er seinen Teil zu spät liefert, bringt er seine Genervtheit zum Ausdruck, Hilfsbereitschaft hat zwei Seiten; spanische (und italienische) Geschäftsgebaren weichen stark von persönlichem/freundschaftlichem Verhalten ab, sehr hierarchisch und auf eigenen Vorteil bedacht, *orgullo*, kein Respekt/Raum für Anderen, „ich glaube, man darf noch mal sagen, dieses Bild des lockeren Südeuropäers, der ja so *easy going* ist, ich komme zu spät und hey, ist alles kein Problem oder so, das ist zumindest bei Spaniern und damit sage ich bewusst Spanier, bei Mexikanern kann das anders sein, die habe ich ja jetzt ein bisschen anders erlebt, ist das nicht so.“
- D15: fand es gut, dass es stringent aufeinander aufbaut, Situation 1 und 2 noch nicht erlebt und ist nicht so zufrieden, „In der Situation selbst hat man ja auch nicht lange Zeit zum Nachdenken. Also von daher war das ja auch so Sinn und Zweck“
- D16: viele Freunde aus Lateinamerika, hat spontan das gesagt, was sich für sie aufgrund ihrer Einflüsse natürlicher anfühlt
- D18: „wo man aus meiner Erfahrung (unv.) heraus, gerade wenn es in Konfliktsituationen ist, wo ein Deutscher super aufpassen muss, ist nicht zu direkt zu sein. Das kriegen wir auch ganz oft mit in der deutsch-spanischen Kultur. Oder wir versuchen dann vorher schon in der Kommunikation zu sagen Achtung Spanier, wenn der Deutsche so direkt ist, dann ist es kein direkter Angriff, und dem Deutschen sagen wir Achtung, in Spanien solltest du nicht so reden, weil die empfinden das als direkten Angriff. Ja, so versuchen wir das in der Kommunikation gerade bei wichtigen Meetings das vorher schon zu klären, damit die Kommunikation einfach flüssiger läuft. Ja, und es ist auch ganz wichtig, dass man vorher ein bisschen Smalltalk macht und weil ja, für Spanier sind wir Deutschen sehr, sehr brüsk.“
- D23: „Ich frage mich, ob es wirklich nur um Sprache geht hier oder ob auch wirklich um interkulturelle Themen [...] wenn ich etwas gelernt habe in zehn Jahren Spanien, das ist, dass man bei diesen Situationen schon sehr vorsichtig und indirekt vorgehen sollte vielleicht.“
- D24: „Ich glaube, die Antworten sind abhängig von der Person, mit der du redest“, Hinweis auf Psychologie/*Social Style*, jeder hat einen anderen Verhaltenstyp, wenn sie den des Hörers kennt, passt sie sich an, Antworten sind deshalb „vielleicht nicht ganz so aus dem Bauch raus, weil ich gerade in letzter Zeit mich sehr mit diesen Sachen auseinandersetze“, „Kultur spielt eine riesengroße Rolle“, sie hat sich vor kurzem ein interkulturelles Trainingsprogramm erarbeitet, weil das Thema in ihrem Unternehmen wichtig ist, hat Azubis aus vielen verschiedenen Ländern und hat sie gefragt, wann bei ihnen Mittag ist, große Unterschiede bei Antworten (Südtirol 11:30 vs. Kanarische Inseln bis 15 Uhr), „Dann hast du ne Range von fast vier Stunden, wo du sagen kannst okay, dann ist doch klar, dass es nicht zu einer Kommunikation kommen kann“, „Seitdem ich mir das erarbeitet habe [...], spielt das bei mir jetzt eine große Rolle, wenn ich gucke, mit wem ich wo wie



kommuniziere“, „Hättest du mir jetzt die Fragen vor zwei Jahren gestellt, hätte ich das komplett anders gemacht, aber man lernt ja da mit“

- D27: „[...] in Spanien ist immer ganz wichtig, dass du dich mit allen ganz prima verstehst, weil du weißt nie, ob du die morgen wieder brauchst für irgendetwas [...]“, Hilfsbereitschaft und zuhören sind sehr wichtig „Quedar bien eso es gratis“, „das lernt man dann mit der Zeit“, alle, die seit 2 Jahren da sind, haben sich angepasst, „es geht anders auch“, Infos vor Abschlussfrage nach Situation 7: „weil hier in Spanien kommen sie alle spät zum Meeting. Da hast du immer die plus minus fünf Minuten“, sagt auch bei Terminabsprachen mit Deutschen, die schon länger da sind, eine Viertelstunde früher, weil sie weiß, dass sie sich angepasst haben
- D28: Anmerkung in Situation 1: „suponemos entonces quizá que el trato como no nos conocemos muy bien todavía, aunque en España normalmente se tutea muy fácilmente, depende de la jerarquía y de la edad. (.) quizá trataría de usted y diría“; die ersten Situationen sind ein „interkultureller Knackpunkt“, „Der Deutsche plant sehr gerne, der Spanier nicht so lange im Voraus“, der Begriff und das Konzept des Zwischenbescheids/Zwischenmeldung existiert in Spanien nicht, „das heißt in Spanien muss man generell immer nachhaken [...] Das wäre wirklich eine riesen Ausnahme, wenn man so ein Deadline hat und man sieht, ich schaffe das Deadline nicht, da würde nie jemand auf die Idee kommen und sagen ach, ich sag mal Bescheid“, „Auf der anderen Seite muss man wieder sagen, dass der Spanier flexibler ist und auch schneller improvisieren kann. Und das sind so Sachen, wo natürlich dann immer Reibungen entstehen werden, weil der Deutsche halt strukturiert arbeiten muss. Er möchte planen und der Spanier braucht das nicht und macht deswegen die Sachen auch eher so *a última hora*, immer so kurz vor Feierabend, kurz vor Schluss.“, persönliche Erfahrung, dass Deutsche vor allem im Schriftlichen zu direkt und unfreundlich sind (gerade die, die noch nicht so gut Spanisch können), „der Spanier, finde ich, gibt natürlich dann Ausnahmen, aber so vom Prinzip her ist von der Sprache her höflicher“, viel *por favor* und *podrían*, Deutsch kann dagegen hart rüberkommen, Anmerkung bzgl. Duzen/Siezen: „Der Spanier duzt eigentlich sehr schnell“, „ich sieze fast nie, auch im geschäftlichen Umfeld nicht“, „und das bringt natürlich auch noch mal eine andere Kommunikationsebene mit sich, ein bisschen lockerer sowieso schon mal als die deutsche“, findet positive Kommunikation wichtig und versucht, immer alles positiv zu formulieren
- D31: vor 20-30 Jahren war alles formeller, „Aber inzwischen sind ja allgemein die Umgangsformen lockerer geworden und da habe ich dann auch weniger Hemmungen, so zu reden, wie mir der Mund gewachsen ist.“

