

Deutsch als Fremdsprache im Tourismus: Empirische Untersuchungen zur Kommunikation in der Tourismusbranche *

Dr. Doğu Atas 
Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi
Yabancı Diller Eğitimi Bölümü
doguatas83@gmail.com

Prof. Dr. Ayten Genç 
Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi
Yabancı Diller Eğitimi Bölümü
dogu@hacettepe.edu.tr

Zusammenfassung

Die vorliegende Studie definiert diejenigen Sprechintentionen, die zwischen deutschsprachigen Touristen und türkischen Beschäftigten in der Tourismusbranche wie Kellner, Kundenbeziehungsmanager, Rezeptionist und Animator vielfach vorkommen. Ein Teil der Daten für die Untersuchung wurde im Rahmen einer qualitativen Forschungsarbeit mittels teilstandardisierten Interviews und schriftlicher Befragung mit offenen Fragen erhoben, ein weiterer Teil Anhand einer quantitativen Forschungsarbeit mittels schriftlicher Befragung mit Fragebogen. Die offenen Fragen wurden den deutschsprachigen Personen gestellt, die mindestens einmal ihre Ferien als Tourist in der Türkei verbrachten. Dagegen wurden die Fragebogenstudie und die Interviews mit türkischen Mitarbeitern im Tourismusbereich durchgeführt. Die erhobenen Daten aus den Interviews und der offenen Fragen wurden mittels qualitativer Inhaltsanalyse ausgewertet. Im Vergleich dazu wurde die deskriptive Statistik zur Auswertung der Fragebogenstudie herangezogen. Die erfassten Sprechintentionen können für die Entwicklung eines tourismusbezogenen DaF-Lehrwerks (Deutsch als Fremdsprache) verwendet werden, das insbesondere den Bedürfnissen der türkischen Adressatengruppe entspricht.

Schlüsselwörter: Tourismusausbildung, Deutsch als Fremdsprache im Tourismus, Berufssprache, Sprechintentionen.

Turizm Alanında İletişime Dayalı Deneysel Bir Araştırma: Yabancı Dil Olarak Almanca

Öz

Bu çalışma, Türkiye'deki turizm alanında garson, halkla ilişkiler personeli, resepsiyonist ve animatör olarak çalışan personel ile Almanca konuşan turistler arasında sıkça kullanılan konuşma amaçlarını bilimsel olarak tespit etmeyi hedeflemektedir. Araştırmanın nitel verileri, yarı yapılandırılmış görüşme yoluyla ve yazılı formla açık uçlu sorular yöneltilerek toplanmıştır. Bu araştırmalarda elde edilen veriler nitel içerik analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir. Araştırmanın nicel verileri ise, anket çalışmasıyla elde

* Die vorliegende Arbeit ist ein Teil der Dissertation des Erstautors. Betreuerin der Dissertation Prof. Dr. Ayten Genç. "Eine Studie zur Erstellung eines tourismusbezogenen DaF-Lehrwerks für die Türkei". Phil. Dissertation.

edilmiştir ve betimsel istatistik yöntemi ile değerlendirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme ve anket çalışması Türkiye'deki turizm sektöründe çalışan Türk personel ile yapılmıştır. Yazılı formla yöneltilen açık uçlu sorular ise Almanca konuşan turistler tarafından cevaplanmıştır. Bu araştırmada tespit edilen konuşma amaçları, Turizm eğitimi alan Türk öğrencilerine yönelik Almanca ders kitaplarının hazırlanmasında kullanılabilir.

Anahtar Kelimeler: Turizm eğitimi, turizmde yabancı dil olarak Almanca, mesleki dil, konuşma amaçları.

An Empirical Study on Communication in Tourism Industry: German as a Foreign Language (GFL)

Abstract

The aim of this study is to identify common speech intentions that occur between German-speaking tourists and Turkish staff in the tourism industry such as waiter / waitress, public relations manager, receptionists and animators. The qualitative data in this study is gathered via semi-structured interviews and open-ended written questions and were analyzed by using content analysis. On the other hand, the quantitative data comes from survey and was analyzed by using descriptive statistics method. While survey and semi-structured interviews were conducted with Turkish staff in the tourism industry, German-speaking tourists participated in open-ended written questions. Arguably, the identified speech intentions in this study could be used for designing GFL course books for Turkish students studying tourism degree.

Keywords: Tourism education, German as a foreign language in tourism industry, professional language, speech intentions.

EINLEITUNG

In den letzten Jahrzehnten hat sich die Wirtschaft enorm entwickelt und der Wohlstand weltweit zugenommen. Insbesondere der Dienstleistungsbereich profitiert überproportional davon, darunter auch der Tourismus. Die verschiedenen Urlaubsdestinationen stehen im Wettbewerb zueinander, und jeder Staat versucht möglichst viele Touristen anzuziehen. Die gängigen Marketingstrategien konzentrieren sich vor allem darauf, einen finanziell günstigen Urlaub zu bieten, einen bestimmten Lifestyle zu vertreten oder den Urlaubern die Zeit, die sie am Urlaubsort verbringen, so angenehm wie möglich zu gestalten. Eine Voraussetzung für das Wohlbefinden der Touristen ist deren Verständigung in der gewohnten Sprache. Dazu sind in erster Linie gute Fremdsprachenkenntnisse der in der Tourismusbranche Beschäftigten notwendig. Die Touristen können dadurch besser betreut und mögliche Missverständnisse bzw. Kommunikationsstörungen verhindert werden (vgl. Braun 1991: 193). Die Beschäftigten in der Tourismusbranche sind immer wieder mit gleichen Situationen konfrontiert, die sie bewältigen müssen. Linguistische Analysen authentischen Interaktionsverhaltens beruhen auf der Annahme, dass für die Bewältigung wiederkehrender kommunikativer Situationen erprobte Lösungsmuster verfügbar sind (vgl. Reuter 2011: 6). Im Rahmen der Pragmalinguistik bzw. der Sprechakttheorie werden erprobte Lösungsmuster/Sprechabsichten erforscht und analysiert. Sprechakte sind die kleinsten Einheiten, die aus einer gesamten Situation verstanden werden. Ein Sprechakt umfasst eine Sprechabsicht, die sprachliche Realisierung dieser Absicht und die zu erreichende Wirkung dieser Äußerung auf den Hörer. Die Sprechabsicht ist ein zentraler Teil des Sprechakts. Sie ist die Bereitschaft und Neigung des Sprechers, sich dem Adressaten mitzuteilen und verständlich zu machen und in der gegebenen Situation Verhaltensänderungen, Einstellungen, Informationen usw. auszulösen. Zur Realisierung einer Sprechabsicht dienen die Redemittel als sprachliche Mittel. (vgl. Chababy 2009: 96; Piepho 1974: 134).

Für den Fremdsprachenunterricht bedeutet dieses Verständnis von Sprache einen neue Reihenfolgen von Übungen und Lerneinheiten, bei denen die Fähigkeit, sich in bestimmten Situationen mitteilen zu können, wichtiger ist als linguistische Ziele (vgl. Neuner und Hunfeld 1993: 152).

Das Ziel dieser Arbeit liegt darin, diejenigen Sprechabsichten (erprobte Lösungsmuster) zu benennen, die zwischen deutschsprachigen Touristen und türkischen Mitarbeitern in der Tourismusbranche auftreten, um durch das Trainieren eben dieser Sprechintentionen die Beschäftigten bzw. angehenden Beschäftigten gezielt auf ihre berufliche Situation vorbereiten.

FORSCHUNGSMETHODE

Der vorliegenden Studie liegt ein Mixed-Methods-Forschungsdesign zu Grunde. Dabei werden qualitative und quantitative Methoden miteinander verbunden. Es „handelt sich also um eine Forschung, in der die Forschenden im Rahmen von ein- oder mehrphasig angelegten Designs sowohl qualitative als auch quantitative Daten sammeln“ (Kuckartz 2014: 33). Zunächst wurden ausgewählte Lehrmaterialien nach den Kriterien von Buhlmann und Fearn (2000) analysiert. Die Ergebnisse dienten als Grundlage für die anschließende Fragebogenstudie. Bei der qualitativen Datenerhebungsmethode wurden sowohl qualitative Interviews als auch schriftliche Befragung mit offenen Fragen eingesetzt. Die einzelnen Schritte werden in der Abbildung 1 dargestellt:

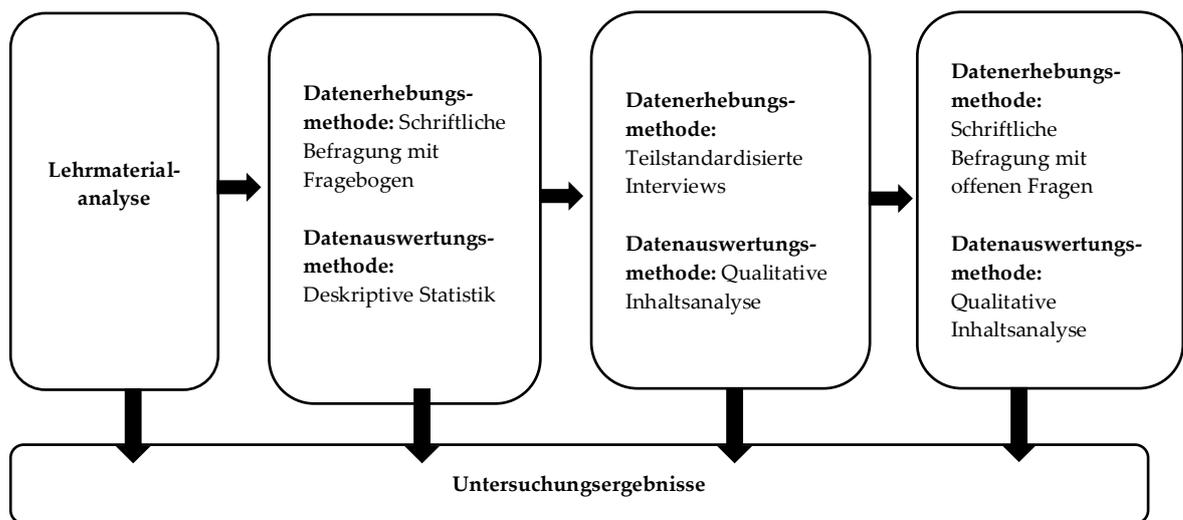


Abbildung 1. Forschungsdesign der Studie

Das Ziel dieser Untersuchung war, möglichst viele Daten aus unterschiedlichen Quellen zu analysieren und miteinander zu vergleichen, um die häufigsten Sprechintentionen zu identifizieren, die zwischen den türkischen Hotelmitarbeitern und den deutschsprachigen Touristen verfolgt werden.

