

Maris Saagpakk (Universität Tallinn),  
Heiko F. Marten (DAAD-Informationszentrum Riga)

## Die Analyse und Gestaltung von Sprachen und Zeichen im öffentlichen Raum: Linguistic Landscapes im Dienst der Förderung berufsrelevanter Kompetenzen

**Zusammenfassung** Sprachliche Zeichen im öffentlichen Raum (Linguistic Landscape – LL) tragen neben ihrer primären Bedeutung und Funktion wie Auskunft und Werbung auch sekundäre Informationen zur Sprachenhierarchie, zur Repräsentation von Minderheitensprachen, zur sprachlichen Toleranz gegenüber der Mehrsprachigkeit in diesem Raum, etc. Diese Vielschichtigkeit macht die sprachlichen Zeichen im öffentlichen Raum zu wertvollen Lernobjekten, an denen die im Berufsleben so bedeutende diskursive Lesefähigkeit der Studierenden trainiert werden kann. Der Beitrag öffnet Perspektiven auf die Möglichkeiten der Verknüpfung der LL-Analyse mit den Inhalten der traditionellen germanistischen Curricula wie auch benachbarter Fachbereiche und verweist auf bisherige Studien in diesem Bereich.

**Abstract** Linguistic signage in public space (Linguistic Landscape – LL) has been proven to carry manyfold meanings. Besides the primary function of providing information and advertising, the signs offer insights into secondary layers of meaning such as hierarchies of languages, representations of minority languages, openness to multilingualism, etc. This interlacement of the signs makes them valuable objects for preparing students for their professional life. They offer opportunities to analyze and understand the linguistic and socio-linguistic discourses of language and language use in the framework of seminars in philology as well as neighboring fields. The article sheds light on multiple ways of using the LL for teaching and learning, and provides an overview of studies in that field.

**Schlüsselwörter:** Linguistic Landscape, Spot German, Praxisbezug der Germanistik, Marketing, Schlüsselkompetenzen

**Keywords:** Linguistic Landscape, Spot German, practice orientation, marketing, key competences

## 1 Einführung

Ein Workshop zu Linguistic Landscapes im Kontext einer Deutschlehrerfortbildung: Eine Teilnehmerin recherchiert die Sprachen auf der Webseite eines Einkaufszentrums. Am Ende sagt sie: „Interessant. Ich sollte dem Einkaufszentrum einen Hinweis schicken, was an der Sprachwahl auf der Seite zu verbessern ist.“

Diese Geschichte veranschaulicht, zu welchen Erkenntnissen die Analyse von Sprache im öffentlichen Raum – in diesem Falle einem virtuellen – führen und welchen praktischen Nutzwert sie haben kann. Wie nicht zuletzt eine Studie zu Sprachlernmotivationen von DAAD-Lektor(inn)en im Baltikum gezeigt hat, muss heute davon ausgegangen werden, dass beim Sprachenlernen und auch in einem Studium mit hohem Sprachanteil in den meisten Fällen instrumentelle Motive im Vordergrund stehen. Somit sind auch bei der Konzeption von Deutschunterricht und -studium der praktische Nutzwert und die Anwendungsmöglichkeiten von zentraler Bedeutung. Bei der Gegenüberstellung des Ist-Zustandes mit einem Wunsch-Soll im Deutschunterricht sind von den Teilnehmer(inne)n der Studie gerade diejenigen Aspekte betont worden, die einen Bezug zu praktischen Berufen und einer nichtphilologischen Anwendung von Sprachkenntnissen herstellen (vgl. Sprachlernmotivationen im Baltikum, Web).

Dieser Beitrag gibt einen Überblick über berufsbezogene Chancen, die sich für Studierende der Germanistik und verwandter Fächer durch die Beschäftigung mit ‚Linguistic Landscapes‘ (LL) bieten. Die Überzeugung, dass eine derartige Erforschung sprachlicher und anderer Zeichen(systeme) im öffentlichen Raum bereichernd ist, basiert auf unseren eigenen Erkenntnissen, ist aber auch in mehreren Studien hervorgehoben worden (vgl. Hancock 2012: 250 oder Gorter 2012: 10).

Der vorliegende Text basiert auf LL-Studien, die während der letzten Jahre im Baltikum mit dem Schwerpunkt deutsche Sprache und Kultur durchgeführt worden sind. Er bezieht aber auch Überlegungen aus der umfangreichen internationalen LL-Forschung mit ein. Nach einer überblicksartigen Einführung in die Ansätze ‚Linguistic Landscapes‘ und ‚Spot German‘ (Marten/Saagpakk 2017) wird zunächst das Potential der Beschäftigung mit Zeichen im öffentlichen Raum in Hinblick auf den Bildungskontext vorgestellt, bevor andere, interdisziplinäre Bezüge hergestellt



werden, etwa zu Tätigkeiten in der Werbung und im Marketing, aber auch in kulturell und politisch orientierten Berufen. Leitgedanke der folgenden Überlegungen ist, mittels der Erkundung sprachlicher Zeichen Kompetenzen in der sprachlichen, semiotischen, interkulturellen und pragmatischen Text- und Zeichenanalyse zu entwickeln. Es wird gezeigt, wie diese durch LL-Studien erworbenen bzw. gestärkten Kompetenzen dazu beitragen, das Studium der Germanistik bzw. anderer Philologien – insbesondere, aber nicht nur in einem auslandsgermanistischen Kontext – mit praktischen Anwendungsmöglichkeiten zu verbinden.

## 2 ‚Linguistic Landscapes‘ und ‚Spot German‘

Im vorliegenden Beitrag wird unter Linguistic Landscape (LL) vor allem „die Präsenz der sprachlichen Zeichen im öffentlichen Raum“ (Warnke 2011: 357) in ihrer „konkreten und vergleichsweise dauerhaften Materialität“ (Schiedermaier 2015: 175) verstanden. Zusätzlich zur geschriebenen Sprache werden aber auch nichtsprachliche Zeichen und Symbole einbezogen. Wie Barni und Bagna (2015: 7) in ihrem Aufsatz zur methodologischen Vielfalt der LL-Studien feststellen, umfasst der Begriff ‚linguistic‘ heute in vielen Studien neben der geschriebenen und gesprochenen Sprache auch den gesamten semiotischen Raum sowie dessen Nutzer als Autoren und Rezipienten der Zeichen. Gorter (2018: 41f.) kommt zu dem Schluss, dass die folgende aktualisierte Definition, wie sie die Zeitschrift „Linguistic Landscape“ gebraucht, aktuell angemessen ist: „The dynamic field of Linguistic Landscape (LL) attempts to understand the motives, uses, ideologies, language varieties and contestations of multiple forms of ‚languages‘ as they are displayed in public spaces.“

In den knapp zwei Jahrzehnten seiner Genese hat sich der Ansatz deutlich entwickelt (für einen aktuellen Überblick vgl. Shohamy 2018, Gorter 2018 oder Ehrhardt/Marten 2018). Zunächst waren die meisten Studien quantitativ ausgerichtet, d. h. es wurde das Vorkommen von Sprachen gezählt. Derartige Studien wurden bald durch qualitative Arbeiten ergänzt, die sich z. B. mit Motiven für Beschriftungen und Reaktionen darauf beschäftigen, ethnographische Ansätze wählen oder auch spezielle Bereiche wie etwa ‚Eduscapes‘ (sprachliche Zeichen in Bildungseinrichtungen) untersuchen.

Nicht zuletzt umfasst der Bereich der LL auch die Analyse von virtuellen Landschaften, d. h. Webseiten (zur virtuellen LL allgemein vgl. Ivkovic/Lotherington 2009). Hier können quantitative Untersuchungen zur Präsenz von Sprachen unternommen, aber auch z. B. Inhalte und Symbole unterschiedlicher Sprachfassungen einer Webseite verglichen werden. Interessant ist dies gerade auch im interkulturellen Marketing. Bolten (vgl. 2018: 78–79) zeigt etwa, wie semiotisch unterschiedlich die verschiedenen Sprachfassungen von Webseiten eines global operierenden Unternehmens sein können.

Gleichzeitig wurde der Bereich der LL zunehmend für didaktische Zwecke entdeckt. Im deutschsprachigen Kontext hat sich seit einigen Jahren der Ansatz des ‚Spot German‘ (SG, dieser ist freilich auch auf andere Sprachen anwendbar) etabliert, der vor allem in Sprachunterricht und -werbung verwendet wird. Der Ansatz wurde im Kontext einer Facebook-Werbekampagne für Deutsch auf Malta erfunden. In einem Wettbewerb wurde dazu aufgerufen, nach der deutschen Sprache und deutschen Spuren zu suchen. Die Ergebnisse wurden von der deutschen Botschaft auf Malta, dem DAAD und anderen Kulturmittlern in Form einer Broschüre zu allgemeinen Marketingzwecken gebraucht, dann aber fortentwickelt, um die Hintergründe unerwarteter deutscher Symbole zu recherchieren (vgl. Heimrath 2017). Der Ansatz wurde dann vor allem im Baltikum fortgeführt (vgl. Marten/Saagpakk 2017, Saagpakk/Frick 2019).