## 12.2 Schritt 2: Rezeption der deutschen Sprachproduktion durch spanische Geschäftsleute

### 12.2.1 Flyer Spanisch

**UNIVERSITÄT MANNHEIM**  
Philosophische Fakultät

## Se buscan participantes

### Proyecto de investigación "La interacción lingüística en la comunicación empresarial hispano-alemana"

**¿Quiénes?**

- Personas con español como lengua materna que **no** hablen alemán y trabajen en el ámbito empresarial

**¿Para qué?**

- Interpretación y valoración de audios de alemanes en español sobre situaciones de la vida empresarial cotidiana
- Completar un cuestionario breve  
→ aprox. 15 min.

**¿Por qué?**

- Porque aprenderá sobre la comunicación empresarial hispano-alemana y podrá recibir recomendaciones gratuitas para el manejo de tales interacciones interculturales.

Carla Seeger, M.A. Relaciones económicas internacionales, Director de tesis: Profesor Müller-Lancé, carla.seeger@uni-mannheim.de, LinkedIn

### 12.2.2 Situationserklärungen für spanische Proband:innen

#### Contexto: Cooperación con una empresa alemana

- La empresa en la que trabajas tiene una cooperación con una empresa alemana (ya sea para negocios locales/regionales o para una joint venture/empresa conjunta más grande).
- No conoces bien a tu interlocutor, o sea que no hay ninguna relación personal, él o ella no se refiere a ningún chiste de conversaciones anteriores ni nada de eso.
- La persona que habla tiene el mismo nivel jerárquico en la otra empresa que tú tienes en la tuya.

#### Descripción de las situaciones

##### Situación 1:

- En el marco de esa cooperación ya establecida, estás trabajando en un proyecto con un/a representante/empleado/a de la empresa alemana. Este/esta se dirige a ti y te dice lo siguiente:

##### Situación 2:

- Evolución de la situación:
- Estás trabajando en un proyecto con un representante/empleado de la empresa alemana. Él/ella es el encargado de preparar una presentación conjunta para

presentarla a sus jefes y necesita tu parte para poder acabar la presentación. Te pidió de enviarle tu parte a finales de la semana pasada. Sin embargo, aún no has tenido tiempo para enviar nada. El alemán/la alemana se acerca a ti al principio de la semana siguiente y te dice esto:

*Situación 3:*

- La empresa en la que trabajas tiene una cooperación con una empresa alemana. Para un nuevo proyecto común, estáis recogiendo/recopilando ideas con el/la representante alemán/alemana y los dos hacéis propuestas. Tú acabas de hacer una propuesta y el alemán/la alemana dice esto:

12.2.3 Fragebogen zu *Situación 1-3*

n.º: \_\_\_\_\_

## Proyecto de investigación “Interacción lingüística en la comunicación empresarial hispano-alemana“

(Carla Seeger, Universidad de Mannheim)

## Situación 1

	Audio A	Audio B
1. ¿Le parece simpático?	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente
2. ¿Cómo interpreta lo que la persona dijo?	<input type="checkbox"/> Es importante que le envíe los datos esta semana porque los necesita para preparar la presentación para la semana que viene. <input type="checkbox"/> También puede preparar la presentación sola. <input type="checkbox"/> No pasa nada si envió los datos la semana que viene. <input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Es importante que le envíe los datos esta semana porque los necesita para preparar la presentación para la semana que viene. <input type="checkbox"/> También puede preparar la presentación sola. <input type="checkbox"/> No pasa nada si envió los datos la semana que viene. <input type="checkbox"/> Otro: _____
3. ¿En su opinión, cuál fue la intención/ el objetivo del hablante?	<input type="checkbox"/> Quiere informarme de la presentación del proyecto. <input type="checkbox"/> Me quiere presionar para que le ayude. <input type="checkbox"/> Quiere conseguir que yo le envíe los datos hasta finales de esta semana. <input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Quiere informarme de la presentación del proyecto. <input type="checkbox"/> Me quiere presionar para que le ayude. <input type="checkbox"/> Quiere conseguir que yo le envíe los datos hasta finales de esta semana. <input type="checkbox"/> Otro: _____
4. ¿Qué haría a continuación?	<input type="checkbox"/> Hago todo lo posible para enviárselo a tiempo porque parece ser importante. <input type="checkbox"/> Intento enviárselo a tiempo si no tengo demasiadas otras cosas que hacer. <input type="checkbox"/> No me esfuerzo demasiado porque no lo dijo con mucha urgencia. <input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Hago todo lo posible para enviárselo a tiempo porque parece ser importante. <input type="checkbox"/> Intento enviárselo a tiempo si no tengo demasiadas otras cosas que hacer. <input type="checkbox"/> No me esfuerzo demasiado porque no lo dijo con mucha urgencia. <input type="checkbox"/> Otro: _____
5. ¿Quiere añadir algo más? ¿Hay alguna palabra o expresión que le haya llamado la atención?		
6. ¿Cómo calificaría el nivel de español de la persona?	<input type="checkbox"/> principiante <input type="checkbox"/> básico <input type="checkbox"/> intermedio <input type="checkbox"/> bueno <input type="checkbox"/> avanzado	<input type="checkbox"/> principiante <input type="checkbox"/> básico <input type="checkbox"/> intermedio <input type="checkbox"/> bueno <input type="checkbox"/> avanzado
7. ¿La voz le parece agradable?	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente

¿Cuál de los audios le parece más adecuado? ¿Por qué?

---



---

n.º: \_\_\_\_\_

**Proyecto de investigación “Interacción lingüística en la comunicación empresarial hispano-alemana”  
(Carla Seeger, Universidad de Mannheim)**

**Situación 2**

	<b>Audio A</b>	<b>Audio B</b>
<b>1. ¿Le parece simpático?</b>	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente
<b>2. ¿Cómo interpreta lo que la persona dijo?</b>	<input type="checkbox"/> Está molesto porque no le he enviado los datos. <input type="checkbox"/> No puede seguir trabajando sin mis datos. <input type="checkbox"/> Me recuerda que le tengo que enviar unos datos. <input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Está molesto porque no le he enviado los datos. <input type="checkbox"/> No puede seguir trabajando sin mis datos. <input type="checkbox"/> Me recuerda que le tengo que enviar unos datos. <input type="checkbox"/> Otro: _____
<b>3. ¿En su opinión, cuál fue la intención/ el objetivo del hablante?</b>	<input type="checkbox"/> Solo quiere recordarme la fecha. <input type="checkbox"/> Quiere conseguir que le envíe los datos cuanto antes. <input type="checkbox"/> Está enojado y quiere que yo lo sepa. <input type="checkbox"/> Me quiere humillar. <input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Solo quiere recordarme la fecha. <input type="checkbox"/> Quiere conseguir que le envíe los datos cuanto antes. <input type="checkbox"/> Está enojado y quiere que yo lo sepa. <input type="checkbox"/> Me quiere humillar. <input type="checkbox"/> Otro: _____
<b>4. ¿Qué haría a continuación?</b>	<input type="checkbox"/> Hago todo lo posible para enviárselo cuanto antes. <input type="checkbox"/> Intento enviárselo si no tengo demasiadas otras cosas que hacer. <input type="checkbox"/> Le pido disculpas por el retraso. <input type="checkbox"/> Le pido de no hablarme así. <input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Hago todo lo posible para enviárselo cuanto antes. <input type="checkbox"/> Intento enviárselo si no tengo demasiadas otras cosas que hacer. <input type="checkbox"/> Le pido disculpas por el retraso. <input type="checkbox"/> Le pido de no hablarme así. <input type="checkbox"/> Otro: _____
<b>5. ¿Quiere añadir algo más? ¿Hay alguna palabra o expresión que le haya llamado la atención?</b>		
<b>6. ¿Cómo calificaría el nivel de español de la persona?</b>	<input type="checkbox"/> principiante <input type="checkbox"/> básico <input type="checkbox"/> intermedio <input type="checkbox"/> bueno <input type="checkbox"/> avanzado	<input type="checkbox"/> principiante <input type="checkbox"/> básico <input type="checkbox"/> intermedio <input type="checkbox"/> bueno <input type="checkbox"/> avanzado
<b>7. ¿La voz le parece agradable?</b>	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente

**¿Cuál de los audios le parece más adecuado? ¿Por qué?**

---



---

n.º: \_\_\_\_\_

**Proyecto de investigación “Interacción lingüística en la comunicación empresarial hispano-alemana”  
(Carla Seeger, Universidad de Mannheim)**