Lehrmaterialanalyse

In der Studie wurden zunächst die überregionalen Lehrwerke „Zimmer frei: Deutsch im Hotel – Aktuelle Ausgabe“ von Ulrike Cohen und Nicoletta Grandi (2012) und „Herzlich willkommen: Deutsch in Restaurant und Tourismus – Aktuelle Ausgabe“ von Ulrike Cohen und Nicoletta Grandi (2012) und das regionale Lehrbuch „Deutsch im Tourismus: Ein Lehrbuch mit Übungen für Anfänger“ von Vedat Martin İnce (2011) nach den Analyse Kriterien für Fachsprachenlehrwerke von Buhlmann und Fearn (2000) untersucht. Sie wurden nach folgenden Kriterien analysiert: *Ansatz, Fachlicher Spezialisierungsgrad, Angabe der Adressaten, Lernziele, Progression, Vermittlungssprache, Lerninhalte/Übungsmaterial, methodisch-didaktisches Konzept* und *Hinweise für Benutzung*. Dabei liegt das Ziel dieser Untersuchung auf der Feststellung der Sprechabsichten, die zwischen den Kommunikationspartnern (Hotelmitarbeitern und Gästen) vorkommen. Die Lehrwerkanalyse ermittelte kongruente Sprechabsichten, die in allen drei untersuchten Lehrmaterialien vorkommen. Die folgende Tabelle zeigt die festgestellten Sprechabsichten aus den untersuchten Lehrmaterialien mit Angabe der Seitennummer. Diese Sprechintentionen (siehe Tabelle 1) kommen entweder in allen drei erwähnten Lehrmaterialien vor oder sie erscheinen mindestens in zwei der drei untersuchten Lehrmaterialien. Sie kommen größtenteils mit unterschiedlichen Themenüberschriften in den untersuchten Lehrwerken oder im untersuchten Lehrbuch vor. In solchen Fällen werden für die kongruenten Sprechabsichten entweder neue Themenüberschriften erdacht oder die Themenüberschriften des Lehrwerks „Zimmer frei – Aktuelle Ausgabe“ werden übernommen.

Tabelle 1: Sprechabsichten aus den untersuchten Lehrmaterialien

	<i>Die Sprechabsichten aus den untersuchten Lehrmaterialien</i>	<i>Zimmer frei – Aktuelle Ausgabe</i>	<i>Herzlich willkommen – Aktuelle Ausgabe</i>	<i>Deutsch im Tourismus</i>
1	<i>Gäste empfangen</i>	S. 8	S. 11	S. 2
2	<i>Gäste begrüßen</i>	S. 9	S. 11	S. 2
3	<i>Vermittlung von Unterkünften (Zimmerkategorien, Zimmerpreise)</i>	S. 19	S. 74	S. 36
4	<i>Hotel empfehlen und reservieren bei Weiterreise</i>	S. 29	S. 86	S. 46
5	<i>Reservierungen für das Hotelrestaurant entgegennehmen</i>	S. 43	S. 10	S. 64
6	<i>Bestellungen entgegennehmen (Essen, Getränke)</i>	S. 44	S. 38	S. 68
7	<i>Auf Wünsche und Reklamationen reagieren</i>	S. 50	S. 48	S. 78
8	<i>Wege beschreiben</i>	S. 71	S. 71	S. 100
9	<i>Die Rechnung erklären</i>	S. 78	S. 57	S. 110
10	<i>Bezahlung entgegennehmen</i>	S. 79	S. 55	S. 113
11	<i>Gäste verabschieden (Check-out)</i>	S. 81	S. 59	S. 117
12	<i>Fragen und nachfragen (Nach dem Namen fragen und buchstabieren)</i>	S. 10	-	S. 2
13	<i>Anmeldungen entgegennehmen (Check-in)</i>	S. 11	-	S. 12
14	<i>Aufs Zimmer bringen</i>	S. 13	-	S. 28
15	<i>Zimmerbesichtigung</i>	S. 18	-	S. 28
16	<i>Ins Zimmer einweisen</i>	S. 49	-	S. 28
17	<i>Bestellungen für das Frühstück aufnehmen</i>	S. 22	-	S. 38
18	<i>Schriftliche Zimmerreservierungen beantworten</i>	S. 30	-	S. 50
19	<i>Reservierungen per Fax oder E-Mail bestätigen</i>	S. 33	-	S. 49
20	<i>Auskunft über die Orte im Hotel und in der Hotelumgebung geben</i>	S. 42	-	S. 59
21	<i>Die Uhrzeit nennen</i>	S. 38	-	S. 51
22	<i>Öffnungszeiten nennen</i>	S. 39	-	S. 53
23	<i>Mitteilungen entgegennehmen und Nachrichten übergeben</i>	S. 52	-	S. 82
24	<i>Einen Mietwagen besorgen bzw. ein Auto vermieten</i>	S. 54	-	S. 84
25	<i>Essen aufs Zimmer bringen (Zimmerservice)</i>	S. 58	-	S. 73
26	<i>Die Zufriedenheit der Gäste (die Meinungen über das Hotel) erfragen</i>	S. 80	-	S. 117
27	<i>Sehenswürdigkeiten empfehlen</i>	S. 70	S. 65	-
28	<i>Lokale Hinweise geben</i>	S. 72	S. 69	-
29	<i>Gerichte erklären und empfehlen</i>	-	S. 21	S. 74

Aus der obigen Tabelle wird ersichtlich, dass die ersten elf Sprechabsichten sowohl in den beiden untersuchten Lehrwerken als auch in dem untersuchten Lehrbuch vorkommen. In allen drei untersuchten Lehrmaterialien werden fachliche und inhaltliche Vorkenntnisse vorausgesetzt. Mit den Lehrmaterialien werden nur die erforderlichen Kompetenzen für die Kommunikation vermittelt.

In den untersuchten überregionalen Lehrwerken „Zimmer frei – Aktuelle Ausgabe“ und „Herzlich willkommen – Aktuelle Ausgabe“ spielen Hörtexte (Dialoge) eine wichtige Rolle. Hier stehen die Fertigkeiten Hören und Sprechen im Mittelpunkt des Trainings. Im Vergleich dazu hat das untersuchte regionale Lehrbuch „Deutsch im Tourismus“ keinerlei

Aktivitäten für das Hörverstehen. Auch die Sprechfertigkeit wird nicht so intensiv trainiert wie die Fertigkeiten Lesen und Schreiben. Des Weiteren stellte sich bei der Analyse des Lehrbuchs heraus, dass die Wortschatzarbeit und die deutsche Grammatik eine wichtige Rolle spielen.

Zielgruppenbeschreibung

Die Fragebogenstudie wurde im Jahr 2013 mit 100 Beschäftigten in der Tourismusbranche durchgeführt. Für die Untersuchung wurden Personen ausgesucht, die mit deutschsprachigen Touristen in Interaktion stehen. 3 Personen sind zum Zeitpunkt der Befragung 16-17 Jahre alt, 6 Personen haben ein Alter von 18 bis 19 Jahren. 25 Personen sind in der Altersgruppe 20 bis 24 Jahre und die restlichen Personen sind älter als 25 Jahre. 21% der Befragten arbeiten in Ankara. Mehr als drei Viertel der befragten Personen sind in der Stadt Antalya tätig (77%). Jeweils 1% der Befragten arbeitet in den Städten Aydın und Muğla. Der größte Anteil der Teilnehmer (27%) arbeitet als Kellner in einem Hotel. Die zweitgrößte Gruppe (25%) stellen die Rezeptionisten dar. Der Beruf Animateur ist mit 11 Prozent vertreten. Des Weiteren sind 7% der Befragten im Bereich Kundenbeziehungsmanagement. An der Umfrage haben auch Hotelmitarbeiter teilgenommen, die als Barman (6%) arbeiten. Darüber hinaus arbeiten 5% der Befragten im Bereich Housekeeping, 2% der Befragten als Touristenführer, und weitere 2% der Befragten sind als Generaldirektoren in einem Hotel tätig. 15% der Befragten haben angekreuzt, dass sie in einem anderen Beruf tätig sind, jedoch teilten sie nicht mit, in welchem Beruf sie arbeiten.

Die Interviews wurden im Jahr 2013 mit siebzehn Experten durchgeführt, die in unterschiedlichen Bereichen der Tourismusbranche tätig sind. Experten aus folgenden Berufsgruppen wurden interviewt: Rezeptionisten, Kellner, Kundenbeziehungsmanager, Animateurs, Barkeeper, Hoteldirektoren, Reisebüroleiter, eine Betriebsleiterin, ein Wirtschaftsdirektor.

Die offenen Fragen wurden deutschsprachigen Touristen in Antalya (Türkei) und Linz (Österreich) im Jahr 2013 in schriftlicher Form gestellt. Für die Untersuchung stellten sich 22 Touristen zur Verfügung. Die Inhaltsanalyse zeigte, dass die schriftliche Befragung von zwanzig Teilnehmern für die Analyse aussagekräftig war. Daher wurden diese Antworten untersucht.

Datenerhebung

Fragebogenstudie: Die quantitative Datenerhebung erfolgt in Form eines Fragebogens. Der Fragebogen wurde vor der eigentlichen Hauptuntersuchung getestet, um festzustellen, ob die Fragen verständlich und eindeutig sind. In der Pilotstudie füllten insgesamt 25 Hotelmitarbeiter den Fragebogen aus. Die Pilotstudie wurde in Antalya durchgeführt, die die von deutschsprachigen Touristen bevorzugte Stadt der Türkei ist. Nach der Pilotstudie wurde nur eine Frage neu formuliert, um genauere Angaben zu erhalten. Der endgültige Fragebogen besteht aus folgenden Teilen:

- Die Fragen 1 bis 3 erfassen personenbezogene Daten: Alter, Arbeitsort, Beruf.
- Frage 4 erfasst die Sprachkenntnisse der Befragten, d.h. welche Sprache oder Sprachen neben Deutsch gesprochen werden.
- Frage 5 (5.1 bis 5.12) erfasst die Sprechintentionen, die Hotelmitarbeiter mit den deutschsprachigen Touristen am meisten sprechen.

- Frage 6 (6.1 bis 6.12) erfasst die Sprechabsichten, in denen die meisten Kommunikationsstörungen zwischen dem Personal und den deutschsprachigen Touristen auftreten.

Die Studie wurde mit 100 Mitarbeitern in der Tourismusbranche durchgeführt. Hier ist zu erwähnen, dass alle Fragen auf Türkisch formuliert wurden, da die Probanden türkische Muttersprachler waren. Die Frage 5 (5.1 bis 5.11) und die Frage 6 (6.1 bis 6.11) wurden nach dem Likert-Modell erstellt.

