Werkstatt, 19 (2024) 14–22
ISSN 2061-8999

Aufsatz

Die Lage der Germanistik im mitteleuropäischen Kontext

Neue Herausforderungen, Chancen und Schnittpunkte mit Wirtschaft und Gesellschaft

Andrea Horváth

Institute of German Studies, Department of Germanic Literatures
University of Debrecen
Egyetem tér 1.
H-4032 Debrecen
horvath.andrea@arts.unideb.hu

Abstract

The discipline of German Studies in Central and Eastern Europe is currently undergoing a profound transformation. Once regarded primarily as a philological field focused on language, literature, and culture, it now faces the challenge of redefining its social and professional relevance in an era shaped by globalization, digitalization, and demographic change. The article examines the specific situation of German Studies in Hungary as a paradigmatic example of this transition. It analyses institutional developments, demographic shifts, and changing expectations from students, policy-makers, and employers. In this context, German Studies emerges as a key field for developing communicative, intercultural, and ethical competences that are increasingly demanded by international industries operating in Central Europe.
Keywords: German Studies, culture, intercultural skills, economy

1 Einleitung

Die Germanistik steht im 21. Jahrhundert an einem Wendepunkt. Sie sieht sich als traditionelle Kultur-, Sprach- und Literaturwissenschaft zunehmend mit Fragen konfrontiert, die über ihr klassisches Fachgebiet hinausreichen. Globalisierung, Digitalisierung, Migration und die Dynamik wirtschaftlicher Transformationsprozesse verändern nicht nur die Gesellschaften, sondern auch die Erwartungen an sprach- und kulturwissenschaftliche Studiengänge. In Mitteleuropa – insbesondere in Ländern wie Ungarn, Tschechien,

Polen oder der Slowakei – wird diese Entwicklung in besonderer Weise sichtbar, da sich hier die Germanistik nach der politischen Wende 1989 in einem komplexen Spannungsfeld von kultureller Selbstverortung, Bildungspolitik und Arbeitsmarktintegration neu definieren musste.

Die ungarische Germanistik – und mit ihr die Programme der Universitäten Budapest, Szeged, Pécs und Debrecen – steht exemplarisch für diese Umbruchphase: Einerseits trägt sie die Verantwortung für den Fortbestand der deutschsprachigen Bildungstradition und des literarisch-kulturellen Erbes, andererseits ist sie gezwungen, ihre gesellschaftliche Relevanz in einem von ökonomischen Imperativen bestimmten Umfeld neu zu begründen. Germanistik wird so zur Schnittstelle zwischen Kultur und Wirtschaft, zwischen Wissenschaft und Praxis.

Ziel des folgenden Beitrags ist es, die aktuelle Lage der Germanistik im mitteleuropäischen Raum zu skizzieren, die zentralen Herausforderungen zu benennen und jene neuen Chancen hervorzuheben, die sich aus Kooperationen mit der Wirtschaft und anderen gesellschaftlichen Akteuren ergeben. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie sich die Germanistik von einem vermeintlich „reinen" Geistesfach zu einem interdisziplinären Kompetenzfeld entwickeln kann, das kommunikative, kulturelle und ethische Schlüsselqualifikationen für eine sich wandelnde Gesellschaft vermittelt.

2 Die Lage der Germanistik in Ungarn und Mitteleuropa

Nach 1989 erlebten die philologischen Fächer in den mitteleuropäischen Staaten eine Phase der Öffnung und Neuorientierung. Die Germanistik wurde zunächst als Trägerin europäischer Bildungs- und Kulturwerte verstanden; Kenntnisse der deutschen Sprache galten als Schlüssel zu wirtschaftlicher Integration und europäischer Mobilität. In Ungarn erlebte die Germanistik in den 1990er-Jahren einen deutlichen Aufschwung: steigende Studierendenzahlen, Gründung neuer Lehrstühle, Ausbau der Lehrerbildung und Austauschprogramme mit dem deutschsprachigen Raum.

Seit den 2010er-Jahren lässt sich jedoch eine gegenläufige Tendenz beobachten. Der Rückgang der Studierendenzahlen, die zunehmende Konkurrenz durch englischsprachige Studiengänge und eine Verschiebung der gesellschaftlichen Wertschätzung zugunsten technischer und wirtschaftlicher Fächer haben zu einer Krise der philologischen Disziplinen geführt. Dies betrifft nicht nur Ungarn, sondern den gesamten mitteleuropäischen Raum.[1]

Die Germanistik hat sich historisch als „Vermittlungsfach" zwischen Kulturen verstanden. In Mitteleuropa ist sie Trägerin einer spezifischen kulturellen Erinnerung, die sich aus der gemeinsamen Geschichte und den intensiven kulturellen Verflechtungen zwischen deutschsprachigem Raum und

Ostmitteleuropa speist. Heute jedoch ist dieses Selbstverständnis nicht mehr selbstverständlich. Studierende erwarten von ihrem Studium zunehmend berufsrelevante Kompetenzen, Arbeitgeber fordern kommunikative und interkulturelle Fähigkeiten, und Bildungspolitik verlangt Effizienz und Employability.