**Situación 3**

	<b>Audio A</b>	<b>Audio B</b>
<b>1. ¿Le parece simpático?</b>	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente
<b>2. ¿Cómo interpreta lo que la persona dijo?</b>	<input type="checkbox"/> Mi propuesta se puede realizar. <input type="checkbox"/> Mi propuesta se puede realizar con pequeños cambios. <input type="checkbox"/> Mi propuesta no se puede realizar. <input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Mi propuesta se puede realizar. <input type="checkbox"/> Mi propuesta se puede realizar con pequeños cambios. <input type="checkbox"/> Mi propuesta no se puede realizar. <input type="checkbox"/> Otro: _____
<b>3. ¿En su opinión, cuál fue la intención/ el objetivo del hablante?</b>	<input type="checkbox"/> Quiere que me quede claro que mi propuesta no es buena sin preocuparse por mis sentimientos. <input type="checkbox"/> No le gusta mi propuesta, pero no me quiere herir. <input type="checkbox"/> Quiere alabar mi propuesta. <input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Quiere que me quede claro que mi propuesta no es buena sin preocuparse por mis sentimientos. <input type="checkbox"/> No le gusta mi propuesta, pero no me quiere herir. <input type="checkbox"/> Quiere alabar mi propuesta. <input type="checkbox"/> Otro: _____
<b>4. ¿Qué haría a continuación?</b>	<input type="checkbox"/> Acepto lo que dice. <input type="checkbox"/> Le digo que lo podemos cambiar/ adaptar juntos. <input type="checkbox"/> Intento explicar mi propuesta de nuevo para que vea que puede funcionar. <input type="checkbox"/> Le digo que nuestra cooperación no puede seguir así. <input type="checkbox"/> Otro: _____	<input type="checkbox"/> Acepto lo que dice. <input type="checkbox"/> Le digo que lo podemos cambiar/ adaptar juntos. <input type="checkbox"/> Intento explicar mi propuesta de nuevo para que vea que puede funcionar. <input type="checkbox"/> Le digo que nuestra cooperación no puede seguir así. <input type="checkbox"/> Otro: _____
<b>5. ¿Quiere añadir algo más? ¿Hay alguna palabra o expresión que le haya llamado la atención?</b>		
<b>6. ¿Cómo calificaría el nivel de español de la persona?</b>	<input type="checkbox"/> principiante <input type="checkbox"/> básico <input type="checkbox"/> intermedio <input type="checkbox"/> bueno <input type="checkbox"/> avanzado	<input type="checkbox"/> principiante <input type="checkbox"/> básico <input type="checkbox"/> intermedio <input type="checkbox"/> bueno <input type="checkbox"/> avanzado
<b>7. ¿La voz le parece agradable?</b>	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente	<input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> indiferente

**¿Cuál de los audios le parece más adecuado? ¿Por qué?**

---



---

## 12.2.4 Zusatzfragebogen für spanische Proband:innen



UNIVERSITÄT  
MANNHEIM  
Facultad de humanidades  
Departamento de lenguas románicas  
Investigadora: Carla Seeger  
Director de tesis: Prof. Dr. Müller-Lancé

n.º: \_\_\_\_\_

### Cuestionario para el proyecto de investigación

#### „Interacción lingüística en la comunicación empresarial hispano-alemana“

**1. Género:**

masculino     femenino     otro

**2. Edad:**

<30     30-39     40-49     50-59     >60

**3. Lengua(s) materna(s):**

\_\_\_\_\_

**4. Lenguas extranjeras (con nivel de dominio):**

\_\_\_\_\_

**5. Departamento:**

dirección     controlling     contabilidad     recursos humanos  
 marketing     producción     logística     ventas     IT  
 investigación y desarrollo     departamento legal     otro: \_\_\_\_\_

**6. ¿Ha tenido alguna vez contacto profesional con alemanes? ¿Cuándo? ¿Durante cuánto tiempo? ¿De qué forma?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**7. ¿En sus estudios/formación profesional se abordó el tema de la comunicación con alemanes en el mundo laboral? ¿De qué forma?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 12.2.5 Vollständige Ergebnisse

### 12.2.5.1 Situación 1: Rezeption des Sprechaktes Aufforderung

#### Frage 1: Sympathie

	<b>A</b>	<b>B</b>
Sí	14 (32,6%)	26 (60,5%)
No	5 (11,6%)	4 (9,3%)
Indiferente	24 (55,8%)	13 (30,2%)

#### Frage 2: Inhaltliche Interpretation

	<b>A</b>	<b>B</b>
Es importante que le envíe los datos esta semana porque los necesita para preparar la presentación para la semana que viene.	39 (90,7%)	36 (83,7%)
También puede preparar la presentación sola.	1 (2,3%)	6 (14%)
No pasa nada si envió los datos la semana que viene.	5 (11,6%)	4 (9,3%)
Otro:		E35: „puede esperar viernes“ (1) (2,3%)

#### Frage 3: Unterstellte Intention

	<b>A</b>	<b>B</b>
Quiere informarme de la presentación del proyecto.	7 (16,3%)	13 (30,2%)
Me quiere presionar para que le ayude.	2 (4,7%)	6 (14%)
Quiere conseguir que yo le envíe los datos hasta finales de esta semana.	38 (88,4%)	29 (67,4%)
Otro:		E10: „Pedir muy educadamente los datos cuanto antes“; E37: „informa de plazos para no ir apurados“ (2) (4,7%)



**Frage 4: Perlokution**

	<b>A</b>	<b>B</b>
Hago todo lo posible para enviárselo a tiempo porque parece ser importante.	36 (83,7%)	28 (65,1%)
Intento enviárselo a tiempo si no tengo demasiadas otras cosas que hacer.	6 (14%)	15 (34,9%)
No me esfuerzo demasiado porque no lo dijo con mucha urgencia.	1 (2,3%)	2 (4,7%)

**Frage 5: Zusätzliche Anmerkungen**

- Audio A:
  1. E1: „Repite un poco la insistencia del limite semanal.”
  2. E10: „Que el rango de horas sea de 9 a 16h no lo especifica lo suficiente.”
  3. E11: „correcto pero no simpático“
  4. E12: „piensa mucho cómo expresarse bien”
  5. E14 „hay alguna palabra que le cuesta un poco pronunciar”
  6. E31: „no - pero algo dubitativa“
  7. E43: „Hasta el fin de semana. Parece que los quiere antes del fin de semana.“
  8. E47: „Se le notaba un poco apresurada.”
  9. E49: „- La conversación es lenta. - Transmite algo de ansiedad.“
  10. E50: „Frasas claras y completas. Objetivo claro“
- Audio B:
  1. E1: „Es más precisa en el objetivo de conseguir los datos y el limite temporal”
  2. E9: „Este audio es más agradable”
  3. E10: „‘Información’”
  4. E23: „uso de expresión angosajona ‘input’“
  5. E37: „input: yo lo uso a diario así que quizá otra persona no entienda; E39: alguna alabra no se entiende”
  6. E41: „input“
  7. E47: „Bastante más calmado que el audio A“
  8. E48: „Mezcla términos en Espanol e Inglés.“
  9. E50: „Cortes de pronunciación“