Die quantitativen Daten aus der Fragebogenstudie wurden für SPSS 20 (Statistical Package for the Social Sciences) aufbereitet, deskriptiv ausgewertet und graphisch präsentiert. Zur Messung der Reliabilität der Fragebogenstudie wurde die Split-Half-Methode verwendet. Bei der Split-Half-Methode wird „das Instrument in zwei Hälften gespalten. Es entstehen demnach zwei Instrumente mit jeweils der Hälfte der Items. Die Reliabilität lässt sich aus der Korrelation der beiden Testhälften und der ‘Spearman-Brown-Formel’ schätzen“ (Ghanbari 2011: 28). Die Items der Fragebogenstudie wurden (5.1 – 5.11 und 6.1 – 6.11) in zwei Hälften geteilt, um den Cronbach-Alpha-Wert für die beiden Teile einzeln zu berechnen. Der erste Teil besteht aus den Fragen 5.1 – 5.11 und der zweite Teil aus den Fragen 6.1 – 6.11. Bei den Messungen wurden folgende Cronbach-Alpha-Werte berechnet: Der erste Teil hat einen Cronbach-Alpha-Wert von 0,795 und der zweite einen Cronbach-Alpha-Wert von 0,792. Der Wertebereich von Cronbach’s Alpha liegt „zwischen Null und Eins, wobei ein hoher Wert auf eine hohe Reliabilität hinweist“ (Drengner 2008: 183). Hiermit liegen sie über dem Mindestwert von 0,7 und die beiden Messungen gelten damit als reliabel.

Teilstandardisierte Interviews: Qualitative Interviews, sowohl teilstandardisierte als auch offene Interviews, sind in der Sozialforschung sehr verbreitet. Sie spielen in ethnographischen, auf teilnehmender Beobachtung basierenden Forschungsprojekten eine wichtige Rolle (vgl. Hopf 2013: 349-350). In teilstandardisierten Interviews orientieren sich die Forscher an einem „Interview-Leitfaden, der jedoch viele Spielräume in den Frageformulierungen, Nachfragestrategien und in der Abfolge der Fragen eröffnet“ (Hopf 2013: 351). Bei den durchgeführten Interviews dienten Fragen aus der Fragebogenuntersuchung als Leitfaden. Qualitative Interviews werden genutzt, um Expertenwissen über das jeweilige Forschungsfeld zu ermitteln. Außerdem dienen sie zur Erfassung und Analyse der subjektiven Perspektive der Beobachteten (vgl. Hopf 2013: 350; Bortz und Döring 1995: 283). In der vorliegenden Studie wurden teilstandardisierte Interviews durchgeführt, um bestimmte Informationen bzw. Expertenwissen über das Forschungsfeld Tourismus zu erlangen. Die Interviewpartner werden als Experten bezeichnet, da sie ein hohes Maß an Wissen über die Tourismusbranche verfügen. Die „Experten sind Menschen, die ein besonderes Wissen über soziale Sachverhalte besitzen, und Experteninterviews sind eine Methode, dieses Wissen zu erschließen“ (Gläser und Landel 2004: 10). Die Interviews wurden mit Einverständnis der Gesprächspartner digital aufgezeichnet und anschließend wortwörtlich transkribiert. Die einzelnen Interviews dauern zwischen 5 und 25 Minuten und die Interviewsprache war Türkisch. Als Notationszeichen wurden in Anlehnung an das Transkriptionsformat von Richards (2003: 81-82) verwendet:

- erweiterte Silben beim Gespräch werden mit Doppelpunkt „ : “ transkribiert.
- die Gleichzeitigkeit des Sprechens wird mit eckigen Klammern „ [] “ dargestellt.
- Betonung erfolgt durch Unterstreichungen „ ___ “

Ziel der Transkription war, die geäußerten Wortfolgen und deren lautliche Gestaltung wie Tonhöhe und Lautstärke möglichst genau auf dem Papier mit den Transkriptionszeichen darzustellen, sodass die Besonderheiten der durchgeführten Gespräche sichtbar werden (vgl. Kowal und O'Connell 2013: 438). Die Transkriptionsabschnitte wurden ins Deutsche übersetzt.

Die Datenauswertung und -darstellung der Experteninterviews erfolgte durch die NVivo 8 Software. Die Auswertung des umfangreichen Datenmaterials erfolgte mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Mayring (2013). Die Interviews wurden mehrmals durchgelesen, um die Daten auf jene Information zu reduzieren, die für die Analyse wichtig sind. Danach wurden sie entsprechend der Berufsgruppen kategorisiert. In einem weiteren Arbeitsschritt wurden die Daten in Subkategorien eingeteilt. Die Kategorien wurden nach der Auswertung von acht Interviews (etwa 47%) überarbeitet. Die Analyse ermittelte zahlreiche Sprechintentionen, die zwischen türkischen Beschäftigten im Tourismusbereich und deutschsprachigen Touristen auftreten.

Schriftliche Befragung mit offenen Fragen: Eine weitere, in dieser Arbeit angewandte Datenerhebungsmethode ist die schriftliche Befragung mit offenen Fragen. Folgende zwei Fragen wurden gestellt:

Frage 1: Notieren Sie die wichtigsten Sprechabsichten, die zwischen Ihnen und türkischen Hotelmitarbeitern aufgetreten sind! Frage 2: Haben Sie Kommunikationsstörungen mit den Mitarbeitern des Hotels erlebt? Wenn ja, was waren die wichtigsten Kommunikationsstörungen?

Bei Frage 1 sollten die deutschsprachigen Touristen ihre wichtigsten Sprechintentionen notieren, die sie mit türkischen Hotelmitarbeitern führten. Die Frage 2 sollten die Teilnehmer beantworten, sofern sie Kommunikationsprobleme mit dem Personal hatten. Das Datenmaterial wurde zunächst mit NVivo 8 kodiert und anschließend wurden mittels qualitativer Inhaltsanalyse induktive Kategorien gebildet. Die Gesprächsinhalte wurden je nach Sprechabsicht in bestimmte Kategorien eingeordnet.

DATENAUSWERTUNG

Datenauswertung der Fragebögen

Mit der Frage „Welche Fremdsprachen außer Deutsch sprechen Sie?“ wurde erfasst, welche Sprache oder Sprachen die Befragungsteilnehmer außer Deutsch noch sprechen. Bei dieser Frage war mehrfaches Ankreuzen möglich. Die überwiegende Mehrheit (75%) der Befragten spricht neben Deutsch auch Englisch. An zweiter Stelle kommt Russisch (11,21%), gefolgt von Französisch (6,03%), Niederländisch (2,59%) und Norwegisch (1,72%). Andere Sprachen wie Dänisch, Schwedisch, Arabisch und Italienisch liegen unter 1%.

Frage 5 (5.1-5.11): Nennen Sie die Sprechabsichten, die in dem Hotel, in dem Sie tätig sind, am häufigsten vorkommen?

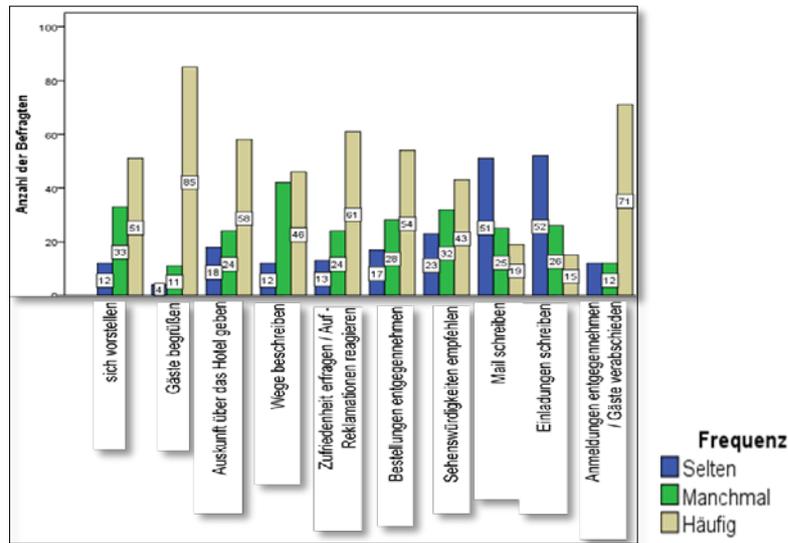


Abbildung 2. Befragung der Sprechabsichten

Zur Sprechintention *Gäste begrüßen* äußerten sich alle Befragungsteilnehmer (100 Hotelmitarbeiter). Nur 4% der befragten Personen stimmten der Aussage mit „selten“ zu, 11% stimmten mit „manchmal“ und 85% stimmten mit „häufig“ zu. Die Sprechabsichten *Anmeldungen entgegennehmen / Gäste verabschieden* kommen oft zwischen den Kommunikationspartnern (Rezeptionisten und Touristen) vor. Hinsichtlich der soeben erwähnten Aussage geben 95 Personen eine Antwort. Nur 13% der Befragten stimmten der Aussage mit „selten“ zu, weitere 13% stimmten mit „manchmal“ zu. Die große Mehrheit (74%) der befragten Personen stimmten der Aussage mit „häufig“ zu. Es werden oft Mails auf Deutsch (*Mail schreiben*) an deutschsprachige Gäste verschickt. Zu dieser Aussage äußerten sich insgesamt 95 Personen. Über die Hälfte (54%) der Befragten stimmten der oben erwähnten Aussage mit „selten“ zu, 26% stimmen mit „manchmal“, 20% stimmten mit „häufig“ zu. Bei der Frage 5.12 sollten die Befragungsteilnehmer noch weitere auftretende Sprechintentionen mitteilen. Ein Teilnehmer gab die Information, dass in der Sprechabsicht *auf Gästewünsche (Zimmer) reagieren* eine starke wechselseitige Interaktion zwischen den Kommunikationspartnern stattfände.

Frage 6 (6.1-6.11): In welchen Sprechabsichten finden die meisten Kommunikationsstörungen zwischen dem Personal und Touristen in dem Hotel, in dem Sie arbeiten, statt?