### **3 Einsatzmöglichkeiten von LL-Projekten in Schule und Universität**

#### **3.1 LL und Didaktik: Allgemeine Überlegungen**

Die Grundidee der im Kontext von LL und SG angelegten Unterrichtseinheiten und Projekte ist die Sensibilisierung der Studierenden bzw. Schüler(innen) auf das Vorkommen und die Verwendung der Sprache im öffentlichen Raum, mit besonderer Ausrichtung auf ihre alltägliche Umgebung. In Hinblick auf eine konkrete Anwendung werden wir hier das Potential von LL-Studien entsprechend zunächst aus (sprach)didaktischer Perspektive betrachten.



Zu den Möglichkeiten, die sich durch LL-Kompetenz ergeben, gehört zum einen deren Einsatz in der Schule, insbesondere, aber nicht nur, im Sprachunterricht. So können je nach Fragestellung mithilfe von LL-Studien ‚klassische‘ philologische Fertigkeiten und allgemeine Kompetenzen (GER) geschult werden, z. B. durch Fehlersuche und -analyse oder durch die Einbindung der LL-Thematik in die Sprachproduktion und -vermittlung. Dies gilt aufgrund der Vielsprachigkeit des öffentlichen Raumes auch gerade in mehrsprachigen Kontexten, für deren Einbindung in den (Fremd-)sprachunterricht einige Forscher plädieren (vgl. z. B. Janíková 2017). Im Kontext einer Varietätenlinguistik kann zudem der Umgang mit Dialekten und Soziolekten thematisiert werden.

LL-Studien können dabei eine andere Perspektive auf die Verwendung von Sprachen bieten. Dazu kann die Betrachtung der uns im öffentlichen Raum umgebenden Mehrsprachigkeit gehören, aber auch das Aufdecken sprachlicher Hierarchien, das Nachzeichnen von Kommunikationsstrategien zwischen unterschiedlichen Akteuren im Raum oder die Entzifferung unautorisierter Graffitis. All diese Momente verbinden Philologie mit der Alltagswelt und tragen dazu bei, Sprachwissenschaft attraktiv zu machen.

Das Potential der Linguistic Landscapes ist in diesem Sinne als Input für Sprachlerner (Cenoz/Gorter 2008) und als Anregung zu soziopolitischen Kontextualisierungsübungen, die die Schrift unter anderem als „ein Instrument sozialer Differenzierung“ auffassen (Warnke 2011: 359), sowie zur Vermittlung kultureller Inhalte (Schiedermaier 2015) überzeugend dargestellt worden. Derartige Studien stellen etwa Fragen zum historischen und sozialen Kontext der Zeichen oder dazu, welche Sprachen in welcher Kombination und welcher Funktion sichtbar sind.

Durch die Beschäftigung mit den Zeichen, das Ausleuchten von Hintergründen für ihr Vorkommen im öffentlichen Raum und eine Vergegenwärtigung ihrer Rezeptionsstrategien wird die vertraute Umgebung in einem neuen Licht gezeigt und reflektiert, die Bedeutungen der einzelnen Zeichen und ihre Beziehung zueinander werden bewusst gemacht und kontextualisiert. Die von unterschiedlichen Akteuren (z. B. Behörden, Privatfirmen) initiierten Texte, Produktnamen, Graffiti, aber auch Musik und popkulturelle Zeichen machen den heimischen öffentlichen Raum zu einem interkulturellen Lernumfeld und können als Material zu sprachlichen, soziokulturellen und geschichtlichen Studien herangezogen werden.

### 3.2 Das Potential von LL-Kenntnissen für angehende Lehrkräfte

Für die Sprachdidaktik ergibt sich aus dem oben Ausgeführten eine wichtige zusätzliche Möglichkeit – die Stellung der zu lernenden Sprache im von den Lernenden benutzten Raum als Thema in den Unterricht einzu-beziehen. Dabei kann die Zielsprache je nach Fragestellung separat oder im Zusammenspiel mit anderen Sprachen betrachtet werden. Die Beschäftigung mit der Sprache im öffentlichen Raum fördert laut Darquennes (2017: 183) Sprachbewusstsein (*language awareness*), zufälliges Lernen (*incidental learning*) und kritische Literazität (*critical literacy*). Badstübner-Kizik/Janíková (2018: 13) nennen in Anlehnung an Kramsch außerdem Kulturbewusstsein (*culture awareness*) und Symbolkompetenz (*symbolic competence*). Somit können LL-Projekte im Sprachunterricht unterschiedliche Ziele verfolgen, wobei der Schwerpunkt je nach Projekt variiert:

- sprachbezogene Ziele – die Förderung der Entwicklung von Sprachfertigkeiten;
- kulturbezogene Ziele – das Aufzeigen von Beziehungen zwischen Menschen und Sprachen;
- medienbezogene Ziele – Analyse von Sprache in ihrer Funktion als Mittel zu Kommunikation, Werbung und Manipulation;
- pädagogisch-didaktische Ziele – Stärkung von Beobachtungskompetenz, Recherche- und Analysefähigkeit (vgl. Janíková 2017: 127f.).

Weitere positive Aspekte sind möglich. LL-Projekte eröffnen Perspektiven für ein wissensbasiertes gesellschaftliches Handeln, indem die Ergebnisse öffentlich gemacht, diskutiert und möglicherweise als Basis für Veränderungen im öffentlichen Raum verwendet werden können (vgl. Marten/Saagpakk 2017: 11f.).

In germanistischen Kursen kann es außer der Betrachtung der Zeichen im öffentlichen Raum sinnvoll sein, auch semi-öffentliche (wie Firmen, Schulen, Universitäten oder Treppenhäuser von Mehrfamilienhäusern) oder sogar private Räume einzubeziehen. Abhängig von der Fragestellung kann man sich zum Ziel setzen, persönliche Sprachlandschaften zu analysieren, um auf Unterschiede zwischen privaten sprachlichen Präferenzen hinzuweisen (so könnte z. B. eine Analyse von Notizen am Kühlschrank einer WG aufschlussreich in Hinblick auf Sprachen, Werte und Identitäten



der Bewohner sein). Wichtig ist hier vor allem, dass ‚languages‘ in Anführungszeichen verstanden wird, also als ein Komplex von allen bedeutungstragenden Zeichen – denn Sprache steht ja gerade in der Öffentlichkeit nicht alleine und ist zumeist ortsgebunden, d. h. sie interagiert an einem bestimmten Platz mit nichtsprachlichen Zeichen wie Bildern, Logos, Musik, Farb- und Lichtgestaltung u. a.

Bei mehreren in Tallinn (Estland) mit Studierenden durchgeführten Projekten, aber auch im Schülerprojekt „DACH in meiner Umgebung“ (Saagpakk/Frick 2020, Goethe-Institut 2018) stand somit neben der Suche nach deutschsprachigen Zeichen die Kategorisierung der Zeichen im Vordergrund. Es zeigte sich, dass die Aufgabe, Kriterien zur Kategorisierung der gefundenen Texte und Symbole zu finden, kreative Einfälle mit sich brachte, die mit dem Alter der Teilnehmer(innen) komplexer wurden. In den Präsentationen wurden Kategorien wie Andenken, historische Texte, Schilder deutscher Firmen, Information für Touristen etc. genannt. Es stellte sich heraus, dass es für die Studierenden in der Regel hochgradig motivierend war, wenn sie eine möglichst breite Palette von unterschiedlichen Einsatzbereichen des Deutschen nachweisen konnten. Des Weiteren waren die Studierenden besonders stolz auf Funde, bei denen sie sich als Sprachexperten fühlten – wenn sie etwa grammatische oder Übersetzungsfehler entdeckten. Allerdings sollte mit dieser Art der Fehleranalyse vorsichtig umgegangen werden: Es sollte nicht der Eindruck entstehen, dass eine LL-Studie vordergründig eine Fehlersuche ist. Wenn man sich dazu entscheidet, Fehler zu thematisieren, sollte der Schwerpunkt auf strukturellen und kulturellen Unterschieden zwischen Sprachen und Sprachräumen liegen (vgl. im Kontext des Russischen als Fremdsprache Pavlenko 2017: 500).

Neben dem Sammeln, Kategorisieren und der diskursiven Deutung der LL, die eher zur Förderung rezeptiver Fertigkeiten gehören, wird in der DaF-Literatur auf unterschiedliche Möglichkeiten zur Förderung produktiver Fertigkeiten verwiesen. So können z. B. Rollenspiele eingesetzt werden, um eine Stadt als gelebten Raum von unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen nachzuempfinden (Blell/Pfeiffer-Seelig 2018: 74). Eine andere Möglichkeit wäre etwa die Thematisierung einer vorgestellten oder wirklichen Reaktion deutscher Touristen auf bestimmte Artefakte im Stadtraum, die auf die deutsche Geschichte oder andere Verbindungen eines Ortes mit dem deutschsprachigen Raum hinweisen. Dergleichen Aufgaben können

fingiert sein oder auch als wirkliche Kommunikationssituationen mit deutschen Touristen durchgeführt werden. Eine weitere produktive Möglichkeit ist z. B. die Herstellung von Schildern, Postern etc. auf Deutsch für den Klassenraum, das Schulgebäude/die Universität oder auch für außerschulische und -universitäre Veranstaltungen oder Objekte.