**Frage 6: Geschätztes Sprachniveau**

	<b>A</b>	<b>B</b>
Principiante	0	2 (4,7%)
Básico	7 (16,3%)	4,5 (10,5%)
Intermedio	15,5 (36%)	18 (41,9%)
Bueno	16,5 (38,4%)	15,5 (36%)
Avanzado	4 (9,3%)	2 (4,7%)
Keine Antwort	0	1 (2,3%)

**Frage 7: Stimme**

	<b>A</b>	<b>B</b>
Sí	25 (58,1%)	30 (69,8%)
No	3 (7%)	1 (2,3%)
Indiferente	13 (30,2%)	11 (25,6%)
Keine Antwort	2 (4,7%)	1 (2,3%)

**Präferenz**

- **16x Audio A**

1. E3: „El 1ero, me resulta más conciso, a la hora de entenderlo, así como va más a la raíz de lo que quiere explicar.“
2. E11: „1º. Me pareció más agradable.“
3. E15: „Audio A, mayor claridad en la exposición del problema.“
4. E16: „El primero, porque es más específico y fluido, puedo empatizar mejor con su situación.“
5. E18: „[A] (unv.) muy cordial y cálida en su objetivo, luego se frena con el viernes, pero se entiende.“
6. E21: „El [primero]. Me ha parecido más amable y me ha dado más opciones para enviar la info que en el primer audio.“
7. E26: „Creo que el audio [A] suena más flexible y aunque su nivel de español es más básico, muestra un mayor nivel de empatía.“
8. E29: „[1]. Mejor comprensión del mensaje.“
9. E34: „El Audio [A] porque se escucha con una mayor claridad.“
10. E35: „Audio [A], se le entiende mejor y un tono mejor.“
11. E36: „El audio [A], en el caso del audio [B] no se entendían algunas palabras y despistada extraer matices“
12. E39: „El [primero] incide más en la importancia de tener los datos.“
13. E40: „Audio A; es más claro explicando los plazos y objetivos de su petición.“
14. E41: „El A me ha parecido que se entiende mejor la intención.“
15. E43: „El primer audio, ya que se entiende con mayor claridad lo que quiere decir.“
16. E50: „Opción A. Objetivo claro y conciso. Aunque quizás sea más directo en la finalidad, es correcto“

- **22x Audio B**

1. E1: „el segundo audio porque no es tan repetitivo, es más preciso, y consico. Es directo. Buen nivel de expresión.“
2. E4: „Me parece más adecuado el audio nº2. Tiene el idioma más fluido.“
3. E5: „Audio B, se entiende mejor la importancia de la documentación para el proyecto.“
4. E7: „B, Creo qe trata de presionar mucho más y en el caso de ser urgente es lo más importante antes de intentar ser más paciente.“
5. E8: „El segundo, Audio B.“
6. E9: „El audio B, ya que tiene más consideración y amabilidad.“

7. E10: „El B. La chica es más agradable, tiene un vocabulario más enriquecido y deja las cosas mucho más claras.“
  8. E14: „Me parece más adecuado el segundo audio ya que se le nota mejor la expresión además de (rapidad/rapidez)“
  9. E19: „El [segundo]“
  10. E23: „El audio [B] parece más adecuado ya que no se siente tanta urgencia o presión para conseguir los datos a pesar que es muy importante.“
  11. E24: „El [B] --> no genera dudas en su mensaje“
  12. E25: „Audio [B]. Más exigencia y profesionalidad“
  13. E28: „[B] me parece que es menos directa y parece menos exigente, más educada.“
  14. E30: „Audio [B]. Me ha transmitido mayor confianza.“
  15. E32: „El [segundo], porque tiene un mejor nivel de español y usa mejor los conectores lingüísticos.“
  16. E33: „El [segundo] porque el [primero] parece restarle importancia y puede hacer que la gente no se esfuerce mucho en tenerlo a tiempo.“
  17. E37: „en mi opinión el [B]. Debido a que cuánto menos detalle se de, más urgente parece. Si se adorna urge menos.“
  18. E42: „El B me parece que presiona menos con su mensaje.“
  19. E44: „El audio B. Parece una persona más cercana.“
  20. E47: „El audio B porque termina de forma más (encantadora).“
  21. E48: „El [segundo] aporta más información aunque carece de empatía hacia el interlocutor.“
  22. E49: „B. Más agradable, corto, directo.“
- **5x Indiferente**
    1. E2: „El A tiene mayor nivel de castellano. El B tiene menor nivel, pero es más simpático“
    2. E12: „Los dos. El primer audio es menos claro pero el Audio B parece más exigente.“
    3. E20: „Me gusta más el [B], pero ambos me parecen correctos.“
    4. E31: „cualquiera de las dos, tal vez la [segunda]“
    5. E38: „Da más urgencia el [primer] audio aunque es más agradable el [segundo].“