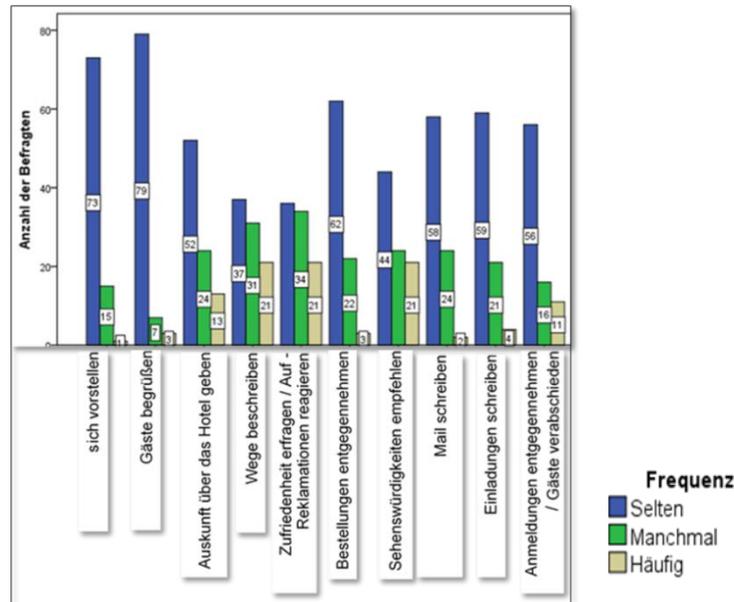


Abbildung 3. Befragung der Kommunikationsstörungen

Bei Frage 6 wurden die Mitarbeiter nach denjenigen Sprechintentionen befragt, die die meisten Kommunikationsprobleme auslösen. 89 Personen gaben an, dass in der Sprechabsicht *sich vorstellen* Kommunikationsprobleme zwischen den Mitarbeitern und den deutschsprachigen Gästen auftreten. 73 Personen (82%) stimmten der Aussage mit „selten“ zu, 15 Personen (17%) stimmten mit „manchmal“ und nur eine Person stimmte der Aussage mit „häufig“ zu. 89 Personen waren der Meinung, dass in der Sprechintention *Wege beschreiben* Kommunikationsstörungen entstehen. 41% der befragten Personen stimmten der Aussage mit „selten“ zu, 35% stimmten mit „manchmal“ und 24% stimmten mit „häufig“ zu. 91 Personen gaben an, dass die Sprechabsichten *Zufriedenheit erfragen / auf Reklamationen reagieren* nicht ohne Kommunikationsprobleme verlaufen. 40% der befragten Personen stimmten der Aussage mit „selten“ zu, weitere 37% stimmten mit „manchmal“ und die restlichen 23% der Befragten mit „häufig“ zu. Bei der Frage 6.12 sollten die Befragungsteilnehmer weitere Sprechintentionen hinzufügen, in denen sehr oft Kommunikationsstörungen festzustellen sind. Hier hat sich keine einzige Person geäußert.

Datenauswertung der teilstandardisierten Interviews

In diesem Abschnitt werden die in der Inhaltsanalyse festgestellten Sprechabsichten dargelegt. Einige davon werden anhand des dazugehörigen Transkriptionsabschnitts erläutert um die Klassifizierung der Sprachinhalte in die jeweilige Sprechintention zu illustrieren.

Sprechintentionen für Rezeptionisten: 16 Teilnehmer hatten ihre Meinung zu den Sprechabsichten der Rezeptionisten mitgeteilt. Aus der Analyse wurden folgende 32 Sprechabsichten nach der Berufsgruppe Rezeptionist kategorisiert: *auf Reklamationen reagieren, Gäste empfangen, Wege beschreiben, einen Mietwagen besorgen bzw. ein Auto (ver)mieten, Gäste begrüßen - Befinden erfragen, Auskunft über das Hotel geben, Zufriedenheit erfragen, Orte im Hotel und in der Hotelumgebung angeben, Anmeldungen entgegennehmen (Check-in) - Anmeldescheine ausfüllen lassen, Bezahlung entgegennehmen, auf Reklamationen per Mail*

antworten, Reservierungen per Mail bestätigen, Auskunft geben (Zoll, Touristenführer, Frühstück, Hotelaktivitäten, Essenszeiten, Konzert), Ausgabe und Annahme der Zimmerschlüssel, Sehenswürdigkeiten empfehlen, Auskunft über die Stadt (den Urlaubsort) geben, Einladungen schreiben (Jubiläum), Karte / Brief schreiben an Dauergäste (Silvester), Abreise der Gäste (Check-out), sich vorstellen, auf Wünsche reagieren, Auskunft über das Hotel per Mail geben, Über das Zimmer informieren, Mail schreiben, aufs Zimmer bringen, Angaben zu Zimmerpreisen machen, Zimmereinrichtungen erklären (Klimaanlage, Safe, Minibar), Wünsche erfragen, Anfragen beantworten (verlorene Wertgegenstände), auf Streitigkeiten reagieren, auf gesundheitliche Beschwerden reagieren und die Reiseagentur anrufen.

13 Personen teilten mit, dass die Sprechintention *auf Reklamationen reagieren* zu den häufigsten Sprechabsichten zählt, die zwischen den Kommunikationspartnern (türkische Rezeptionisten und deutschsprachige Touristen) auftritt. Hierzu die folgenden zwei Transkriptionsabschnitte:

Interne Quellen\05WReAnt

- 68 R: *Hih. E:m Nennen Sie die Sprechabsichten, die in dem Hotel, in dem Sie tätig sind, am häufigsten vorkommen?*
 69 *häufigsten vorkommen?*
 70 St: *Sie fragen nach Orten.*
 71 R: *Orte?*
 72 St: *Sie fragen nach Orten, oder Sie informieren sich über das Zimmer.*
 73 R: *Wege beschreiben.*
 74 St: *Wegbeschreibung.*
 75 R: *Hih.*
 76 St: *Oder, wenn etwas im Zimmer [fehlt].*
 77 R: *[Ja] Ja.*
 78 St: *Diese Gespräche werden mit der Rezeption geführt. Sehr oft Reklamationen.*
 79 R: *Reklamation. Was für Reklamationen?*
 80 St: *Hier im Zimmer fehlt*
 81 R: *Hih.*
 82 St: *Es kann irgendetwas fehlen. Wenn das Essen nicht schmeckt. Wenn der Kellner die Bestellung falsch aufnehmt.*
 83 *Bestellung falsch aufnehmt.*

Auf die Frage „Nennen Sie die Sprechabsichten, die in dem Hotel, in dem Sie tätig sind, am häufigsten vorkommen?“ – Zeile 68-69 teilte der Interviewpartner 05WReAnt mit, dass sie (Rezeptionisten) sehr oft mit *Reklamationen* (*Sehr oft Reklamationen.* – Z 78) konfrontiert würden. Zu dieser Sprechabsicht wurden in den Zeilen 80, 82 und 83 Gesprächsinhalte festgestellt, welche als folgende Redemittel formuliert wurden: „Hier (Im Zimmer) fehlt (fehlen) ...“ - Z 80, „Das Essen war nicht gut.“ - Z 82, „Ich habe keinen / keine / kein ... bestellt.“ – Z 82-83.

Der Teilnehmer 09MReAyd beantwortete die Frage „Worüber spricht ein Rezeptionist mit einem Touristen?“ – Z 45. Er gab zur Antwort, dass die Sprechintention *Gäste empfangen* sehr wichtig sei. Als zweit wichtigste Sprechabsicht wurde die Sprechintention *auf Reklamationen reagieren* – Z 49-50 angegeben.

Interne Quellen\09MReAyd

- 42 R: *Welche Berufsgruppe in dem Hotel, in dem Sie tätig sind, kommuniziert mit den*
 43 *Touristen am meisten auf Deutsch?*
 44 Rö: *Guest-Relations hat viel Kontakt mit den Touristen. Dann kommen die Rezeptionisten.*
 45 R: *Sie haben Rezeptionisten gesagt. Worüber spricht ein Rezeptionist mit einem*
 46 *Touristen?*
 47 Rö: *Erstens Gäste empfangen. Gäste empfangen ist sehr wichtig.*

- 48 R: Ja.
 49 R: Der erste Eindruck beim Gästempfang ist sehr wichtig. Wichtig ist auch auf
 50 Reklamationen der Gäste zu reagieren und zu lösen.
 51 R: Reklamationen der Gäste.

10 Personen nahmen Stellung zur Sprechintention *Gäste begrüßen - Befinden erfragen*.
 Dazu der folgende Transkriptionsteil:

Interne Quellen\07WReAnt

- 157 R: Okay. Gäste begrüßen?
 158 Ya: Genau. Guten Morgen. Guten Abend.
 159 R: Häufig?
 160 Ya: Häufig. Jeden Morgen und jeden Abend
 161 R: Hih.
 162 Ya: Ausgabe und Annahme der Zimmerschlüssel.

Die Interviewpartnerin 07WReAnt teilte mit, dass die Begrüßung der Gäste zu den häufigen Sprechabsichten (*Häufig. Jeden Morgen und jeden Abend – Z 160*) zähle, die zwischen Rezeptionisten und Touristen vorkomme. Zusätzlich betonte sie, dass sie die Gäste jeden Morgen und jeden Abend und bei der Ausgabe und Annahme der Zimmerschlüssel (*Ausgabe und Annahme der Zimmerschlüssel. Z 162*) begrüße. Zu dieser Sprechintention hat sie die Redemittel „Guten Morgen!“ – Z 158 und „Guten Abend!“ – Z 158 als Beispiel angegeben.

10 Personen haben sich zu der Sprechintention *Anmeldungen entgegennehmen (Check-in -Anmeldescheine ausfüllen lassen* geäußert. Sie sind der Auffassung, dass diese Sprechabsicht zu den häufig auftretenden Sprechintentionen zu zählen sind. Hier die folgenden zwei Transkriptionen:

Interne Quellen\03WKuAnt

- 44 S: Sie kommen um halb drei und Sie fragen, wo Sie etwas essen können.
 45 R: Ja.
 46 S: Beim Check-in Verfahren
 47 R: Hih.
 48 S: Dieses Gespräch führen wir.
 49 R: Was wird an der Rezeption gesprochen?
 50 S: An der Rezeption werden Informationen mitgeteilt und [Check-in] durchgeführt.
 51 R: [Ja.]
 52 S: Die Dialoge werden kurzgehalten und man beschränkt sich auf das
 53 Wesentliche, da sich sonst die Gäste langweilen
 54 R: Ha.
 55 S: Bereitet Probleme
 56 R: Sie wollen, dass die Gespräche kurzgehalten werden, oder?
 57 S: Ja, genau.
 58 R: Zu lange Dialoge kommen beim Check-in Verfahren nicht gut an, weil die Gäste sich
 59 langweilen.
 60 S: Hallo. Herzlich willkommen. Wie war Ihre Anreise?
 61 R: Hih.
 62 S: Die Pässe, bitte!