### 3.3 Der Nutzen für andere Bildungskontexte

Eine Hochschule im Baltikum: In einer Sitzung wird diskutiert, ob die Beschilderung in der Hochschule geändert werden sollte. Sollte Englisch neben der Landessprache präserter sein? Welche Rollen spielen andere Sprachen einschließlich Regional- oder Minderheitensprachen? Zur Entwicklung einer Lösung wird auf die anwesenden Philologen verwiesen: Es zeigt sich, wie wichtig LL-Expertise für das Positionieren der Hochschule sowohl international als auch regional relevante Bildungseinrichtung angesehen wird.

Wie das oben skizzierte Beispiel veranschaulicht, bieten LL-Kompetenzen neben dem didaktischen Potential auch andere Möglichkeiten in Bildungskontexten. Eine Analyse der vorhandenen LL von Schul- und Universitätsräumen (vgl. Brown 2012; Savela 2018) kann und sollte als Grundlage für die (Um)Gestaltung von Räumen im Bildungsbereich genutzt werden. Nach Savela (2018) sind derartige ‚schoolscapes‘ bzw. ‚eduscapes‘ besonders wichtig „due to the substantial influence of educational institutions over the individual in the formative years of life. As a type of landscape, the schoolscape is a diagram or an abstract machine that, in the words of Deleuze and Guattari (1980/1987: 142), „does not function to represent, even something real, but rather constructs a real that is yet to come, a new type of reality““. In diesem Sinne kann mit Lernenden diskutiert werden, wie monolinguale oder multilinguale Texte in der Bildungseinrichtung auf sie wirken, welche Signale damit gesendet werden und ob und wie diese Texte die Interaktionen zwischen den Raumbenutzern beeinflussen. Das Augenmerk wird unter anderem darauf gerichtet, was gesehen und was übersehen wird und welche Bedeutung den damit verbundenen Botschaften zugemessen wird. Für Lehrkräfte ebenso wie für Personen, die in der Leitung oder Verwaltung einer Bildungsinstitution tätig sind, ergibt sich daraus die Aufgabe, die ‚eduscapes‘ im Sinne des Bildungsauftrages der Einrichtung zu gestalten, dabei aber auch die Außenwirkung in Hinblick auf die Kommunikation mit Außenstehenden zu berücksichtigen.





**Abbildung 1:** In einer Studie zur Eduscape der Universität Tallinn wurde Deutsch (aber auch andere Fremdsprachen außer dem Englischen) nur sehr vereinzelt vorgefunden. Ein Spot-German-Beispiel ist dieses Informationsmaterial – auch wenn der Text auf Englisch ist, weist er doch unmittelbar auf Deutsches hin.  
Foto: Mari Klein

Arbeiten aus Finnland (vgl. z. B. Laihonen/Szabó 2017) zeigen in diesem Sinne, wie Räume in Schulen genutzt werden, um bestimmte Werte und Images zu kreieren, dabei aber auch Kommunikationsräume zu schaffen (z. B. zwischen den Schülern einer schwedisch- und einer finnischsprachigen Schule, die im selben Gebäude untergebracht sind; Szabó et al. 2018). Ähnliches zeigt Brown (2012) für Südestland; Cenoz und Gorter (2008) haben Vergleichbares für andere Bildungskontexte mit Minderheitensprachen analysiert. Hier geht es um Sichtbarmachung von Minderheiten und anderen marginalisierten Bevölkerungsgruppen. LL-Kenntnisse lassen sich somit bei Tätigkeiten in Bildungsinstitutionen und anderen öffentlichen Einrichtungen aller Art anwenden, um bestimmte Inhalte zu thematisieren

und Aufmerksamkeit für gesellschaftliche und politische Ziele unterschiedlichster Couleur zu generieren.

Im Kontext der Selbstdarstellung von Hochschulen sollen hier noch einige Beispiele aus einer Studie in Lettland genannt werden (Lazdiņa/Marten 2017). Verschiedene Hochschulen wurden daraufhin untersucht, wie ihre LL Internationalisierungsprozesse reflektieren. Ein wichtiger Unterschied, der bemerkt wurde, liegt in einem ‚echten‘ Zugehen auf internationale Studierende, das im Gegensatz zu einer Nutzung von Sprachen in einem eher symbolischen Sinne steht. So ist z. B. das Hauptgebäude der Universität Lettlands (LU) ein hochgradig lettischer Kontext. Es gibt kaum Beschilderung auf Englisch, Personen ohne Lettischkenntnisse dürften es schwerhaben, sich zurechtzufinden. Dies ist aufgrund der Bedeutung der Universität Lettlands für die lettische Nation einerseits nachvollziehbar – andererseits ist es im Interesse einer internationalen Offenheit vermutlich eher kontraproduktiv. Dies steht z. B. im Gegensatz zum neuen Campus der LU, in dem bislang vor allem die Naturwissenschaften untergebracht sind. Hier ist die Beschilderung konsequent auf Lettisch und Englisch, wodurch der pragmatische Aspekt der Kommunikation mit der internationalen Wissenschaftsgemeinschaft und eine Weltoffenheit betont werden (eigene Untersuchungen; vgl. dazu auch Soler 2019). Auch das Hauptgebäude der Technischen Universität Riga ist z. B. deutlich internationaler ausgerichtet: Insbesondere gilt dies für eine große Landkarte im Foyer, in der die Auslandsverbindungen der Universität dargestellt werden. Hier wird signalisiert, wie wichtig (zumindest in der Außendarstellung) die Internationalität ist. Nun sagt das Vorkommen bestimmter Sprachen in diesen ‚edusapes‘ wenig über den mündlichen Sprachgebrauch oder über Unterrichtssprachen etc. aus. Dennoch kann gerade im Universitätsmarketing damit deutlich gemacht werden, wie die Kontaktaufnahme zu etwaigen Partnern und Kunden gestaltet wird. LL-Kompetenz ist in diesem Sinne z. B. für akademische Auslandsämter und für das Hochschulmarketing von hohem Interesse, zu deren Kerngeschäft die Außendarstellung und die Ansprache unterschiedlichster Zielgruppen gehören.



## 4 Das Potential von LL-Kompetenzen in anderen berufsrelevanten Kontexten

Jenseits der Einsatzmöglichkeiten in Bildungskontexten birgt der Ansatz der Linguistic Landscapes eine Reihe weiterer Möglichkeiten, die zur Förderung allgemeiner sozialer und interkultureller Berufskompetenzen von Bedeutung sind. Wie Studien im Baltikum (Pasewalck/Neidlinger 2018, Pasewalck/Bender 2017, Saagpakk 2018) gezeigt haben, können LL-Studien etwa zur „Herausbildung eines dynamischen und sich wandelnden Kulturverständnisses unter den Lernenden beitragen“ (Saagpakk 2018: 90). Die Thematisierung der historischen Mehrsprachigkeit des Baltikums hat das Potential dazu, Diskussionen über den Konstruktionscharakter kollektiver Identitäten aufkommen zu lassen. Die „Erschließung tieferliegender historischer und symbolischer Bedeutungsschichten im öffentlichen Raum“ (Badstübner-Kizik/Janíková 2018: 12) schärft die semiotische Lesefertigkeit der Lernenden. Den Stadtraum, aber auch etwa Friedhöfe als Palimpseste historischer Sprachschichten zu lesen bedeutet unter anderem auch, das Momenthafte an der gegenwärtigen Sprachsituation hervorzuheben – denn die Mischung der gesprochenen und gelernten Sprachen war früher anders und sie wird vermutlich auch in Zukunft nicht stabil bleiben.

Des Weiteren können die Förderung der semiotischen Interpretationskompetenz und das Erkennen kultureller Aussagen etwa in der Werbung den Lernenden helfen, ihre interkulturelle Kompetenz in künftigen beruflichen Tätigkeiten einzusetzen. Gerade das Studieren der eigenen Lebensumwelt und das Hinterfragen kultureller Interaktionsmuster in diesem gelebten Raum fördert die Fähigkeit, kulturelle Symbole vergleichend zu betrachten und die Besonderheiten der eigenen Kultur erklären zu lernen.

Im auslandsgermanistischen Kontext ist gerade die Förderung der interkulturellen Kompetenz von großer Bedeutung, weil sie in international tätigen Unternehmen elementar ist. Jentges/Sars (2018: 40) bedauern etwa, dass das Erschließen der eigenen Umgebung aus der Sicht eines Gastes und die ‚Übersetzung‘ des Unklaren in einer Situation der kulturellen Begegnung im gegenwärtigen Deutschunterricht in den Niederlanden und



**Abbildung 2:** Bild-Text-Kombination am Rathaus in Tallinn, bei dem der Text für heutige Passanten lediglich eine Zierde darstellt. Foto: Maris Saagpakk

in Skandinavien nicht genügend berücksichtigt werde. Obgleich vergleichbare Studien im Baltikum fehlen, kann man hier einen ähnlichen Zustand vermuten. Die eigene Kultur und den gelebten Raum mit fremden Augen betrachten und auf eine weltoffene und klare Weise erklären zu können, ist für eine gelungene interkulturelle Kommunikation aber unerlässlich. Zusätzlich ist eine Sensibilisierung für semiotische Prozesse im öffentlichen Raum natürlich auch innerhalb der eigenen Kultur in vielen Kontexten einsetzbar.