#### 12.2.5.2 Situación 2: Rezeption des Sprechaktes Beschwerde

##### Frage 1: Sympathie

	<b>A</b>	<b>B</b>
Sí	6 (14%)	33 (76,7%)
No	26 (60,5%)	2 (4,7%)
Indiferente	8 (18,6%)	8 (18,6%)
Keine Antwort	3 (7%)	0

**Frage 2: Inhaltliche Interpretation**

	<b>A</b>	<b>B</b>
Está molesto porque no le he enviado los datos.	42 (97,7%)	4 (9,3%)
No puede seguir trabajando sin mis datos.	9 (20,9%)	35 (81,4%)
Me recuerda que le tengo que enviar unos datos.	6 (14%)	20 (46,5%)
Otro:	E31: „supermolesto“ (1) (2,3%)	E49: „necesita mi ayuda“ (1) (2,3%)

**Frage 3: Unterstellte Intention**

	<b>A</b>	<b>B</b>
Solo quiere recordarme la fecha.	1 (2,3%)	6 (14%)
Quiere conseguir que le envíe los datos cuanto antes.	21 (48,8%)	40 (93%)
Está enojado y quiere que yo lo sepa.	32 (74,4%)	1 (2,3%)
Me quiere humillar.	2 (4,7%)	0
Otro:	E29: „Arrogante (actitud)“ (1) (2,3%)	0

**Frage 4: Perlokution**

	<b>A</b>	<b>B</b>
Hago todo lo posible para enviárselo cuanto antes.	26 (60,5%)	39 (90,7%)
Intento enviárselo si no tengo demasiadas otras cosas que hacer.	6 (14%)	1 (2,3%)
Le pido disculpas por el retraso.	30 (69,8%)	23 (53,5%)
Le pido de no hablarme así.	6 (14%)	0
Otro:	E21: „Le pido comprensión.“ (1) (2,3%)	0

**Frage 5 (Otro)**

- Audio A:
  - E1: „Es muy correcto en su insistencia y al mismo tiempo es muy directo.“
  - E10: „‘mandas‘ --> mandaste“
  - E11: „no lo hace con mala intención pero suena seco“
  - E31: „Se le ha olvidado ‘Gracias‘“
  - E37: „no salvo que creo que el audio [B] va a ser más eficaz.“

- E48: „Le pido disculpas por el retraso, pero antes atiendo las indicaciones del Audio [B]”
- E49: „- entre empresas colaboradoras es un tono agresivo y puede romper la relación comercial, o generar real ambiente, -audio largo, demasiado largo”
- E50: „Voz clara y firme. Expresiones de molestia“
- **Audio B:**
  - E1: „Es muy correcto y aunque directo parece estar más estresado que enfadado.“
  - E31: „No, pero en estas ocasiones al terminar de recordarme el olvido, solemos introducir un ‚Gracias’. (suaviza la situación)“
  - E33: „Es muy agradable que diga ‚me sabe mal volver a pedirtelo pero lo necesito’“
  - E35: „me sabe mal“
  - E48: „Utiliza términos coloquiales, lo que hace que el mensaje llegue a su interlocutor.“
  - E49: „- más corto, claro y conciso, - mucho más adecuado y habitual entre empresas.“
  - E50: „Delicadeza al hablar, Trato agradable“

### Frage 6: Geschätztes Sprachniveau

	<b>A</b>	<b>B</b>
Principiante	0	0
Básico	2 (4,7%)	3 (7%)
Intermedio	6 (14%)	2 (4,7%)
Bueno	20 (46,5%)	19,5 (45,3%)
Avanzado	15 (34,9%)	18,5 (43%)

### Frage 7: Stimme

	<b>A</b>	<b>B</b>
Sí	11 (25,6%)	38 (88,4%)
No	21 (48,8%)	0
Indiferente	10 (23,3%)	5 (11,6%)
Keine Antwort	1 (2,3%)	0

### Präferenz

- **3x Audio A**
  1. E7: „A. Muestra mucha más preocupación por el proyecto hasta el punto de llegar a enojarse.“
  2. E14: „El primer audio me parece más adecuado se le nota que entiende y se expresa muy bien“
  3. E36: „El audio [A] es más adecuado, yo no he cumplido y debe hacermelo saber, aunque no resulte agradable.“

