

Französisch-Unterricht wird zum Lokaltermin

(jvg). Sie sind die wichtigsten Handelspartner: Im Jahr 2010 setzten Deutschland und Frankreich 152 Milliarden Euro um. Diese Zahlen und Fakten sind ein wichtiges Thema im Französischunterricht, der den Schülern die Wirtschaft des Nachbarlandes nahebringen soll.

Französische Produkte stehen nach Waren aus China und den Niederlanden auf Platz drei bei den deutschen Importen, während Frankreich wichtigstes Abnehmerland deutscher Erzeugnisse ist.

Französische Wirtschaft auf dem Stundenplan

Auch der Bildungsplan betont die Rolle Deutschlands und Frankreichs als wichtigste Wirtschaftspartner Europas. „Im Hinblick auf die Entwicklung der individuellen Mehrsprachigkeit kommt dem Erlernen der französischen Sprache eine ganz besondere Bedeutung zu“, heißt es hier etwa. Interkulturelles Lernen erhalte durch die Beschäf-

tigung mit der sozialen, politischen und wirtschaftlichen Realität Frankreichs eine neue Dimension. Nach der 10. Klasse am Gymnasium sollte so die interkulturelle Kompetenz erreicht werden, mit Franzosen zusammenzuarbeiten. Ein guter Ansatz, das etwas trockene Thema Wirtschaft im Unterricht zu vermitteln, ist der reale Bezug zur Arbeitswelt, die nach dem Abschluss auf die Schülerinnen und Schüler wartet.

Klein, aber fein

Airbus, L'Oréal, Michelin, Renault – nun wird es schon konkreter, denn wer kennt sie nicht, die großen Namen der französischen Wirtschaft? Doch 80 Prozent der deutsch-französischen Kooperationen finden gar nicht in den großen und bekannten, sondern in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU bzw. frz. PME) statt. Hier zählt das Bauchgefühl noch sehr viel bei der Bewerberauswahl. „In kleinen Unternehmen sind multifunktionale Stellen an der Tagesordnung“, hält die Internetseite Connexion Emploi fest, die primär im Dienstleistungssektor Jobangebote bereithält. Insbesondere Mitarbeiter für Controlling oder Personalabteilungen, aber auch Ingenieure werden gesucht, die beide Sprachen beherrschen. Handelsassistenten, Außendienstmitarbeiter oder Kaufmännisch-Technische Angestellte, Haushaltshilfen oder animateure – die Möglichkeiten für deutsche Bewerber mit Französischkenntnissen sind vielfältig.

Der Unterricht wird zum Lokaltermin

Das Deutsch-Französische Jugendwerk (DFJW) hilft bei der Suche nach Stellen auf dem deutsch-französischen Arbeitsmarkt. Mit Stipendien im Hochschulbereich oder Austauschmöglichkeiten zwischen berufsbildenden Schulen begleitet das DFJW die jungen Arbeitssuchenden vom Praktikum über die Ausbildung bis hin in den Job.

Ein Projekt des DFJW ist der „Entdeckungstag“, der um den deutsch-französischen Tag am 22. Januar herum in zahlreichen deutsch-französischen Unternehmen



Französisch im Beruf: Das DFJW organisiert auch Austauschprogramme für Azubis

Medientipp



„Commerce pro“ ist die neue praxisnahe Handelskorrespondenz für Lernende mit Vorkenntnissen (B1/B2). Das Buch ist in einer deutsch-französischen Firma an-gesiedelt und beleuchtet realitätsnah Situationen der schriftlichen und mündlichen Kommunikation. Das besondere Plus ist die beiliegende Multimedia-CD mit den Audios, Musterprüfungen und Formatvorlagen. Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.klett.de/lehrwerk/commerce-pro>.