#### **4.1 Kompetenzförderung für Berufe in der Wirtschaft**

Durch die Analyse von Texten im öffentlichen Raum kann auch die klassische Kompetenz der Textanalyse und -produktion praktiziert und unterstützt werden. Werbung, aber auch Firmennamen oder Aspekte der Mehrsprachigkeit



z. B. in der Beschriftung von Schaufenstern können auf ihre Struktur und Wirkung hin analysiert werden, um die daran erarbeiteten Kompetenzen in beruflichen Kontexten einzusetzen. Durch welche intertextuellen Bezüge gelingt es, bestimmte Zielgruppen anzusprechen, welche Zitate, Redewendungen und Sprichwörter können sinnvoll gebraucht werden? Des Weiteren kann auf das Zusammenspiel von Wörtern mit Bildern, Licht, Farbe, Grafik geachtet werden. Wie kann die Botschaft der Worte unterstrichen, hinterfragt oder ironisiert werden? In der einfachsten Form können somit Kommunikationsstrategien von Unternehmen aller Art analysiert und ggf. verändert werden: In welchen Sprachen werden Kunden angesprochen? Dies gilt für die Beschriftung in Schaufenstern und Geschäften ebenso wie für Publikationen oder auf Webseiten. Im erweiterten Sinne sind hier insbesondere Logos und das Zusammenspiel von Symbolen und Sprache zu nennen. Im Sinne des interkulturellen „Eisberg-Modells“ spiegeln sichtbare Unterschiede lediglich tiefergehende Schichten – Überzeugungen, Ansichten, Lebenseinstellungen, historische Ereignisse (Gibson 1994, zit. nach Jentges/Sars 2018: 25). Dehley und Jentges argumentieren in diesem Kontext:

Nimmt man diese urbanen Spuren, wie etwa Gebäude, Schilder, Zeichen und Schriftzüge, bewusst wahr bzw. lenkt die Aufmerksamkeit auf sie, so erschließt sich ein Erfahrungsraum, der einen Zugang zur Geschichte, Entwicklung und aktuellen Prägung eines urbanen Raumes, seiner Bewohner und deren Mentalität bieten kann und auf diese Weise kulturelle Einblicke ermöglicht, die sich in der abstrakten Auseinandersetzung oft nur mühsam gewinnen lassen. (zit. nach Jentges/Sars 2018: 27)

Der interkulturelle Raum (und dessen Erforschung und Verständnis) kann in diesem Sinne „zur Entschlüsselung, zum Verständnis, zur Annäherung an eine zielsprachige Kultur“ genutzt werden (ebd.: 28). Im interkulturellen Marketing (Fišer 2018: 204) kann dies mit einer textproduktiven Kompetenz in der Zielsprache verbunden werden. Somit kann der LL-Ansatz dabei helfen, Wirtschaftsbeziehungen zu analysieren und zielgruppen-gerechte sprachliche Angebote zu erarbeiten: Welche Sprachen finden sich wo und warum? Mithilfe z. B. von Interviews kann eine Sensibilisierung für eine sprachlich-semiotische Kundenorientierung erreicht werden, mit der Absolvent(inn)en in unterschiedlichen Wirtschaftsfeldern zum Erfolg eines Unternehmens beitragen können.

In diesem Kontext ist auch die Thematisierung von Mehrsprachigkeit in der Gesellschaft zu sehen: In der Berufspraxis wird zumeist aus rein

pragmatischen Erwägungen gefordert, Mehrsprachigkeit als Normalität anzusehen. Etwaige sprachpolitische und -ideologische Vorbehalte verschwimmen angesichts der Kundenorientierung. Gerade die Vielsprachigkeit der LL im Geschäftsleben – und das selbst in Ländern mit relativ starken Ideologien der gesellschaftlichen Einsprachigkeit wie in Deutschland oder in Regionen mit gesetzlichen Vorgaben für die Sprachenwahl im öffentlichen Raum wie im Baltikum – zeigt, dass die geforderten fremdsprachlichen Kompetenzen und sprachliche Ideologien sich widersprechen können. Nach unserer Erfahrung ist die Thematisierung von sprachpolitischen Fragen gerade im Baltikum notwendig und vielversprechend gewesen: Den Studierenden konnte gezeigt werden, dass die gegebene staatliche Regulierung der Texte im öffentlichen Raum nicht der einzig mögliche Umgang ist. Zudem ist etwa auch das Verschwimmen der sprachlichen Grenzen im Sinne eines Code-Switching erlaubt, sofern ein Kommunikationserfolg erzielt wird. So zeigen Fritz/Taşdemir (2018: 339) am Beispiel eines Marktes in Wien, wie schwierig es gerade in informellen Geschäftssituationen sein kann, zu entscheiden, wo eine Sprache ‚anfängt‘ und die andere ‚aufhört‘.

Ein anderes Thema in diesem Kontext ist die Fehlersuche. Mit ihrer Sprachkompetenz stellen Absolventen der Germanistik normativ falsche oder stilistisch ungewöhnliche deutsche Texte heraus, um dann aufgrund ihrer Sprachfähigkeiten ‚bessere‘ Lösungen anbieten zu können. Dies ist dort wichtig, wo Sprache aufgrund ihrer formalen Korrektheit überzeugen soll. Wie oben betont, sind Philologen jedoch keine ‚Sprachpolizisten‘ – eine Fehlersuche darf nicht das kreative Potential oder bewusste Spielarten der Sprachmischung unterwandern.



**Abbildung 3:** Fehleranalyse – das Estnische kennt bei den Substantiven kein Genus, deswegen wäre die direkte Übersetzung der Information im Estnischen korrekt, der deutsche Text ist es jedoch nicht. Foto: Maris Saagpakk



Derartige Übungen können somit sowohl durch Recherchen im öffentlichen Raum als auch durch die Analyse von Fotos im Klassenraum bzw. die vergleichende Untersuchung der Onlinepräsenzen erfolgen. Wie stellt sich ein Unternehmen dar – diese Frage regt nicht nur zum Nachdenken, sondern konkret zu praktischen Übungen an. Besonders vielversprechend wird dies, wenn im Studium bereits die Produktion und Analyse von eigenen Vorschlägen geübt wird. In diesem Kontext ist vor allem die Präsenz von Sprachen in der Ansprache von Kunden zu nennen. Das eingangs erwähnte Beispiel eines Einkaufszentrums zeigt, welches Analysepotential hier vorhanden ist.

## 4.2 Tourismus

Ein besonders relevanter Bereich in der zielgruppengerechten Ansprache von Kunden ist der Tourismus. Im Kontext studentischer Arbeiten konnte analysiert werden, welche Sprachen auf Speisekarten und Internetseiten von Restaurants in einer bestimmten Region existieren. Eine Studie zu LL im Baltikum (Marten et al. 2012) untersuchte den Gebrauch von Sprachen in touristischen Kontexten und konnte – nicht zuletzt auch in der Analyse der Web-LL – feststellen, dass dieser in Estland, Lettland und Litauen sehr unterschiedlich gehandhabt wird. Hier wird nicht nur das sprachliche Potenzial im Tourismus erkannt, das wiederum zur Werbung für z. B. Deutsch genutzt werden kann, sondern gerade das Aufdecken von Schwächen in der Darstellung touristischer Unternehmen geübt. In welchen Sprachen sollen z. B. Infotafeln in Städten oder Museen angeboten werden, damit sich die Touristen angesprochen fühlen? Zwar nehmen heute viele Deutschsprachige auch Angebote auf Englisch zur Kenntnis, die Kompetenz im Englischen reicht aber in vielen Fällen nicht dafür aus, um auch vertiefende Informationen mit Freude zu lesen. Texte in der Sprache der erwarteten Touristen gelten daher nicht nur als ein Zeichen der Aufmerksamkeit, sondern erhöhen auch die Wahrnehmung der transportierten Inhalte und tragen somit zur Attraktivität des touristischen Angebotes bei.

Auch für das Stadtmarketing ist von Relevanz, welche Sprachen angeboten werden, damit das Angebot wahrgenommen wird – und dies gilt nicht nur für Touristen, sondern auch für ständige Bewohner einer Region mit unterschiedlichen Sprachkompetenzen. Ein Beispiel, in dem LL nicht nur für Touristen, sondern auch für Einheimische genutzt wurde, ist ein

Faltblatt mit einem ‚LL-Rundgang‘ in der Stadt Rēzekne im Osten Lettlands. Hier wurde die sprachliche und kulturelle Vielfalt anhand von dauerhaften (Denkmäler), aber auch kurzlebigen (Graffiti) Texten dargestellt. Derartige Beispiele zeigen die Verbindung von LL zu Tätigkeiten nicht nur im Tourismus, sondern auch in der Jugendarbeit, der allgemeinen Kultur- und Museumsdidaktik, zum Literaturunterricht, aber auch zu einem Angebot für Einheimische. Denkbar sind auch z. B. Apps wie die „Deutschen Spuren“ des Goethe-Instituts (Goethe-Institut) oder die Erstellung von Reiseführern, Karten, Touren oder auch eines Quiz (vgl. das Projekt „Deutsche Spuren in Estland“, Saagpakk 2018).