Die Interviewpartnerin 03WKuAnt berichtet, die Gäste fragten beim *Check-in* Verfahren stets zuerst, wo sie etwas essen können (*Sie kommen um halb drei und Sie fragen, wo Sie etwas essen können. – Z 44*). In den Zeilen 52 und 58 sagt sie, dass die Dialoge kurz gehalten werden und sich auf das Wesentliche beschränken, da sich sonst die Gäste

langweilen könnten. Folgende Redemittel finden demnach Verwendung: „Hallo.“ - Z 60, „Herzlich willkommen!“ - Z 60, „Wie war Ihre Anreise?“ - Z 60 und „Die Pässe, bitte!“ - Z 62.

Die Interviewpartnerin 07WReAnt gab zu der Frage „Welche Dialoge finden zwischen den Rezeptionisten und Hotelgästen beim Check-in Verfahren statt?“ - Z 191-192 die Redemittel „Guten Tag!“ - Z 195 und „Herzlich willkommen!“ - Z 195 als Beispiel an. Des Weiteren nennt die Interviewpartnerin die Aufforderung an den Gast, nach der Begrüßung einen Anmeldeschein auszufüllen, als kommunikativen Akt (Nach der Begrüßung wird der Gast aufgefordert einen Anmeldeschein auszufüllen Z 195-196).

Interne Quellen\07WReAnt

- 191 R: Welche Dialoge finden zwischen den Rezeptionisten und Hotelgästen beim Check-in
192 Verfahren statt?
193 Ya: Der erste Eindruck beim Gästeempfang ist sehr wichtig.
194 R: Okay.
195 Ya: Sie sagen beim Gästeempfang: Guten Tag! Herzlich willkommen! Nach der
Begrüßung
196 wird der Gast aufgefordert einen Anmeldeschein auszufüllen.

In den Zeilen 84 und 85 wurden Gesprächsinhalte über die Sprechintention *Sehenswürdigkeiten empfehlen* festgestellt. Mit der Zeile 84 wird ausgedrückt, dass die Touristen es liebten, Sehenswürdigkeiten zu besichtigen. Des Weiteren wurde berichtet, dass sich die Touristen oft nach Sehenswürdigkeiten erkundigten. In Zeile 87 gab der Teilnehmer die Redemittel „Wie kommt man nach Ephesos?“ und „Was erwartet uns dort?“ als Beispiel, um zu zeigen, worüber die Kommunikationspartner (Rezeptionisten und Hotelgäste) miteinander sprechen. Die Zeilen 89 und 90 geben die Information, dass die Rezeptionisten auch manchmal das Internet benutzen, um die Sehenswürdigkeiten visuell zu illustrieren.

Interne Quellen\09MReAyd

- 80 R: Die Touristen informieren sich über die Freizeitaktivitäten? Wo die Aktivitäten
81 stattfinden? Wegbeschreibung?
82 Rö: Ja, besonders
83 R: Oder historische
84 Rö: Natürlich. Die Touristen lieben es, Sehenswürdigkeiten zu besichtigen. Sie erkundigen
85 sich oft nach Sehenswürdigkeiten. Wir beschreiben die Wege.
86 R: Was für Gespräche finden statt?
87 Rö: Als Beispiel: Wie kommt man nach Ephesos? Was erwartet uns dort?
88 R: Hih.
89 Rö: Wir versuchen zu helfen. Wir benutzen auch manchmal das Internet, um die
90 Sehenswürdigkeiten visuell zu illustrieren oder wir zeigen Ihnen Fotos aus dem Internet.

Der Teilnehmer 14MReAnt erzählte beim Interview, dass die Rezeptionisten die Gäste aufklären, wie die Chipkarte und die Klimaanlage funktionieren (Z 210) und wie die Gäste den Safe im Zimmer verwenden können (Z 212). Hiermit gab er einige Beispiele zu der Sprechintention *Zimmereinrichtungen erklären*.

Interne Quellen\14MReAnt

- 206 As: Gespräche über das Zimmer. Bestimmte Themen
207 R: Was für Themen?
208 As: Wie die Chipkarte funktioniert.
209 R: Ja.
210 As: Wie die Chipkarte und die Klimaanlage funktionieren.

- 211 R: Ja.
 212 As: *Wie die Gäste den Safe im Zimmer verwenden können*
 213 R: Ja.

Sprechintentionen für Kellner: Aus der Inhaltsanalyse wurden folgende 14 Sprechintentionen nach der Berufsgruppe Kellner eingestuft: *Bestellungen entgegennehmen (Essen, Getränke), Gäste begrüßen - Befinden erfragen, über sich sprechen, Zutaten nennen - Zubereitung von Speisen erklären, Orte im Hotel und in der Hotelumgebung angeben, Getränke empfehlen, über die Türkei sprechen, Wege beschreiben, Gerichte erklären, Zufriedenheit erfragen, Teller, Besteck und Gläser abservieren, auf Gästewünsche eingehen, Vorlieben und Unverträglichkeiten verstehen - auf Extrawünsche reagieren und sich vorstellen.*

7 Personen äußerten sich, dass die Sprechabsicht *Bestellung entgegennehmen* zu den häufigsten Sprechabsichten einzuordnen ist, die zwischen den Kellnern und Touristen auftreten.

Interne Quellen\09MReAyd:

- 108 R: *Nehmen Sie Bestellungen entgegen?*
 109 Rö: *Bestellungen. Ja es findet eine Interaktion statt.*
 110 R: *Was fragt man? Was sagt der Kellner? Was sagt der Tourist?*
 111 Rö: *Was möchten Sie? Was möchten Sie trinken?*

In Zeile 109 wurde von dem Teilnehmer 09MReAyd angegeben, dass *Bestellung entgegennehmen* (Z 109) eine Sprechintention ist, in der zwischen den Kellnern und Touristen eine Interaktion stattfindet. Des Weiteren wurden Redemittel „*Was möchten Sie?*“ – Z 111 und „*Was möchten Sie trinken?*“ – Z 111 zu dieser Sprechabsicht mitgeteilt.

Zwei Personen haben sich zu der Sprechintention „*Vorlieben und Unverträglichkeiten verstehen - auf Extrawünsche reagieren*“ geäußert. Dazu der ausgewählte Transkriptionsabschnitt:

Interne Quellen\17MKeAnt:

- 103 R: *Was für Gespräche finden statt?*
 104 Ma: *Wie möchten Sie Ihr Essen (Fleisch), kurz gebraten oder gut durchgebraten.*
 105 R: *Hih.*
 106 Ma: *Extra wünsche.*
 107 R: *Ja.*
 108 Ma: *Ich möchte mein Getränk mit / ohne?*
 109 R: *Ja.*
 110 Ma: *Manche*
 111 R: *Essen und Trinken.*
 112 Ma: *Ich bin allergisch auf Petersilie, Zwiebel, Mehl. Oder man sagt: ich habe eine Allergie auf*
 113 R: *Ha, solche Gespräche.*

Zunächst wurden die Aussagen „*Wie möchten Sie Ihr Essen (Fleisch), kurz gebraten oder gut durchgebraten.*“ - Z 104 und „*Ich möchte mein Getränk mit/ohne ...*“ – Z 108 sowie die Aussage „*Ich bin allergisch auf ... (Petersilie, Zwiebel, Mehl)*“ – Z 112 auf der inhaltlichen Ebene analysiert, um festzustellen, welcher Sprechintention sie zuzuordnen sind. Mit der ersten Aussage versucht der Kellner, die Vorliebe des Gastes in Hinblick auf den Garpunkt des Fleisches zu verstehen. Auch mit dem zweiten Redemittel wird erfragt, wie der Gast sein Getränk bevorzugt, und mit dem dritten Redemittel will der Gast mitteilen, dass er auf bestimmte Lebensmittel allergisch reagiert. Hier soll der Kellner verstehen, welche Lebensmittel der Gast nicht vertragen kann.

Auf die Frage „Was sind die häufigsten Sprechabsichten / Kommunikationsthemen, die zwischen Kellnern und Touristen vorkommen?“ - Z 42-43 antwortet der Interviewpartner (01MReiAnt) mit der Aussage „Hallo“ - Z 46 und „Herzlich willkommen!“ - Z 46. Ein anderes Redemittel „Wie war Ihr Tag heute?“ wurde in Zeile 54 festgestellt. Diese Sprachinhalte wurden in die Kategorie *Gäste begrüßen - Befinden erfragen* eingestuft.

Interne Quellen\01MReiAnt:

- 42 R: Was sind die häufigsten Sprechabsichten / Kommunikationsthemen, die zwischen
43 Kellnern und Touristen vorkommen?
44 Hk: Also sie fragen meistens, was der Gast wünscht.
45 R: Hih.
46 Hk: Solche Fragen. Am Anfang hallo. Herzlich willkommen.
47 R: Hih.
48 Hk: Sie führen nicht lange Gespräche.
49 R: Ja.
50 Hk: Man darf den Gast nicht langweilen. Nicht viele Fragen stellen
51 R: [Ich verstehe.]
52 Hk: [Ja.] Sie gehen nicht in die Details ein
53 R: Ja.
54 Hk: Wie war Ihr Tag heute?
55 R: Hih.

Sprechintentionen für Kundenbeziehungsmanager: 12 von 17 Teilnehmern teilten ihre Meinungen zu den Sprechabsichten der Kundenbeziehungsmanager mit. Die Gesprächsinhalte wurden analysiert und in 16 verschiedene Sprechintentionen eingeordnet. Folgende Sprechabsichten wurden festgestellt: *über Politik sprechen, auf Reklamationen reagieren (Hotel), Auskunft über das Hotel geben, auf Wünsche reagieren, Reservierungen für das À-la-carte-Restaurant entgegennehmen, Bestellungen für besondere Tage aufnehmen (Geburtstag, Jubiläumsfeier), auf Unzufriedenheit reagieren – auf Zufriedenheit reagieren (auf Kritik und Lob reagieren), Reservierungen per Mail bestätigen (annehmen/ablehnen) - Online-Buchungen beantworten, Zufriedenheit erfragen, Gäste begrüßen - Befinden erfragen, Online-Kommentare (Bewertungen) über das Hotel übersetzen, Veranstaltungen organisieren (Essen und Musik mit dem Gast auswählen), Einladungen schreiben (Veranstaltungen; Meeting, Party, Beach Party, Barbecue Party), Mails schreiben, Hotelumfragen übersetzen, Wege beschreiben.*

Die Interviewpartnerin 02WWhoAnt hat die Frage „Welche Art von Dialogen führen Kundenbeziehungsmanager und Touristen miteinander?“ – Z 119-120 beantwortet. Sie erzählte, dass es sich generell um Dialoge handele, in denen die Gäste ihre Beschwerden (Z 125) schildern. Bei der Analyse wurden diese Aussagen in die Sprechintention *auf Reklamationen reagieren* kategorisiert.