Linktipps

www.francoallemmand.com	www.dfjw.org
www.botschaft-frankreich.de	www.zav.de
www.connexion-emploi.com	www.fplustd.org

angeboten wird. Schüler ab der 7. Klasse erhalten Einblick in die bilinguale Arbeitswelt, können mit Mitarbeitern Gespräche führen und lernen die Unternehmen in ihrer Region kennen. Knapp 3400 Schülerinnen und Schüler aus Deutschland und Frankreich, meist Zehntklässler, nahmen im Jahr 2011 an diesem Entdeckungstag teil und besuchten 145 Unternehmen. Englisch wird inzwischen bei jedem Bewerber vorausgesetzt. Dieses Projekt soll Mut vermitteln, Französisch zu sprechen. Simon Hilig vom Peter-Petersen-Gymnasium in Mannheim wurde beim Besuch der Juwi Holding AG deutlich, „wie wichtig Französischkenntnisse im Berufsleben sind und wie viel Spaß es macht, die französische Sprache zu lernen und dann auch anwenden zu können.“ Und Pierre Schwarz, Exportleiter bei der Cemafer Gleisbaumaschinen und -geräte GmbH, betont: „Dabei ist es nicht mal so wichtig, die Sprache reibungslos zu beherrschen. Entscheidender ist, sich mündlich verständigen zu können.“

Es lohnt sich auch ein Blick auf die Ausschreibung „Deutsch-französisches Schulprojekte-Netzwerk“. Hier fördert das Jugendwerk gemeinsame Projekte von Schulklassen und -gruppen in Deutschland und Frankreich. Der fächerübergreifende, interkulturelle und innovative Charakter dieser Austauschprojekte steht dabei im Vordergrund.

Für den deutsch-französischen Arbeitsmarkt

Die Deutsch-Französische Industrie- und Handelskammer (AHK) fördert die nachbarschaftlichen Wirtschaftsbeziehungen seit 1955 und vermittelt zwischen den Unternehmen in den beiden Ländern. Mit Publikationen,

diversen Dienstleistungen wie Marketing oder Aus- und Weiterbildung, mit Veranstaltungen und verschiedenen Arbeitsgruppen unterstützt die AHK ihre Mitglieder auf beiden Seiten des Rheins, bietet aber auch Privatpersonen ein Portal für ihre Stellensuche.

Catherine Cotting, Leiterin Arbeitsmarkt bei der AHK, beschreibt die Schwierigkeiten der deutschen Firmen in Frankreich, zweisprachiges Personal zu finden: „Die Vorteile der deutschen Absolventen sind unbestreitbar die Sprachkenntnisse und darüber hinaus natürlich auch die Kenntnisse der deutschen Kultur. Ihre Rolle in deutsch-französischen Firmen ist es, als Schnittstelle zwischen der Muttergesellschaft und der Filiale zu agieren.“ Zentrale Sorge der Unternehmen bleibe die Motivation vor allem der Jugendlichen: „Viele Personalvermittler sind der Meinung, dass es hauptsächlich deren unangepasstes Verhalten ist, das zu Problemen bei der Integration in das Unternehmen führen kann.“ Kompetenzen und persönliche Qualifikationen seien auch hier vorrangige Auswahlkriterien bei den Bewerbungen, ebenso wie Berufserfahrung.

Französisch in der Schule am einfachsten

Frank Löhr hat es geschafft: Knapp zwei Jahre lang arbeitete er als Projektmanager bei ViaMichelin in Boulogne-Billancourt, bevor er 2008 wieder nach Deutschland wechselte. „Das Unternehmen suchte gezielt Mitarbeiter für einen deutschen Kunden, der Automobil- und Projekterfahrung hat“, berichtet er. „Als Deutscher genießt man in Frankreich den Ruf, sehr gut ausgebildet, gut organisiert und effizient zu sein.“ So habe er sich im Job immer geschätzt gefühlt. Seine Französisch-Kenntnisse waren damals auf einem, wie er zugibt, eher niedrigen Schulniveau. „Daher war es in größeren Besprechungen anfangs sehr anstrengend.“ So sei er aber sehr motiviert gewesen, seine Sprachkenntnisse aufzubessern und habe die täglichen Metro-Fahrten zum Arbeitsplatz zum Lernen genutzt. Im Nachhinein sieht Löhr ein: „Am einfachsten ist es, in der Schule Fremdsprachen zu lernen. Nirgends bekommt man hinterher so viel Zeit wie dort, eine Sprache einfach und intensiv zu erlernen.“ <<

Kompakt

Französische Wirtschaft im Unterricht – das an sich erst mal trockene Thema stellt durch anschauliche Beispiele aus der Praxis den direkten Bezug zum Schüler her und stärkt die interkulturelle Kompetenz.