### 4.3 Werbung und Marketing

Wie oben bereits deutlich wurde, steht ein wichtiger Teil kapitalisierbarer und damit für die Berufsvorbereitung von Studierenden bedeutender germanistischer LL-Aktivitäten in Verbindung mit Marketing oder Werbung. Hier soll noch einmal genauer darauf eingegangen werden. Laut Fišer (2018: 202) soll Marketing vor allem erreichen, „das Image der Marke im Gedächtnis der potentiellen Kunden positiv zu verankern“. Dabei kommt es in der LL zu einer „Verbindung und Verflechtung von textueller, typographischer und ikonographischer Dimension“ (ebd.: 203). Marketingkompetenzen sind in jeder Sprache und sehr unterschiedlichen beruflichen Bereichen wichtig; im Kontext der Auslandsgermanistik ist insbesondere das interkulturelle Potential von Bedeutung:

Im idealen Fall müssen sich v.a. [angehende Lehrende und Übersetzer] nicht nur rezeptiv auf dem multikulturellen Gebiet der Literatur, der Drama- und Filmkunst, der bildenden Kunst, der Architektur, des Designs bzw. der Musik usw. orientieren können, sondern auch adäquate Texte kreieren können. Die textsortenbezogene und funktionsadäquate textproduktive Kompetenz in der Zielsprache darf beim translatorischen Training nicht außer Acht gelassen werden. (ebd.: 204)

Fišer (2018) zeigt verschiedene Möglichkeiten des ‚Eingriffes‘ in die LL – es gilt somit im Rahmen von LL-Veranstaltungen, ein „Netzwerk von Möglichkeiten“ aufzuzeigen, in dem Texte durch adäquate informative, provokative oder andere Kommunikationsmechanismen auf die Öffentlichkeit einwirken. Dazu gehören nicht zuletzt auch Methoden wie „Konventionsbruch, politische Inkorrektheit, Humor“ (ebd.: 215), die



besonders geeignet sind, Aufmerksamkeit zu erzeugen. Dies kann durch den Einsatz von provokativen oder in einer Situation ungewöhnlichen Symbolen, aber auch durch (Fremd)Sprache geschehen. Im Fall des Deutschen außerhalb des deutschsprachigen Kerngebietes sieht man das etwa in der Form deutscher Namen für Restaurants, Hotels o. ä. (vgl. Saagpakk 2018). Durch eine ungewöhnliche Sprachverwendung kann Aufmerksamkeit für ein Produkt erzeugt, aber auch eine gesellschaftliche Diskussion angeregt werden. Im ‚Idealfall‘ (im Sinne des Marketings) wird ein medial aufbereiteter ‚Skandal‘ erzeugt. Fišer berichtet über eine künstlerische Aktion in einer Galerie in Brno, die nach der Intervention einer karikierten Bank beendet werden musste. Ein vergleichbares Beispiel ist z. B. auch das viel diskutierte und letztlich überstrichene Gedicht von Gomringer an der Fassade der Alice-Salomon-Hochschule in Berlin (vgl. Lohaus 2018): Das Beispiel zeigt, dass eine bewusste Gestaltung der LL, durch die Aufmerksamkeit erzeugt werden soll, eine völlig andere als die ursprünglich beabsichtigte Rezeption zur Folge haben kann; dabei ist schwer zu beurteilen, ob der von der Hochschule sicherlich nicht beabsichtigte ‚Skandal‘ aus einer Perspektive des Marketings letztlich positivere oder negativere Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Hochschule hat als das Gedicht an sich gehabt hätte.

In Hinblick auf spezifische sprachliche Formen, die im Studium mit Bezug zu einer Anwendung im Beruf geübt werden können, betont Schmitt (2018: 86f.), dass Sprache in der LL – nicht zuletzt aufgrund von Platzgründen – meistens sehr präzise ist. Zum Nachahmen laden z. B. Übungen zu Kurzwörtern, Abkürzungen oder Wortspielen ein. Auf ähnliche Weise kann auch z. B. Dialektgebrauch, Jugendsprache o. ä. thematisiert und bewusst eingesetzt werden.

Schmitt (2018) geht außerdem auf zwei eher selten diskutierte Bereiche der LL ein – Onomastik und Schrifttypen. Die Wahl eines Geschäftsnamens – mit Assoziationen, aber auch rechtlichen Aspekten – ist gerade in der und für die LL ein sehr wichtiges Thema. Hier wird eine Verbindung zu Morphologie, Lexikologie, Wortbildung und anderen philologischen Kernbereichen deutlich. In Produktnamen kommt es zu einem Zusammenspiel von Sprache, Ikonizität und indexikalischen Zeichen. Geschäfte wollen, dass man sich an Namen und Botschaft(en) erinnert – diese müssen kurz, prägnant, eindeutig und/oder witzig sein. Schrifttypen hingegen evozieren

Assoziationen: Am Spiel mit historisierenden Elementen (etwa in der Wahl von Frakturschrift) oder fremdländischen (z. B. asiatischen, arabischen oder kyrillischen Schriftzeichen bzw. einer fremdländisch anmutenden Stilisierung von lateinischen Schriften) kann Indexikalität in der Werbung festgemacht werden. So ist gerade bei deutschen Namen im Baltikum der historisierende Effekt gewünscht, auf die deutschsprachige Vergangenheit (vor allem das werbewirksame Mittelalter, aber auch die Geschichte des baltischen Adels und der Stadtbürger) hinzuweisen, um bestimmte Besuchergruppen anzusprechen und mit dem Label der ‚deutschen Qualität‘ zu spielen. Schließlich wird in der Werbung aber auch Mehrsprachigkeit an sich thematisiert. Dabei wird deutlich, dass es nicht unbedingt auf ein Verständnis der Texte in allen Sprachen ankommt, sondern eher eine symbolische Offenheit des Unternehmens gegenüber anderen Kulturen unterstrichen werden soll.



**Abbildung 4:** Die historisierende Verwendung des Schrifttyps und ein Beispiel von Code-Mixing. Foto: Maris Saagpakk

Nicht zuletzt geht es in der Werbung schließlich auch um Sprach(spiel)e und Symbole: So können im Studium bereits Analysen und Übungen zum Design von Schaufenstern oder zur Gestaltung von Geschäften, Cafés, Hotels o. ä. und den darin angebotenen Waren oder Dienstleistungen eingebaut werden. Dies gilt auch für Souvenirs wie Tassen oder das Spiel mit Symbolen auf Kleidung, Taschen oder Tüten (Schiedermaier 2018: 185) nicht nur im touristischen Kontext, sondern in jeder Art von Marketing,



z. B. auch in Kulturinstitutionen oder Hochschulen. Auf diese Weise kann die Gestaltung der semiotischen Landschaft auch für die Werbung für Sprachen an sich genutzt werden (vgl. das in Abb. 5 zu findende Faltblatt des DAAD-Informationszentrums in Riga).



Abbildung 5: Linguistic Landscape im Sprachmarketing: Deutsches im Baltikum in Geschichte, Gegenwart und Zukunft. Erstellt vom DAAD-Informationszentrum Riga

Zusammenfassend lässt sich somit feststellen, dass auch für den Bereich von Werbung und Marketing vor allem das ‚aufmerksame Auge‘ von besonderer Bedeutung ist, das durch die Kontextualisierung, Analyse und Gestaltung von LL-Inhalten im Studium entwickelt werden kann.

#### **4.4 LL-Kenntnisse in historischen Diskussionen**

Im Bereich von Tourismus, Werbung und verwandten Bereichen wird oft auf kulturelle Elemente in einer Region, historische Verbindungen u. ä. Bezug genommen, die sich nicht zuletzt in der LL spiegeln. Eine geübte LL-Kompetenz kann hier zum Erkennen vieler interessanter Nuancen führen, die ansonsten evtl. unbeachtet bleiben (vgl. dazu die „Palimpsest-Struktur“ der LL, wie sie sich z. B. an alten Stadtplänen zeigt; Pasewalck/Bender 2017). Ein weiteres Beispiel ist die Anwendung dieser „sekundären“ LL (Badstübner-Kizik 2018) z. B. im Film – ein Bewusstsein für historische Veränderungen in der LL kann ebenso bei der Aufbereitung von historischen Originalaufnahmen wie bei der Historisierung in fiktionalen Darstellungen gefragt sein: Welche Abbildungen sind plausibel, welche LL-Strukturen und Namen hat es wann wo gegeben? Nicht zuletzt ist diese Art von Bildkompetenz eine Kernfähigkeit heutiger Medienanalyse und wird z. B. bei der Identifizierung von Bildfälschungen im Kontext von „Fake News“ u. ä. eingesetzt (vgl. Mauler et al. 2017).