Interne Quellen\02WWhoAnt

- 119 R: Welche Art von Dialogen führen Kundenbeziehungsmanager und Touristen
120 miteinander?
121 Nç: Zwischen den Mitarbeitern?
122 R: Nein, mit den Touristen.
123 Nç: Touristen
124 R: Hih.
125 Nç: Es handelt sich generell um Dialoge, in denen die Gäste ihre Beschwerden schildern
126 R: Hih.
127 Nç: Wünsche
128 R: Hih.
129 Nç: Wir haben ein À-la-carte-Restaurant im Hotel, da nimmt der Kundenbeziehungsmanager

- 130 *Reservierungen für das Restaurant entgegen*
 131 R: *Hih.*
 132 Nç: *Besondere Tage, wie Geburtstage*
 133 R: *Hih.*
 134 Nç: *Mitarbeiter nehmen Bestellungen für besondere Tage auf.*
 135 R: *Hih.*
 136 Nç: *Jubiläumsfeier. Tische werden vorbereitet, Blumen bestellt usw. am meisten Reklamationen.*

Des Weiteren wurde die Aussage formuliert „Wir haben ein À-la-carte-Restaurant im Hotel, da nimmt der Kundenbeziehungsmanager Reservierungen für das Restaurant entgegen“ - Z 129-130. Diese Aussage wurde in die Sprechabsicht *Reservierungen für das À-la-carte-Restaurant entgegennehmen* eingeordnet.

Die Interviewpartnerin machte auch Angaben über die Sprechintention *Bestellungen für besondere Tage aufnehmen*. Sie gab Beispiele an, welche Bestellungen die Gäste an besonderen Tagen wie Geburtstag und Jubiläumsfeier überhaupt wünschen. Daran anknüpfend sagte sie, die häufigste Sprechabsicht, die zwischen den Kundenbeziehungsmanagern und Touristen vorkomme, sei die Sprechintention *auf Reklamationen reagieren*.

Sprechintentionen für Animateure: 11 von 17 Teilnehmern haben sich zu den Sprechabsichten der Animateure geäußert. Sie gaben an, was und worüber die Kommunikationspartner (Animateur und Tourist) miteinander sprechen. Folgende Sprechintentionen wurde durch die Inhaltsanalyse festgestellt: *Gäste amüsieren und unterhalten - Witzige und motivierende Äußerungen machen, Gäste begrüßen - Befinden erfragen, Zufriedenheit erfragen, Orte empfehlen - Verkehrsmittel nennen, Wege beschreiben, Sehenswürdigkeiten empfehlen, auf Zufriedenheit reagieren (auf Lob reagieren), über sich sprechen, über die Türkei sprechen (Mindestlohn in der Türkei, das Leben in der Türkei), auf Wünsche reagieren, Informationen über die jeweilige Freizeitaktivität erteilen - die jeweilige Freizeitaktivität erklären, Auskunft über die Stadt (den Urlaubsort) geben.*

Die Gesprächsinhalte von 6 Teilnehmern wurden in die Sprechintention *Gäste amüsieren und unterhalten - Witzige und motivierende Äußerungen machen* kategorisiert. Hier werden die Aussagen des Teilnehmers 12MAnAnt mit folgendem Transkriptionsabschnitt präsentiert:

Interne Quellen\12MAnAnt:

- 93 R: *Über was sprechen Sie während der Freizeitaktivitäten mit den Touristen?*
 94 *Sprechen Sie Deutsch, während der Freizeitaktivitäten?*
 95 Ei: *Ja. Das Gespräch verläuft mit den Touristen in den verschiedenen Freizeitaktivitäten*
 96 *unterschiedlich*
 97 R: *Zum Beispiel?*
 98 Ei: *Volleyball,*
 99 R: *Ja.*
 100 Ei: *Beim Volleyball kann man die erzielten Punkte laut zählen oder, wenn etwas Lustiges*
 101 *passiert, witzige Äußerungen machen*
 102 R: *Ja.*
 103 Ei: *Die Gäste amüsieren und unterhalten*
 104 R: *Hih. Weitere Aktivitäten?*
 105 Ei: *Normalerweise spricht man während der Aktivitäten nicht viel. Am meisten wird beim*
 106 *Dart-Spiel gesprochen. Boccia. Solche Aktivitäten*
 107 R: *Hih.*
 108 Ei: *Witzige und motivierende Äußerungen machen. Man brüllt und schreit*
 109 R: *Ja.*

- 110 Ei: Die Deutschkenntnisse der Animateure sind generell nicht gut, da sie Deutsch in der
111 Türkei gelernt haben.
112 R: Ja.
113 Ei: Man weißt nur einige bestimmte Wörter, die man laut sagt
114 R: Ich würde gerne diese Wörter wissen. Was für bestimmte Wörter?
115 Ei: Ja, jetzt bist du dran. Solche.
116 R: Ja.
117 Ei: So.
118 R: Sie sind dran.
119 Ei: Ja, großer Applaus. Solche
120 R: Hih.
121 Ei: Big Applaus für Hans, Peter oder so
122 R: Hih. Verstehe.
123 Ei: Wenn jemand schlecht wirft, kann man witzige Äußerungen machen. Sagt man
124 Katastrophe
125 R: Hih.
126 Ei: Ja so e:m bestimmte Wörter.
127 R: Ihr Gespräch entwickelt sich je nach Aktivität, die Sie machen.

Die Frage „Über was sprechen Sie während der Freizeitaktivitäten mit den Touristen?“ – Z 93 wurde von dem befragten Teilnehmer beantwortet. Er sagte, dass das Gespräch mit den Touristen in den verschiedenen Freizeitaktivitäten unterschiedlich verläuft. Beim Volleyball kann man die erzielten Punkte laut zählen oder, wenn etwas Lustiges passiert, witzige Äußerungen machen (Z 100-101). Darüber hinaus erzählte er, dass sie die Gäste amüsieren und unterhalten (Z 103). Er erwähnte, dass sie sich bei Aktivitäten witzig und motivierend äußerten (Z 108). Alle diese Aussagen wurden in die Sprechabsicht *Gäste amüsieren und unterhalten - witzige und motivierende Äußerungen machen* eingeordnet. Im Verlauf des Interviews wurden folgende Redemittel für die oben erwähnte Sprechintention angegeben: *Ja, jetzt bist du dran* (Z 115), *Ja, großer Applaus* (Z 119), *Big Applaus für Hans* (Z 121) und *Katastrophe* (Z 124).

Die Aussagen von zwei Personen (11MAnAnt und 12MAnAnt) wurden in die Sprechintention *über sich sprechen* eingeordnet. Dazu die folgende Transkription:

Interne Quellen\12MAnAnt:

- 75 R: Worüber sprechen Animateure mit den Touristen?
76 Ei: Die Touristen stellen immer die gleichen Fragen. [Woher kommen Sie?]
77 R: [Ja.] [Woher kommen Sie?]
78 Ei: [Haben Sie in Deutschland gelebt]
79 Wie hast du Deutsch gelernt?
80 R: Sie stellen Fragen
81 Ei: Die Touristen stellen generell die Fragen. Wo wohnst du?
82 R: Ja.
83 Ei: Wie viele Stunden arbeitest du?
84 R: Ja.
85 Ei: Studierst du?
86 R: Ja.
87 Ei: Solche Sachen. Der Gesprächsverlauf mit den Touristen ist generell gleich.
88 R: Alltagsthemen.
89 Ei: Wie viele Stunden arbeitest du? Wie viel verdienst du? Sie stellen immer solche Fragen.

Die Frage „Worüber sprechen Animateure mit den Touristen?“ – Z 75 wurde dem Teilnehmer 12MAnAnt gestellt. Er antwortet auf diese Frage mit der Aussage, dass die

Touristen immer die gleichen Fragen stellen (Z 76). Danach wurden folgende Redemittel genannt: *Woher kommen Sie?* - Z 77, *Haben Sie in Deutschland gelebt?* – Z 78, *Wie hast du Deutsch gelernt?* – Z 79, *Wo wohnst du?* – Z 81, *Wie viele Stunden arbeitest du?* – Z 83, *Studierst du?* - Z 85 und *Wie viel verdienst du?* - Z 89.

Ein Teil der Gesprächsinhalte des Teilnehmers 11MAnAnt wurden in die Sprechintention *über die Türkei sprechen* eingestuft. Der Einstufungsprozess wird mit der folgenden Transkription erklärt:

Interne Quellen\11MAnAnt:

- 43 R: *Welche Berufsgruppe in dem Hotel, in dem Sie tätig sind, kommuniziert mit den*
 44 *Touristen am meisten auf Deutsch?*
 45 Ni: *Animateure.*
 46 R: *Animateure. In welchen Sprechabsichten sprechen Animateure mit den Touristen am*
 47 *meisten?*
 48 Ni *Hih.*
 49 R: *Was sprechen Sie mit den Touristen? Welche Dialoge sind zwischen Ihnen und Touristen*
 50 *stattgefunden?*
 51 Ni: *Sie versuchten vor allem uns kennen zu lernen. Wie haben Sie Deutsch gelernt?*
 52 R: *Ja.*
 53 Ni: *Wo sprechen Sie Deutsch? Sie informieren sich generell über die Türkei. So. Sie stellen*
 54 *Fragen über die Türkei. Wie ist die Türkei?*
 55 R: *Fragen über die Historie?*
 56 Ni: *Nein, solche Fragen stellen sie eher nicht. Sie stellen Fragen über das heutige Leben in der*
 57 *Türkei. Wie ist das Leben in der Türkei?*
 58 R: *Ja*
 59 Ni: *Wie hoch ist der Mindestlohn in der Türkei? Können die Menschen mit dem Mindestlohn*
 60 *auskommen?*
 61 R: *Hih*
 62 Ni: *Sie fragen generell, wie das Leben in der Türkei ist.*
 63 R: *Gibt es noch weitere Themen, die Sie mitteilen wollen. Was sprechen Sie mit den*
 64 *Touristen noch, wenn Sie als Animateur tätig sind?*
 65 Ni: *Nein, eigentlich nicht. Über dies und das reden.*

Die Frage *„In welchen Sprechabsichten sprechen Animateure mit den Touristen am meisten?“* – Z 46-47 wurde von dem Teilnehmer 11MAnAnt beantwortet. Er gab die Antwort, dass die Touristen Fragen über die Türkei stellen. Sie wollen sich mit Fragen wie *„Wie ist das Leben in der Türkei?“* - Z 57, *„Wie hoch ist der Mindestlohn in der Türkei?“* – Z 59, *„Können die Menschen mit dem Mindestlohn auskommen?“*– Z 59-60 über das Land informieren. Alle diese Gesprächsinhalte wurden in die oben erwähnte Sprechintention eingeordnet.