- **37x Audio B**

1. E1: „Audio 2 porque el mensaje es más de pedir cooperación que exigente.“
2. E2: „El B; solicita la información con mayor educación.“
3. E3: „El segundo. Siendo más agradable se consiguen mejor las cosas.“
4. E4: „Audio No 2. Creo que es más comprensivo, ya que entiende que el interlocutor 2(?), carece del tiempo necesario para enviarle los datos.“
5. E8: „Con el audio B, es más agradable.“
6. E9: „Audio B, ya que le recuerda que le envíe los datos con educación y simpatía.“
7. E10: „El B. Recuerda que es necesario la otra parte y lo hace de forma educada y simpática.“
8. E11: „El segundo sin duda.“
9. E12: „El audio B, es más respetuoso.“
10. E15: „b, Pedir los datos desde la educación y el respeto mejora la comunicación“
11. E16: „El segundo (Audio B), porque no es tan agresivo.“
12. E18: „[B]. Porque es más amable y busca empatizar con su situación.“
13. E19: „El [segundo].“
14. E20: „La opción [B], pidió de forma agradable lo que necesitaba“
15. E21: „El [segundo], mucho más amable.“
16. E23: „El audio [B], ya que usa un lenguaje más cálido y no suena molesto por el retraso de los datos.“
17. E26: „Creo que el audio [B] muestra un tono más asertivo y amable.“
18. E28: „[B]. No es tan directo y exigente, pide lo mismo con más tacto y educación.“
19. E29: „[2]. Me genera confianza y empatizo con él para que consiga su objetivo, así que le ayudaría.“
20. E30: „Audio [B]. Lo he entendido mejor.“
21. E31: „El [segundo], creo que hay que dar(?) soluciones y el [primero] puede incurrir en enfrentamiento.“
22. E32: „El [segundo] por las formas, aunque el [primero] tiene un buen español.“
23. E33: „El [segundo] ya que intenta mostrarte la importancia de la situación sin acusarte de causarle problemas. El [primero] resulta desagradable.“
24. E34: „El audio [B] me parece en más adecuado porque habla de una forma más tranquila y es más fácil entenderlo.“
25. E35: „Audio [B], el otro usa un tono poco amigable.“
26. E37: „[b]. Más respetuoso.“
27. E38: „Me parece más adecuado el [2º] por las formas que se utilizan.“
28. E39: „El audio [B] es más adecuado ya que se muestra menos enfadado.“
29. E40: „Audio B: Es más amable y asertivo, y se pone en el lugar de la otra persona.“
30. E41: „El B me parece una forma más adecuada de pedir las cosas.“
31. E42: „B. Está siendo amable y pidiendo ayuda.“
32. E43: „El segundo audio es más adecuado por el tono escogido y la forma de hablar.“
33. E44: „Audio B. Persona más comprensible. Entiende que si no lo he enviado es porque he estado ocupado.“

34. E47: „El audio B es más agradable y empatiza con que puede que hayas tenido trabajo que te impidió entregarle los datos.“
35. E48: „Audio [B] porque empatiza con su interlocutor.“
36. E49: „B --> Es un audio ,tipo‘, educado, cuando dependes de alguien pero no lo puedes obligar.“
37. E50: „Audio B. Mejor descrita la necesidad que tiene, mejor tono de voz y vocabulario.“

- **3x Indiferente**

1. E5: „Los dos. Se entienden muy bien y parecen muy importantes.“
2. E24: „Entiendo el contexto de ambos, quizás el [B] por tratar de ser más educado.“
3. E25: „Ambos, cada uno tiene un enfoque distinto pero con la misma finalidad.“

### 12.2.5.3 Situación 3: Rezeption des Sprechaktes Ablehnung von Vorschlag

#### Frage 1: Sympathie

	<b>A</b>	<b>B</b>
Sí	22 (51,2%)	27 (62,8%)
No	4 (9,3%)	2 (4,7%)
Indiferente	13 (30,2%)	12 (27,9%)
Keine Antwort	4 (9,3%)	2 (4,7%)

#### Frage 2: Inhaltliche Interpretation

	<b>A</b>	<b>B</b>
Mi propuesta se puede realizar.	1 (2,3%)	4 (9,3%)
Mi propuesta se puede realizar con pequeños cambios.	6 (14%)	34 (79,1%)
Mi propuesta no se puede realizar.	37 (86%)	7 (16,3%)
Otro:		E33: „Se podría intentar pero hay opciones mejores“ (1) (2,3%)

#### Frage 3: Unterstellte Intention

	<b>A</b>	<b>B</b>
Quiere que me quede claro que mi propuesta no es buena sin preocuparse por mis sentimientos.	13 (30,2%)	3 (7%)
No le gusta mi propuesta, pero no me quiere herir.	30 (69,8%)	28 (65,1%)
Quiere alabar mi propuesta.	0	3 (7%)
Otro:	3 (7%)	11 (25,6%)

- Otro (Frage 3):
  - Audio A:
    1. E5: „Está fuera de plazo.“
    2. E12: „No le gusta porque piensa que podemos hacerlo más rápido.“
    3. E37: „no hay tiempo“
  - Audio B:
    1. E1: „Posibilidad de varios cambios“
    2. E4: „Quiere proponer cambios.“
    3. E5: „Se puede estudiar.“
    4. E11: „Abierta a escuchar“
    5. E16: „Quiere que revisemos la propuesta“
    6. E20: „Quiere modificarla“
    7. E26: „Quiere proponer mejoras.“
    8. E28: „Quiere aportar nuevas ideas.“
    9. E37: „hacer más realista tu propuesta“
    10. E49: „Necesita revisar y adaptar mi propuesta.“
    11. E50: „Quiere modificar mi propuesta“

#### Frage 4: Perlokution

	A	B
Acepto lo que dice.	15 (34,9%)	4 (9,3%)
Le digo que lo podemos cambiar/adaptar juntos.	29 (67,4%)	35 (81,4%)
Intento explicar mi propuesta de nuevo para que vea que puede funcionar.	12 (27,9%)	13 (30,2%)
Le digo que nuestra cooperación no puede seguir así.	1 (2,3%)	0
Otro:		E49: „Pregunto que problemas ve.“ (1) (2,3%)

#### Frage 5 (Otro)

- Audio A:
  1. E10: „‘enfocamos‘ → enfocáramos“
  2. E16: „Tiempos verbales mal usados.“
  3. E31: „No. Es de agradecer una respuesta sincera, sin rodeos.“
  4. E37: „manos a la obra sin mi propuesta. Pero el futuro me informaré antes.“
  5. E49: „- No apetece trabajar con alguien que dice NO tantas veces. - Parece una negativa personal más que a la propuesta.“
  6. E50: „Firme y rígido con sus decisiones“
- Audio B:
  1. E10: „‘Tal y tal““
  2. E18: „Preguntaría sobre la otra idea.“
  3. E48: „tal y tal... muy coloquial para el tema a tratar. Pero entiendo que es para no decir un ejemplo“