Immer wieder werden im LL-Kontext auch historische Ereignisse thematisiert, z. B. in Bezug auf Straßennamen. Auch hier ist LL-Kompetenz gefragt: So kam es z. B. unlängst zu einer Diskussion um die historische Person des ehemaligen Reichspräsidenten Paul von Hindenburgs (vgl. Berbner 2019), nach dem auch heute noch zahlreiche Straßen und Plätze in deutschen Städten benannt sind. Dem Wunsch nach einer Umbenennung, die an verschiedenen Orten Deutschlands von Aktivisten gefordert wird, wird teilweise auch durch das illegale Austauschen oder Überschreiben von Straßenschildern o. ä. Nachdruck verliehen. Derartige Aktionen führen – nach Interpretation des Autors des Artikels – dazu, dass bei aller Widersprüchlichkeit der Argumente durch die Diskussion zumindest erreicht wurde, dass über die Weimarer Republik und die Person Hindenburg so viel gesprochen und diskutiert wurde wie selten. In Bad Tölz wurde z. B. eine Lösung gefunden, den Namen beizubehalten, aus der nicht



umbenannten Straße aber einen historischen Informations- und Gedenkweg zu machen, wo auf die historische Belastung hingewiesen wird. Hier zeigt sich, dass eine geschulte LL-Kompetenz auch in der Stadtplanung bzw. -verwaltung und im medialen Umgang mit Diskussionen zu Straßennamen o. ä. von Nutzen sein kann.

#### **4.5 Gesellschaftliche und politische Tätigkeiten**

Als weiterer Aspekt sollen noch einige Tätigkeiten genannt werden, die primär auf soziolinguistische Kompetenzen abzielen, in denen die LL eine Rolle spielt. Hier geht es um gesellschaftliche und politische Entwicklungen. LL-Kompetenz trägt somit dazu bei, geschult an Diskussionen auf gesellschaftlicher Ebene teilnehmen zu können. Soziolinguistische Analysekriterien in derartigen Kontexten sind nach Wiśniewska (2018: 133f.) die Sprachwahl, deren Motivation, das Verhältnis von Sprache und Inhalt, Sprachgebrauch und das Verhältnis von Sprache und Bildern.

Als Beispiel seien hier Diskussionen zur Sprachpolitik im Baltikum angeführt. So sind aufgrund gesetzlicher Regelungen an vielen Orten mehrsprachige Schilder nur unter bestimmten Umständen möglich. Insbesondere betrifft dies die Beschilderung von staatlichen Institutionen (Privatpersonen und -unternehmen sind hingegen deutlich freier in ihrer Wahl zusätzlicher Sprachen, solange die jeweils offizielle Sprache auch Teil des Zeichens ist). Mediale Aufmerksamkeit erhielt z. B. eine Diskussion zur Regionalsprache Lettgallisch, die zusätzlich zum Lettischen auf Straßenschildern in der Kleinstadt Karsava im Norden der Region Lettgallen angebracht wurden. Ein anderes Beispiel ist der Widerspruch in Litauen, demzufolge eine punktuelle Betonung der Kulturgeschichte von Vilnius durch eine „Deutsche Straße“ oder auch einen „Tibetplatz“, also eine symbolische Verwendung von anderen Sprachen als ‚mehrsprachiges Alibi‘, erlaubt ist, gleichzeitig aber keine echte Mehrsprachigkeit auf Straßenschildern möglich ist, wie vor allem am Verbot polnischer Straßenschilder selbst in Siedlungen mit hohem Anteil an polnischer Bevölkerung diskutiert wurde. Was auch immer die politische Einstellung zu derartigen Fällen ist – eine klare Analyse sowie ein Bewusstsein für Effekte, Wahrnehmungen und ggf. alternative Ansätze kann der Diskussion nur zuträglich sein.



**Abbildung 6:** Die Deutsche Straße in Vilnius als Beleg für die kulturelle Vielseitigkeit der Stadt. Gleichzeitig deutet die Frakturschrift ikonisch auf Deutsches hin. Foto: Heiko F. Marten

Kernfrage ist auch hier, welche Sprechergruppen sich wo im öffentlichen Raum aufhalten und wie die Präsenz von Sprachen verhandelt wird. LL-Kompetenzen können in diesem Sinne von Aktivisten oder Verwaltungsmitarbeitern in Kampagnen zur Stärkung von Minderheitensprachen eingesetzt werden. Ähnliches gilt für das Aufzeigen sprachlicher Bedürfnisse von Migranten. Fundierte Kenntnisse helfen dabei, Diskussionen zu strukturieren und Mythen entgegenzuwirken. Beispiele zeigen, wie der Einsatz von LL-Studien für Diskussionen über Sprachen und Integration von z. B. Stadtverwaltungen dankbar aufgenommen wird (vgl. das Projekt „Metropolenzeichen“, Ziegler et al. 2018). Auf ähnliche Weise waren LL-Studien ein wichtiger Teil des Projektes „Linguistic Diversity Management in Urban Areas“ in Hamburg (Pappenhagen et al. 2013). In anderen Kontexten kann z. B. die in vielen Diskursen postulierte Dominanz des Englischen in der Gesellschaft durch LL-Studien empirisch überprüft werden.

Ein Beispiel für die Anwendung von Kenntnissen semiotischer Landschaften für politische oder gesellschaftliche Diskussionen wird von Badstübner-Kizik/Janíková (2018: 8–10) erläutert. Hier erfolgte über die LL eine Sensibilisierung für die HIV-Aufklärung – eine LL-Analyse bzw. der Einsatz von Strategien zum Gebrauch der LL kann also konkret zur politischen Bildung beitragen. Auf ähnliche Weise kann die Analyse von politischen Plakaten etc. nicht nur für Bildungszwecke, sondern auch als Grundlage für die Erstellung eigener Wahlplakate o. ä. genutzt werden.



Auch hier geht es im Kern um die Frage: Was ist im Sinne der Aufmerksamkeit für eine bestimmte Botschaft ein ‚gutes‘ Zeichen? Eine Sensibilisierung für eine klare Ansprache durch LL-Studien kann in Zusammenarbeit mit z. B. Stadtplanung und politischer Bildung erreichen, dass Studierende mit offenen Augen durch die Welt gehen. Die sich in der LL spiegelnden politischen Verhältnisse können somit auch jenseits reiner sprachpolitischer und -ideologischer Debatten in politischen und gesellschaftlichen Kontexten eingesetzt werden. Hier können strukturelle Benachteiligungen bestimmter Bevölkerungsgruppen diskutiert werden, aber auch die Manipulation durch Werbung. Dies kann zur Diskursfähigkeit der Studierenden und damit – idealistisch betrachtet – zur Überwindung ihrer übermäßigen Beeinflussung durch Werbung oder durch politische Darstellungen eingesetzt werden.

#### 4.6 Technische Aspekte

Als letzter Punkt soll nun noch ein Bereich genannt werden, der gerade im philologischen Studium oft eher zu kurz kommt, aber in vielen beruflichen Tätigkeiten zu den Schlüsselkompetenzen gehört: die Entwicklung eines sicheren Umganges mit technischen Fertigkeiten. Obwohl das Fotografieren durch Handykameras heute allgegenwärtig ist, stellt Gorter (2018) dar, wie erstaunlich es ist, wie schlecht Bilder (auch in LL-Studien) oft sind. Fototechnische Aspekte zu berücksichtigen bedeutet z. B. zu verstehen, was eine zur Veröffentlichung geeignete Abbildung ausmacht – hier geht es etwa um Kategorien wie Größe, Deutlichkeit, Perspektive oder auch das Vermeiden von Spiegelungen z. B. durch einen Blitz.

Zudem können LL-Studien dazu genutzt werden, technische Lösungen anhand von LL-Apps wie Lingscape (Purschke 2018) kennenzulernen und deren Anwendung zu trainieren. Auch wenn heutigen Schülern und Studierenden wohl kaum die Nutzung von Computeranwendungen an sich nahegebracht werden muss, geht ein sinnvoller Einsatz geeigneter Software über das hinaus, was von vielen Jugendlichen im Alltag gebraucht wird. Dazu gehören auch die Gestaltung von Webseiten und Apps und das Verfassen zugehöriger Texte sowie andere Tätigkeiten mit Auswirkungen auf virtuelle Räume. Mit geeigneter Software können Plakate, Webseiten oder Broschüren gestaltet werden. Wichtig sind hier nicht nur Überlegungen über die verwendeten Sprachen und Symbole, sondern auch ihre

Anordnung (z. B. die Wahl der Stelle auf der Webseite, wo die Sprache gewechselt werden kann). Neben den technischen Fähigkeiten an sich ist auch in diesem Kontext wieder die Schulung von Medienkompetenz zu nennen – je kritischer die Betrachtung von Bildern und Symbolen erfolgt, desto leichter ist nicht zuletzt z. B. eine Entlarvung von Bildfälschungen möglich.

## 5 Fazit

Der Beitrag hat gezeigt, auf welche Weise eine Beschäftigung mit dem Ansatz der Linguistic Landscapes Kompetenzen schulen kann, die für Absolvent(inn)en von germanistischen und anderen philologischen Studiengängen für mögliche berufliche Tätigkeiten von Bedeutung sind. Diese gehen über sprachwissenschaftliche bzw. philologische Fähigkeiten im engeren Sinne deutlich hinaus. Dazu gehören zum einen didaktische Kompetenzen, die sich nicht nur im Deutsch- bzw. sonstigen Mutter-, Zweit- und Fremdsprachunterricht, sondern auch in zahlreichen benachbarten Disziplinen einsetzen lassen. Diese didaktisch-methodischen Fähigkeiten, deren Kern in der Analyse, Systematisierung und zielgruppengerechten Aufbereitung von Inhalten besteht, bilden jedoch nur einen Aspekt.