Datenauswertung der offenen Fragen

In diesem Abschnitt werden zunächst die Untersuchungsergebnisse zu Frage 1 ausgewertet. Bei der Frage 1 wurde festgestellt, dass die Antworten von drei Teilnehmern für die Analyse nicht zu gebrauchen waren, und eine Person machte zu dieser Frage keine Angabe. Hiermit wurden die Antworten von 16 Teilnehmern untersucht. Mit der Inhaltsanalyse wurden folgende Sprechintentionen ermittelt: *Orte im Hotel und in der Hotelumgebung angeben, Auskunft über die Essenszeiten geben (Frühstück, Mittagessen, Abendessen), Wege beschreiben, Sehenswürdigkeiten empfehlen - über die Sehenswürdigkeiten informieren, Menüs nennen, Bestellungen entgegennehmen (Essen, Getränke), Anmeldungen entgegennehmen (Check-in), Abreise der Gäste (Check-out), Taxi für den Gast bestellen, Gerichte erklären, Fragen über den Hotelsafe beantworten, Zimmereinrichtungen erklären (Safe), auf*

Reklamationen reagieren (Zimmer), Funktion (Nutzung) der Schlüsselkarte erklären, über Internetverbindungsprobleme sprechen -Informationen über die Internetverbindung erteilen, Gäste begrüßen, Gäste empfangen, Gäste wecken (Weckdienst), Verkehrsmittel nennen, Auskunft über den Spa-Bereich geben, Auskunft über das Hotel geben.

Im Folgenden werden einige ausgewählte Sprachinhalte der Befragten zu Frage 1 dargestellt. Die Einstufung der Inhalte in die jeweilige Sprechabsicht wird dabei erklärt. Hierzu das folgende Beispiel:

Interne Quellen\04-Tourist:

01T4F1: Einchecken-Reservierung klären

02T4F1: Auskünfte über Sehenswürdigkeiten

03T4F1: Essen im Restaurant. Nachfragen über den Inhalt des Essens

04T4F1: Fragen über Sicherheit – Hotelsafe, Safe im Zimmer

05T4F1: Probleme mit dem Zimmer klären: defekte Klimaanlage, defekter TV-

06T4F1: Gerät, Funktion der Schlüsselkarte erklären

07T4F1: Probleme mit dem WiFi-Dienst, Verbindungsprobleme etc., wo liegt der

08T4F1: nächste WiFi-Hotspot

Die Aussage „Check-in-Reservierung klären“ wurde in die Sprechintention *Anmeldungen entgegennehmen (Check-in)* eingeordnet. Hier ist zu erwähnen, dass die Sprechintentionen aus der Sicht der Hotelmitarbeiter formuliert wurden. Die Aussage „Probleme mit dem WiFi-Dienst, Verbindungsprobleme etc., wo liegt der nächste WiFi-Hotspot“ wurde in die Sprechabsicht *über Internetverbindungsprobleme sprechen - Informationen über die Internetverbindung erteilen* eingestuft.

Der Teilnehmer 14 machte zu den wichtigsten Sprechintentionen, in denen er mit den Hotelmitarbeitern in Interaktion stand, folgende Angaben:

Interne Quellen\14-Tourist:

01T14F1: Begrüßung

02T14F1: Check-out mit Weckservice

03T14F1: Busverbindungen zu Sehenswürdigkeiten

04T14F1: Infos über Spa-Bereich (und Kosten)

05T14F1: schöne Buchten finden

Der Ausdruck „Begrüßung“ wurde in die Sprechabsicht *Gäste begrüßen* eingruppiert. In der darauf folgenden Zeile wurde die Sprechintention *Abreise der Gäste (Check-out)* angegeben. Mit der Aussage „Busverbindungen zu Sehenswürdigkeiten“ teilte der Teilnehmer mit, dass er Informationen über die Verkehrsmittel (Busverbindung) vom Hotelpersonal eingeholt hat. Daher wurde die oben erwähnte Aussage in die Sprechabsicht *Verkehrsmittel nennen* eingeordnet.

Der Teilnehmer 01-Tourist hat die Sprechintentionen beschrieben, die zwischen ihm und den Hotelmitarbeitern aufgetreten sind.

Interne Quellen\01-Tourist:

01T1F1: Wie komme ich zu meinem Zimmer.

02T1F1: Wann gibt es Frühstück, Abendessen, Mittagessen

03T1F1: Wie komme ich am besten in die Stadt?

04T1F1: Welche Sehenswürdigkeiten gibt es in der Nähe?

05T1F1: Haben sie auch ein vegetarisches Menü?

06T1F1: Wie komme ich zum Golfplatz.

07T1F1: Wo kann man einkaufen, bzw. shoppingcenter?

08T1F1: Wegbeschreibungen z.B.: Wie komme ich zu meinem Zimmer, zum Pool,

09T1F1: zum Spa Bereich, zum Meer.

Die Aussage „Wann gibt es Frühstück, Mittagessen, Abendessen“ wurde in die Sprechabsicht *Auskunft über die Essenszeiten geben* eingestuft, da der Hotelmitarbeiter den Gast in einer derartigen Sprechintention über die Essenszeiten informiert.

Als Nächstes werden die Untersuchungsergebnisse von Frage 2 dargestellt. Diese Frage wurde von insgesamt 20 Teilnehmern beantwortet. Acht davon gaben an, dass sie (die Touristen) Kommunikationsprobleme mit den Hotelmitarbeitern hatten. Als Grund wurde angeführt, dass die Hotelmitarbeiter über nicht ausreichende Deutschkenntnisse verfügten. Hierzu folgende Beispiele:

Interne Quellen\01-Tourist:

10T1F2: die Kellner waren mittelmäßig mit ihren Deutsch Kenntnissen, aber das

11T1F2: Hilfspersonal konnte kein Deutsch, man konnte nicht mit ihnen

12T1F2: kommunizieren.

Interne Quellen\03-Tourist:

07T3F2: Getränkebestellung an d. Bar

08T3F2: Reinigungskräfte – keine Verständig. möglich

09T3F2: ansonsten keine Probleme

Interne Quellen\04-Tourist:

13T4F2: Hotelangestellte hatten gar keine Deutschkenntnisse – konnten Probleme

14T4F2: auch nicht auf Englisch klären

15T4F2: Kein Infomaterial in Deutsch

16T4F2: Keine Symbol-Hilfestellungen, mit denen man dem Personal Hinweise

17T4F2: geben kann, worum es geht.

Der Teilnehmer *01-Tourist* teilte mit, dass in dem türkischen Hotel, in dem er seine Ferien verbrachte, die Deutschkenntnisse der Kellner nur mittelmäßig waren. Dieser Teilnehmer fügte hinzu, dass das Hilfspersonal kein Deutsch sprach, und er aus diesem Grund nicht mit ihnen kommunizieren konnte. Der Teilnehmer *03-Tourist* gab an, dass er sich mit den Reinigungskräften nicht verständigen konnte. Des Weiteren hat dieser Teilnehmer die Sprechabsicht *Getränke bestellen* (Getränkebestellungen entgegennehmen aus der Sicht des Hotelmitarbeiters) als Beispiel dafür angegeben, dass der Teilnehmer mit den Mitarbeitern des Hotels Kommunikationsprobleme hatte.

Ein weiterer Teilnehmer *04-Tourist* teilte mit, dass Kommunikationsstörungen zwischen den Hotelmitarbeitern und den Touristen wegen der unzureichenden Fremdsprachenkenntnisse der Hotelmitarbeiter vorkommen.

Die weiteren 10 Befragten (Touristen) gaben an, dass sie keine Kommunikationsstörungen mit den Mitarbeitern des Hotels erlebt haben. Generell gaben die Teilnehmer kurze, klare Antworten. Hierzu die folgenden ausgesuchten Antworten der Teilnehmer:

Interne Quellen\08-Tourist:

07T8F2: Nein, es waren keine Störungen

Interne Quellen\14-Tourist:

06T14F2: nein, keine Störungen, konnten gut „deutsch“

Interne Quellen\15-Tourist:

02T15F2: Nein, Kommunikation war gut!

Außerdem erteilte der Teilnehmer *14-Tourist* die Auskunft, dass die Mitarbeiter gut deutsch konnten.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Durch die Fragebogenuntersuchung wurden 10 Sprechabsichten festgestellt, die zwischen den türkischen Mitarbeitern in der Tourismusbranche und den deutschsprachigen Touristen oft auftreten. Diese Sprechabsichten sind: *Gäste begrüßen, Anmeldungen entgegennehmen, Gäste verabschieden, Zufriedenheit erfragen, auf Reklamationen reagieren, Auskunft über das Hotel geben, sich vorstellen, Bestellungen entgegennehmen, Wege beschreiben, Sehenswürdigkeiten empfehlen*. Die erwähnten Sprechabsichten müssen in einem tourismusbezogenen DaF-Lehrwerk vorkommen. Diese Sprechabsichten sollen mit vielen Aufgaben und Übungen trainiert werden. Dagegen ist das Üben eine Einladung oder eine Mail zu schreiben (*Einladungen schreiben, Mail schreiben*) nicht so relevant wie die oben erwähnten Sprechabsichten. Darüber hinaus wurde auch festgestellt, dass die Sprechabsichten *sich vorstellen* und *Auskunft über das Hotel geben* in den untersuchten Lehrmaterialien nicht behandelt werden.

Durch die qualitative Forschungsarbeit mittels teilstandardisierten Interviews und schriftlicher Befragung mit offenen Fragen wurden insgesamt 43 Sprechabsichten festgestellt, die in den untersuchten Lehrmaterialien nicht behandelt werden. Aus der qualitativen Forschungsarbeit wurden folgende Sprechabsichten festgestellt: *Befinden erfragen, Auskunft über das Hotel geben, Anmeldescheine ausfüllen lassen, auf Reklamationen per Mail antworten, Auskunft geben (Zoll, Touristenführer, Frühstück, Mittagessen, Abendessen, Hotelaktivitäten, Essenszeiten, Konzert), Ausgabe und Annahme der Zimmerschlüssel, Auskunft über die Stadt (den Urlaubsort) geben, Einladungen schreiben (Jubiläum, Veranstaltungen; Meeting, Party, Beach Party, Barbecue Party), Karte / Brief schreiben an Dauergäste (Silvester), sich vorstellen, Auskunft über das Hotel per Mail geben, Mail schreiben, Zimmereinrichtungen erklären (Klimaanlage, Safe, Minibar), Wünsche erfragen, Anfragen beantworten (verlorene Wertgegenstände), auf Streitigkeiten reagieren, auf gesundheitliche Beschwerden reagieren, die Reiseagentur anrufen, Gäste begrüßen, über sich sprechen, Zutaten nennen - Zubereitung von Speisen erklären, Getränke empfehlen, über die Türkei sprechen (Mindestlohn in der Türkei, das Leben in der Türkei), Teller, Besteck und Gläser abservieren, Vorlieben und Unverträglichkeiten verstehen, über Politik sprechen, Bestellungen für besondere Tage aufnehmen (Geburtstag, Jubiläumsfeier), auf Unzufriedenheit reagieren, auf Zufriedenheit reagieren (auf Kritik und Lob reagieren), Online-Kommentare (Bewertungen) über das Hotel übersetzen, Veranstaltungen organisieren (Essen und Musik mit dem Gast auswählen), Hotelumfragen übersetzen, Gäste amüsieren und unterhalten - Witzige und motivierende Äußerungen machen, Orte empfehlen, Verkehrsmittel nennen, Informationen über die jeweilige Freizeitaktivität erteilen - die jeweilige Freizeitaktivität erklären, über die Sehenswürdigkeiten informieren, Menüs nennen, Taxi für den Gast bestellen, Fragen über den Hotelsafe beantworten, Funktion (Nutzung) der Schlüsselkarte erklären, über Internetverbindungsprobleme sprechen - Informationen über die Internetverbindung erteilen, Gäste wecken (Weckdienst), Auskunft über den Spa-Bereich geben*.