4. E49: „- Muy correcto. - Respeto constructivo.“
5. E50: „Voz clara y tranquila. El mensaje se entiende perfectamente.“

### Frage 6: Geschätztes Sprachniveau

	A	B
Principiante	0	0
Básico	3 (7%)	6,5 (15,1%)
Intermedio	10 (23,3%)	17 (39,5%)
Bueno	11,5 (26,7%)	15 (34,9%)
Avanzado	18,5 (43%)	4,5 (10,5%)

### Frage 7: Stimme

	A	B
Sí	37 (86%)	31 (72,1%)
No	2 (4,7%)	4 (9,3%)
Indiferente	4 (9,3%)	7 (16,3%)
Keine Antwort	0	1 (2,3%)

### Präferenz

#### • 18x Audio A

1. E1: „Audio 1 porque es más preciso y directo. El Audio 2 tiene un escenario muy inicial y permite muchas variables.“
2. E7: „A. A pesar de no gustarle la idea trata de poner soluciones y además explica grandes y buenos motivos por los que no es factible.“
3. E10: „El A. Es más adecuado y ajustado siendo empático con el otro.“
4. E14: „El audio A es el más adecuado ya que domina muy a la perfección el idioma.“
5. E16: „La primera (Audio A), es más directa, clara y concisa.“
6. E19: „El [primero] es más claro“
7. E20: „La opción [A], me gusta la forma de comentarlo“
8. E24: „El Audio [A] → es más directo.“
9. E25: „Audio [A]. directo“
10. E28: „[A] utiliza palabras menos directas y con menos riesgo de herir sentimientos, no desprecia el trabajo del compañero, justifica bien xq no es posible la (celeberación).“
11. E31: „El [primero]. Es mas [sic!] directo, no te hacen perder el tiempo. Si no vale, pues otra nueva.“
12. E32: „El [primero], porque deja más claras sus intenciones.“
13. E33: „La [primera] porque plantea una explicación rápida justificándolo con el tiempo disponible.“
14. E34: „El audio [A] me parece más adecuado porque habla de una manera más tranquila y explica de manera simple porque no es buena mi propuesta.“
15. E36: „El audio [A] es más claro.“
16. E39: „Audio [A]. Es directa pero de manera correcta y adecuada dice que la propuesta no es buena“
17. E42: „A. El lenguaje es claro y el mensaje no da lugar a confusión.“

18. E47: „El audio A se entiende mejor que quiere aportar nuevas ideas a la propuesta.“

- **18x Audio B**

1. E2: „La B. Maneja la situación con mayor cortesía y educación.“
2. E3: „La segunda. Intenta ser más cooperante a la hora de realizar el trabajo, se gana más así que no siendo tan negativa.“
3. E4: „No 2 de audio. Deja fluir más la conversación para que la cooperación se pueda producir mejor. Y llegar a buen puerto.“
4. E8: „El segundo, B, porque me ofrece seguir mi proyecto.“
5. E9: „El audio B, propone hacer cambios de manera más adecuada.“
6. E11: „El 2º Audio“
7. E12: „Audio B, da opción a valorar otras ideas, sin rechazar tajantemente tu propuesta.“
8. E15: „B, consigue ver la propuesta de otra manera para poder dar su enfoque.“
9. E21: „El [segundo], por que [sic!]es mas [sic!] amable, no remarca tanto el que la propuesta no le gusta sino que da a entender que con algun [sic!] cambio puede funcionar.“
10. E26: „El audio [B] me parece que muestra mayor disposición de cambio y se comunica de forma más asertiva.“
11. E29: „[2]. Creo que podríamos elaborar una propuesta conjunta que cumpla con los objetivos propuestos.“
12. E30: „Audio [B] debido a que lo ha transmitido con mayor fluidez.“
13. E35: „Audio [B], el [A] es con menos tacto.“
14. E41: „El B, me parece que se tiene mas [sic!] en cuenta la opinión de la otra persona“
15. E44: „Audio B. Parece más abierta a escuchar mis ideas o propuestas.“
16. E48: „El Audio [B]. Recibo mejor el mensaje.“
17. E49: „B. No cierra puertas, busca puntos de entendimiento. No dice la palabra No. Si reamente no quiere mi idea, no transmite esa impresión (?), sino que puede salir adelante con adaptaciones.“
18. E50: „Audio B. No rechaza completamente la idea, deja un margen de error para corregir los problemas encontrados.“

- **7x Indiferente**

1. E5: „Audio A - No se puede por cuestión de tiempo y es comprensible. Audio B - Da la posibilidad de estudiarlo entre ambas partes.“
2. E18: „cualquiera de ellos, depende el contexto. Preferencia personal (unv.) x el [A]“
3. E23: „En esta situación y dependiendo del contexto los dos audios podrían ser adecuados, ya que la persona puede tener diferentes estilos en cuanto a liderar.“
4. E37: „En el caso de que no existe tiempo la [a], en el caso de que sí la [b]. Depende de lo realista que sea.“
5. E38: „Los dos son buenos, aunque el [1º] deja más clara la situación, pero los 2 utilizan buenos modales.“
6. E40: „No me parece uno más adecuado que otro. El A es más directo, pero el B es más amable.“
7. E43: „Cualquiera de los audios podría ser adecuado para ello.“