Auch jenseits der philologischen und didaktischen Kerntätigkeiten sind LL-Kompetenzen für zahlreiche Branchen von Interesse. Wer einmal mit dem verschärften Fokus auf die Linguistic Landscapes durch eine Stadt gegangen ist oder einen virtuellen Raum betreten hat, sieht sprachlich mehr und differenzierter. Zu relevanten Berufsfeldern, für die eine LL-geschulte Wahrnehmung, Verarbeitung und Umsetzung von Bedeutung sind, gehören nicht nur Unterrichtstätigkeiten in verschiedenen Fächern, sondern verschiedene Bereiche in Schulen, Hochschulen, Museen oder Werbe- und Marketingtätigkeiten in Institutionen aller Art, Tourismusunternehmen und anderen Firmen, aber auch gesellschaftliche Tätigkeiten in Politik, Kulturarbeit, Integration u. ä. Der Kern der LL-Analyse besteht dabei in der Wahrnehmung des Vorhandenseins bzw. der Abwesenheit bestimmter Varietäten. Im Zusammenspiel mit multimodalen Praktiken im Sinne einer ‚critical literacy‘ lassen sich dann aber auch andere analytische Fähigkeiten fördern, die ihrerseits zur kreativen Gestaltung eingesetzt werden können. Dabei können gesellschaftliche Themen aller Art, die mit Sprache(n) und Symbolen zu tun haben, kritisch diskutiert werden.



Mit diesem Beitrag sollte zum einen hervorgehoben werden, welche Vorteile LL-Kenntnisse für den Deutschunterricht, also für angehende Lehrer(innen) und Dozent(inn)en an Schulen, Universitäten oder in privaten Unterrichtskontexten etc. mitbringen. Gleichzeitig wurden Einsatzmöglichkeiten des LL-Ansatzes nicht zuletzt im Marketing für Sprache(n) bzw. die deutsche Sprache aufgezeigt.

Aus der Vielfalt der Möglichkeiten, die der Ansatz bietet, resultiert, dass LL-Projekte am besten in interdisziplinärer Zusammenarbeit mit anderen Fachrichtungen – Kommunikationswissenschaften, Wirtschaft, Psychologie, Logistik, etc. – durchgeführt werden sollten. Mit Hilfe der Betreuung durch Experten unterschiedlicher Fachrichtungen wird den Studierenden gezeigt, wie und wo sie ihre Fachkenntnisse einsetzen können und wo noch Defizite herrschen.

Es muss nicht erwähnt werden, dass sich der Linguistic-Landscape-Ansatz natürlich auch in anderen Kontexten als einem germanistischen aneignen, ausprobieren und verinnerlichen lässt. So kann durch LL-Studien nicht zuletzt auch ein Bewusstsein für Mehrsprachigkeitsstrukturen entwickelt werden. Gerade das Deutsche scheint als Ausgangsbasis für eine Beschäftigung mit Sprache im öffentlichen Raum in vielen Regionen jedoch besonders geeignet zu sein – als Sprache, die zum einen eine wichtige europäische Sprache mit großer Verbreitung und Wirtschaftskraft ist, zum anderen aber auch außerhalb ihres Kerngebietes im Sinne des Spot-German-Ansatzes ausreichend Anschauungs- und Anwendungsmaterial bietet, dessen Analyse und Bearbeitung zu einer Vielzahl an Erkenntnissen über ungeahnte Verbindungen mit dem deutschsprachigen Raum führen kann.

## Literatur

Badstübner-Kizik, Camilla, 2018: „Historische Linguistic Landscapes im Film“. In: Badstübner-Kizik, Camilla / Janíková, Věra (Hrsg.): *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik. Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*. Peter Lang: Frankfurt a. M., 235–272. (Posener Beiträge zur Angewandten Linguistik 10).

Badstübner-Kizik, Camilla / Janíková, Věra, 2018: „Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik. Eine Einleitung“. In: Badstübner-Kizik, Camilla / Janíková, Věra (Hrsg.): *Linguistic Landscape und*

*Fremdsprachendidaktik. Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik.* Peter Lang: Frankfurt a. M., 7–19. (Posener Beiträge zur Angewandten Linguistik 10).

- Barni, Monica / Bagna, Carla, 2015: „The critical turn in LL. New methodologies and new items in LL“. *Linguistic Landscape* 1(1/2), 6–18.
- Berbner, Bastian, 2019: „Nicht in unserem Namen!“. *Die Zeit* 12/2019: <https://www.zeit.de/2019/12/strassenschilder-strassennamen-persoenlichkeiten-wuerdigung-paul-von-hindenburg> (eingesehen am 9.4.2019).
- Blell, Gabriele / Pfeiffer-Seelig, Susanna, 2018: „Edinburgh – city of Literature: Semiotic landscaping für schulisches und außerschulisches Lernen“. In: Badstübner-Kizik, Camilla / Janíková, Věra (Hrsg.): *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik. Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik.* Peter Lang: Frankfurt a. M., 55–84. (Posener Beiträge zur Angewandten Linguistik 10).
- Bolten, Jürgen, <sup>3</sup>2018: *Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation.* Vandenhoeck & Ruprecht: Göttingen.
- Brown, Kara D., 2012: „The linguistic landscape of educational spaces: Language revitalization and schools in southeastern Estonia“. In: Gorter, Durk / Marten, Heiko F. / Van Mensel, Luk (Hrsg.): *Minority languages in the linguistic landscape.* Palgrave Macmillan: Basingstoke, 281–298.
- Cenoz, Jasone / Gorter, Durk, 2008: „The linguistic landscape as an additional source of input in second language acquisition“. *IRAL – International Review of Applied Linguistics in Language Teaching* 46(3), 267–287.
- Darquennes, Jeroen, 2017: „Sprache im öffentlichen Raum – Perspektiven für den (Deutsch)Unterricht“. In: Marten, Heiko F. / Saagpakk, Maris (Hrsg.): *Linguistic Landscapes und Spot German an der Schnittstelle von Sprachwissenschaft und Deutschdidaktik.* Iudicium: München, 182–188.
- Ehrhardt, Claus / Marten, Heiko F., 2018: „Linguistic Landscapes – Sprachlandschaften. Ein einleitender Forschungsüberblick“. *Der Deutschunterricht* 4(2018), 2–11.
- Fišer, Zbyněk, 2018: „Textinterventionen in den öffentlichen Raum und ihre Interpretation. Theoretische und didaktische Überlegungen zu



- Linguistic-Landscape-Problematik*“. In: Badstübner-Kizik, Camilla / Janíková, Věra (Hrsg.): *Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*. Peter Lang: Frankfurt a. M., 201–234. (Posener Beiträge zur Angewandten Linguistik 10).
- Fritz, Thomas / Taşdemir, Dilek, 2018: „Linguistic Landscape Wien – Mehrsprachigkeit von unten“. In: Badstübner-Kizik, Camilla / Janíková, Věra (Hrsg.): *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik. Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*. Peter Lang: Frankfurt a. M., 325–347. (Posener Beiträge zur Angewandten Linguistik 10).
- Goethe-Institut. App „Deutsche Spuren“: <https://www.goethe.de/de/kul/mol/ser/spu.html> (eingesehen am 9.4.2019).
- Goethe-Institut Estland, 2018: *D-A-CH in meiner Umgebung*: <https://www.goethe.de/ins/ee/de/kul/sup/dmu.html> (eingesehen am 19.9.2018).
- Gorter, Durk, 2012: „Foreword. Signposts in the Linguistic Landscape“. In: Hélot, Christine / Barni, Monica / Jannsens, Rudi / Bagna, Carla (Hrsg.): *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*. Peter Lang: Frankfurt a. M., 9–12.
- Gorter, Durk, 2018: „Methods and techniques for linguistic landscape research: About definitions, core issues and technological innovations“. In: Pütz, Martin / Mundt, Neele (Hrsg.): *Expanding the Linguistic Landscape: Multilingualism, Language Policy and the Use of Space as a Semiotic Resource*. Multilingual Matters: Bristol, 38–57.
- Hancock, Andy, 2012: „Capturing the linguistic landscape of Edinburg: A pedagogical tool to investigate student teachers’ understandings of cultural and linguistic diversity“. In: Hélot, Christine / Barni, Monica / Jannsens, Rudi / Bagna, Carla (Hrsg.): *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*. Peter Lang: Frankfurt a. M., 249–266.
- Heimrath, Ralf, 2017: „Spot German in Malta – Spurensuche an allen Ecken und Enden“. In: Marten, Heiko F. / Saagpakk, Maris (Hrsg.): *Linguistic Landscapes und Spot German an der Schnittstelle von Sprachwissenschaft und Deutschdidaktik*. Iudicium: München, 19–42.
- Ivkovic, Dejan / Lotherington, Heather, 2009: „Multilingualism in cyberspace: Conceptualising the virtual linguistic landscape“. *International Journal of Multilingualism* 6(1), 17–36.