Die Forschungsergebnisse sowohl der Fragebogenstudie als auch der schriftlichen Befragung mit offenen Fragen machen deutlich, dass die Deutschkenntnisse der türkischen Hotelmitarbeiter generell nicht sehr umfassend sind und Kommunikationsstörungen daher vor allem wegen der unzureichenden Deutschkenntnisse der Hotelmitarbeiter entstehen.

SUMMARY

There has been little research addressing the issue of German as a foreign language (GFL) courses for the tourism industry in Turkey.

This scientific study aims to identify common speech intentions and patterns that occurred between German-speaking tourists and Turkish staff in the tourism industry. Which communication purposes the problems in communication between these two groups belong to is also within the scope of this study.

Mixed-methods research was employed in this study. First, two global coursebook packages that were developed to be used in tourism education and one local coursebook that was written for Turkish students in Vocational School of Tourism and Hotel Management were evaluated based on Buhlmann and Fearn's (2000) evaluation criterion for the vocational coursebooks. Speech intentions that emerged in all these teaching materials were identified and then drawing from this analysis, a survey was developed. While quantitative data in this study is gathered via the survey and analyzed by using descriptive statistics method, semi-structured interviews and open-ended written questions comprise qualitative data. The obtained data were analyzed using content analysis. Interviews were conducted in mother tongue, Turkish with 17 experts from different areas of tourism industry in 2013. The expert participants were selected from the following occupations: public affair manager, waiters / waitresses, barman, animators, travel agency manager, operations manager, hotel directors and food & beverages manager. Survey items guided the subsequent interview protocol. Open-ended written questions were answered by 22 German-speaking tourists. This study was conducted in Antalya, Turkey and Linz, Austria in 2013.

Based on survey results, the following speech intentions were identified: *oneself, greeting guests, hotel introduction, address description, asking guests about their satisfaction and responding to complaints, taking orders, giving information about tourist attractions, writing an e-mail, writing an invitation card, reservation an check-in / check-out procedures, housekeeping (asking for demands).*

Speech patterns that were identified based on semi-structured interview results were further classified according to occupation such as receptionist, waiter / waitress, public relations manager and animator.

The following speech intentions were identified for the receptionist: *responding to complaints (e.g. room, food, hotel staff, location of the room, noise), receiving guests, telling a direction, providing rental car facility, greeting guests - asking how somebody is, giving out information about hotel, learning about guest satisfaction, giving out information on hotel areas and nearby places, processing check-ins (arrivals) - asking guests to fill out hotel registration form, taking payments, responding to complaint e-mails, confirming hotel bookings via e-mail, giving information (e.g. about custom, tour guide, activities in the hotel, meal times, concert), collecting / leaving room keys, giving information about places of interest and sightseeing spots, giving information about the town (resort), writing an invitation card (anniversary), writing a special-day post card / letter for regular guests (e.g. New Year's Eve), processing check-outs (departures), introducing oneself, responding to requests, introducing the hotel via e-mail, introducing the rooms, sending an e-mail, accompanying guests to their rooms, giving information about room prices, giving instruction as to how to run air-conditioner and how to use steel locker and mini-bar, asking for demands, notifying the guests of lost property, dealing with arguments (quarrels), dealing with guests' health issues, giving travel agency a ring.*

The following speech intentions were identified for the waiter / waitress: *taking orders (food, beverage), greeting guests - asking how somebody is, talking about themselves, telling what is inside the dish - giving the recipe, giving out information on hotel areas and nearby places, recommending a drink, talking about the life in Turkey, telling a direction, giving information about the food, learning about guest satisfaction, removing cutlery from the table, responding to guests' requests, knowing what the guests prefer to eat and what they are unable to digest (don't want to) - responding to special requests, introducing oneself.*

The following speech intentions were identified for the public relations manager: *discussing politics, responding to complaints (hotel), giving out information about hotel, responding to requests, accepting À-la-carte- restaurant reservations, taking orders for special days (birthday, anniversary), responding to guest dissatisfaction – responding to guest satisfaction (responding to compliment), confirming hotel bookings via e-mail, learning about guest satisfaction, greeting guests - asking how somebody is, translating online comments on the hotel into Turkish, organizing the events (hosting and creating playlist), writing an invitation card (events, meeting, party, beach party, barbecue party), sending an e-mail, translating the surveys about hotel into Turkish, telling a direction.*

The following speech intentions were identified for the animator: *entertaining the guests - using funny and motivational expressions, greeting guests - asking how somebody is, learning about guest satisfaction, giving advice on places of interest and sightseeing spots - giving information about means of travel, telling a direction, giving information about places of interest and sightseeing spots, responding to guest satisfaction (responding to compliment), talking about themselves, talking about the life in Turkey (e.g. minimum wage), responding to requests, giving information about leisure activities – telling the activities, giving information about the town (resort).*

The following speech intentions were identified based on the analysis of open-ended written questions: *giving out information on hotel areas and nearby places, giving information about meal times (breakfast, lunch, dinner), telling a direction, giving information about places of interest and sightseeing spots, telling what is on the menu, taking orders (food, beverage), processing check-ins (arrivals), processing check-outs (departures), calling a taxi for the guests, cleaning the room, organizing tours, giving information about the tours, giving information about the food, dealing with hotel accidents queries, giving information about the room equipment, responding to complaints (room), giving information about the hotel room key, responding to requests (towels, toilet paper, soap, rug, pillow), talking about connection problems – giving information about the use of internet, greeting guests, receiving guests, wake-up service, giving information about means of travel, giving information about spa, giving information about hotel.*

The identified speech intentions can be used for designing GFL coursebooks for Turkish students in Vocational School of Tourism and Hotel Management. The results indicate that language proficiency of Turkish staff in the tourism industry is not satisfactory, so they've had communication problems with the tourists. To minimize these problems, arguably, it is necessary that German coursebooks be designed and put into practice at the schools.

LITERATURVERZEICHNIS

- ATAŞ, Doğu (2016). *Eine Studie zur Erstellung eines tourismusbezogenen DaF-Lehrwerks für die Türkei*. Phil. Dissertation. Ankara: Hacettepe Universität.
- BORTZ, Jürgen, DÖRING, Nicola (1995). *Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler*. (2. Auflage). Berlin: Springer.
- BRAUN, Christiane (1991). Interkulturelle Barrieren in der Fach- und Berufssprache der Tourismusbranche. In B. - D. Müller (Hrsg.). *Interkulturelle Kommunikation*, 193-202. München: Iudicium.
- BUHLMANN, Rosemarie und FEARNs, Anneliese (2000). *Handbuch des Fachsprachenunterrichts: unter besonderer Berücksichtigung naturwissenschaftlich-technischer Fachsprachen*. (6. Auflage). Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- CHABABY, Amirdine (2009). *Deutschunterricht auf Madagaskar, Mauritius und den Komoren*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- COHEN, Ulrike, GRANDI, Nicoletta (2012). *Herzlich willkommen: Deutsch in Restaurant und Tourismus – Aktuelle Ausgabe*. Berlin/München: Langenscheidt KG.
- COHEN, Ulrike, GRANDI, Nicoletta (2012). *Zimmer frei: Deutsch im Hotel – Aktuelle Ausgabe*. Berlin/München: Langenscheidt KG.
- DRENGNER, Jan (2008). *Imagewirkungen von Eventmarketing: Entwicklung eines ganzheitlichen Messansatzes*. (3. Auflage). Wiesbaden: Gabler Verlag.
- GHANBARI, Shahram Azizi (2011). *Messen und Bewerten: Eine Einführung in Messinstrumente am Beispiel der webbasierten Lernplattform IDEAL*. Münster: Waxmann Verlag.
- GLÄSER, Jochen und LANDEL, Grit (2004). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- HOPF, Christel (2013). Qualitative Interviews – ein Überblick. In U. Flick, E. von Kardorff und I. Steinke (Hrsg.). *Qualitative Forschung: Ein Handbuch (10. Auflage)*, 349-360. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- İNCE, Vedat Martin, (2011). *Deutsch im Tourismus: Ein Lehrbuch mit Übungen für Anfänger*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- KOWAL, Sabine, & O'CONNELL, Daniel. (2013). Zur Transkription von Gesprächen. In U. Flick, E. von Kardorff und I. Steinke (Hrsg.). *Qualitative Forschung: Ein Handbuch (10. Auflage)*, 437-447. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- KUCKARTZ, Udo (2014). *Mixed Methods – Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren*. Wiesbaden: Springer VS.
- MAYRING, Philipp (2013). Qualitative Inhaltsanalyse. In U. Flick, E. von Kardorff und I. Steinke (Hrsg.). *Qualitative Forschung: Ein Handbuch (10. Auflage)*, 468-475. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- NEUNER, Gerhard, Hunfeld, Hans (1993). *Methoden des fremdsprachlichen Deutschunterrichts: Eine Einführung*. Berlin: Langenscheidt.
- PIEPHO, Hans-Eberhard (1974). *Kommunikative Kompetenz als übergeordnetes Lernziel im Englischunterricht*. Dornburg-Frickhofen, Frankonius-Verlag,
- REUTER, Ewald (2011). DaF im Tourismus – Tourismus im DaF-Unterricht. Bestandsaufnahme und Zukunftsvisionen. *German as a foreign language*, 3, 3–32.
- RICHARDS, Keith (2003). *Qualitative Inquiry in TESOL*. New York: Palgrave Macmillan Press.