- Janíková, Věra, 2017: „Linguistic Landscapes als Forschungsgegenstand und didaktisches Potential“. In: Bergerová, Hana / Schiewer, Gesine Lenore / Schuppener, Georg (Hrsg.): *Aussiger Beiträge. Sprachwissenschaft und Fremdsprachendidaktik im Spannungsfeld interkultureller Vielfalt*. Acta Universitatis Purkynianae: Usti nad Labem, 123–140.
- Jentges, Sabine / Sars, Paul, 2018: „Ich sehe was, was du nicht siehst... Urbanes Raumerleben und Linguistic landscaping in und für deutsch-niederländische/n Schulaustauschprojekte/n“. In: Badstübner-Kizik, Camilla / Janíková, Věra (Hrsg.): *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik. Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*. Peter Lang: Frankfurt a. M., 21–54. (Posener Beiträge zur Angewandten Linguistik 10).
- Laihonen, Petteri / Szabó, Tamás Péter, 2017: „Investigating visual practices in educational settings: schoolsapes, language ideologies and organizational cultures“. In: Martin-Jones, Marilyn / Martin, Deirdre (Hrsg.): *Researching multilingualism: Critical and ethnographic approaches*. Routledge: London, 121–138.
- Lazdiņa, Sanita / Marten, Heiko F., 2017: „Internationalizing the Educational System in Latvia: Ideologies and Strategies of Mobility and Immobility Between Eastern and Western Europe“. Vortrag auf dem 9th Linguistic Landscapes International Workshop. Movement and Immobilities, Universität Luxemburg, 29.–31.3.2017.
- Lohaus, Stefanie, 2018: „Die Blumen von gestern“. *Die Zeit* 29.1.2018. <https://www.zeit.de/kultur/2018-01/alice-salomon-hochschule-gedicht-eugen-gomringer-frauenbild-10nach8> (eingesehen am 9.4.2019).
- Marten, Heiko F. / Saagpakk, Maris, 2017: „Linguistic Landscapes und Spot German an der Schnittstelle von Sprachwissenschaft und Deutschdidaktik. Einleitung“. In: Marten, Heiko F. / Saagpakk, Maris (Hrsg.): *Linguistic Landscapes und Spot German an der Schnittstelle von Sprachwissenschaft und Deutschdidaktik*. Iudicium: München, 7–18.
- Marten, Heiko F. / Lazdiņa, Sanita / Pošeiko, Solvita / Murinska, Sandra, 2012: „Between Old and New Killer Languages? Linguistic Transformation, Linguae Francae and Languages of Tourism in the Baltic States“. In: Hélot, Christine / Barni, Monica / Janssens, Rudi / Bagna, Carla (Hrsg.): *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*. Peter Lang: Frankfurt a. M., 289–308.



- Mauler, Sandra / Ortner, Heike / Pfeiffenberger, Ulrike (Hrsg.), 2017: *Medien und Glaubwürdigkeit. Interdisziplinäre Perspektiven auf neue Herausforderungen im medialen Diskurs*. Innsbruck University Press: Innsbruck.
- Pappenhagen, Ruth / Redder, Angelika / Scarvaglieri, Claudio, 2013: „Hamburgs mehrsprachige Praxis im öffentlichen Raum – sichtbar und hörbar“. In: Redder, Angelika / Pauli, Julia / Kießling, Roland (Hrsg.): *Mehrsprachige Kommunikation in der Stadt: Das Beispiel Hamburg*. Waxmann: Münster et al., 127–160.
- Pasewalck, Silke / Bender, Reet, 2017: „Beschriftung in drei Sprachen. Die Stadt als Palimpsest am Beispiel von Tartu / Dorpat / Jurjew“. In: Marten, Heiko F. / Saagpakk, Maris (Hrsg.): *Linguistic Landscapes und Spot German an der Schnittstelle von Sprachwissenschaft und Deutschdidaktik*. Iudicium: München, 74–101.
- Pasewalck, Silke / Neidlinger, Dieter, 2018: „Kulturelles Lernen in (historisch) plurikulturellen Regionen. Methodologische Überlegungen zur Arbeit mit Erinnerungsorten und Linguistic Landscapes am Beispiel des Baltikums“. In: Schiedermaier, Simone (Hrsg.): *Deutsch als Fremd- und Zweitsprache und Kulturwissenschaft. Zugänge zu sozialen Wirklichkeiten*. Iudicium: München, 47–68.
- Pavlenko, Aneta, 2017: „Iazykovye landshafty i drugie sotsiolingvisticheskie metody issledovaniia russkogo iazyka za rubezhom“. [Linguistic landscapes and other sociolinguistic methods in the study of Russian language abroad]. *Russian Journal of Linguistics* 21(3), 493–514.
- Purschke, Christoph, 2018: „Sprachliche Vielfalt entdecken mit der Landscape-App“. *Der Deutschunterricht* 4/2018, Linguistic Landscapes – Sprachlandschaften, 70–75.
- Saagpakk, Maris, 2018: „Deutsch(baltisch)e Sprachdenkmäler im öffentlichen Raum als Gegenstand des heutigen DaF-Unterrichts in Estland“. In: Badstübner-Kizik, Camilla / Janíková, Věra (Hrsg.): *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik. Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*. Peter Lang: Frankfurt a. M., 85–114. (Posener Beiträge zur Angewandten Linguistik 10).
- Saagpakk, Maris / Frick, Andine, 2020: „Die Erkundung der Linguistic Landscapes im Kontext von Deutsch als Fremdsprache am Beispiel des Projekts ‚DACH in meiner Umgebung‘“. In: Grub, Frank Thomas / Saagpakk, Maris (Hrsg.): *Landeskunde Nord 4*. Peter Lang: Frankfurt

- a. M., im Druck. (Nordeuropäische Studien zur Literatur, Sprache und Kultur 9).
- Savella, Timo, 2018: „The advantages and disadvantages of quantitative methods in schoolscape research“. *Linguistics and Education* 44, 31–44.
- Schiedermaier, Simone, 2015: „Überlegungen zur Kulturvermittlung im Fach Deutsch als Fremdsprache. Linguistic Landscapes und Erinnerungsorte“. In: Badstübner-Kizik, Camilla / Hille, Almut (Hrsg.): *Kulturelles Gedächtnis und Erinnerungsorte im hochschuldidaktischen Kontext. Perspektiven für das Fach Deutsch als Fremdsprache*. Peter Lang: Frankfurt a. M., 65–81.
- Schiedermaier, Simone, 2018: „Schrift in der Stadt. Öffentliche Sprachlandschaften als individuelle Lernlandschaften“. In: Badstübner-Kizik, Camilla / Janíková, Věra (Hrsg.): *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik. Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*. Peter Lang: Frankfurt a. M., 173–200. (Posener Beiträge zur Angewandten Linguistik 10).
- Schmitt, Holger, 2018: *Language in the Public Space. An introduction to the Linguistic Landscape*. Amazon.
- Shohamy, Elana, 2018: „Linguistic Landscape after a Decade. An Overview of Themes, Debates and Future Directions“. In: Pütz, Martin / Mundt, Neele (Hrsg.): *Expanding the Linguistic Landscape: Multilingualism, Language Policy and the Use of Space as a Semiotic Resource*. Multilingual Matters: Bristol, 25–37.
- Soler, Josep, 2019: „The multilingual landscape of higher education in the Baltic states: Exploring language policies and practices in the university space“. In: Lazdiņa, Sanita / Marten, Heiko F. (Hrsg.): *Multilingualism in the Baltic States. Societal discourses and contact phenomena*. Palgrave Macmillan: Basingstoke, 443–477.
- Sprachlernmotivationen im Baltikum*: <http://www.daad.lv/index.php/de/germanistikprojekte/sprachlernmotivationen-im-baltikum> (eingesehen am 9.4.2019).
- Szabó, Tamás Péter / Kajander, Kati / Alanen, Riikka / Laihonon, Petteri, 2018: „Zusammenarbeit über Sprachgrenzen hinweg: Sprachauffassungen von Lehrern in örtlich zusammengelegten Schulen mit Schwedisch und Finnisch als Unterrichtssprachen“. *Der Deutschunterricht* 4(2018), 53–59.



- Warnke, Ingo H., 2011: „Die Stadt als Kommunikationsraum und Linguistische Landschaft“. In: Hofmann, Wilhelm (Hrsg.): *Stadt als Erfahrungsraum der Politik. Beiträge zur kulturellen Konstruktion urbaner Politik*. Lit-Verlag: Münster, 343–364.
- Wiśniewska, Danuta, 2018: „Reading signs in the Linguistic Landscape“. In: Badstübner-Kizik, Camilla / Janíková, Věra (Hrsg.): *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik. Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*. Peter Lang: Frankfurt a. M., 115–136. (Posener Beiträge zur Angewandten Linguistik 10).
- Ziegler, Evelyn / Eickmans, Heinz / Schmitz, Ulrich / Uslucan, Haci-Halil / Gehne, David H. / Kurtenbach, Sebastian / Mühlen-Meyer, Tirza / Wachendorff, Irmi, 2018: *Metropolenzeichen: Atlas zur visuellen Mehrsprachigkeit der Metropole Ruhr*. Universitätsverlag Rhein-Ruhr: Duisburg.