Diese Verschiebung erzeugt Spannungen zwischen akademischer Tradition und gesellschaftlicher Erwartung. Germanistik muss einerseits die literarische, sprachliche und kulturwissenschaftliche Tiefendimension bewahren, andererseits neue Curricula und Lernformate entwickeln, die über die klassische Textanalyse hinausgehen – hin zu Interkulturalität, Medienkompetenz und sozialer Verantwortung.

Mitteleuropa bildet in dieser Hinsicht ein besonderes Labor: Die engen wirtschaftlichen und kulturellen Verflechtungen zwischen Österreich, Deutschland und den Visegrád-Staaten schaffen einen Raum, in dem die deutsche Sprache sowohl Wirtschaftssprache als auch Bildungs- und Kultursprache ist.[2] Zugleich jedoch führt die Dominanz des Englischen dazu, dass Deutsch oft nur noch als „zweite Fremdsprache" gilt. An Universitäten wie Debrecen zeigt sich ein pragmatischer Umgang mit dieser Situation: Germanistik wird nicht nur als literatur- oder sprachwissenschaftliches Fach betrieben, sondern als interdisziplinäre Plattform, die Kooperationen mit Wirtschaft, Verwaltung und Zivilgesellschaft ermöglicht. Das Institut für Germanistik arbeitet mit Unternehmen, Kulturorganisationen und regionalen Akteuren zusammen, um Sprach- und Kulturkompetenz in realwirtschaftliche Kontexte einzubringen.[3]

3 Neue Herausforderungen

Einer der größten strukturellen Faktoren ist der demografische Rückgang der Studierendenzahlen. In vielen Ländern Mitteleuropas sinkt die Zahl der Hochschulzugänge; gleichzeitig konkurrieren technische und ökonomische Studiengänge stärker um dieselben Zielgruppen. Für die Germanistik bedeutet dies, dass sie sich neu positionieren muss – als attraktives Fach, das nicht nur Sprache und Literatur, sondern kulturelle Orientierungskompetenz vermittelt.

Die Nachwuchsfrage betrifft auch den wissenschaftlichen Bereich: Die Abwanderung qualifizierter Absolventinnen, prekäre Arbeitsverhältnisse und eine unklare Berufsperspektive erschweren die langfristige Stabilität der Institute. Hier sind gezielte Förderprogramme, internationale Kooperationen und eine stärkere Vernetzung mit außeruniversitären Partnern erforderlich.

Die Digitalisierung verändert die Lehre, Forschung und Kommunikation grundlegend. Für die Germanistik eröffnet sie neue Forschungsfelder (z. B. Digital Humanities, Korpuslinguistik, virtuelle Literaturarchive), stellt aber zugleich neue didaktische Herausforderungen.

Digitale Lehre, hybride Lernräume und der Umgang mit KI-gestützten Sprachsystemen verlangen von Lehrenden und Studierenden neue Kompetenzen. Zugleich wird die Frage virulent, wie man im Zeitalter von Chatbots und automatisierten Übersetzungen den Wert menschlicher Sprach- und Textkompetenz neu begründet. Germanistik kann hier einen zentralen Beitrag leisten: Sie befähigt zur kritischen Reflexion digitaler Kommunikation und zum bewussten Umgang mit Sprache als Medium sozialer Verständigung.

Ein weiteres Spannungsfeld bildet die europäische Sprachenpolitik. In vielen Ländern Mitteleuropas ist das Englische zur dominierenden Fremdsprache geworden, während Deutsch – trotz der ökonomischen Nähe Deutschlands und Österreichs – an Bedeutung verliert.

Diese Entwicklung betrifft nicht nur den schulischen Bereich, sondern auch den Arbeitsmarkt. Paradoxerweise bleibt der Bedarf an deutschsprachiger Kommunikation in internationalen Unternehmen, insbesondere im Automobil- und Industriesektor, hoch. Dies eröffnet der Germanistik die Möglichkeit, sich als strategischer Partner für Sprach- und Kulturvermittlung zu positionieren.

4 Neue Chancen und Schnittpunkte mit der Wirtschaft

In den letzten Jahren hat sich in Ungarn und im mitteleuropäischen Raum ein Paradigmenwechsel vollzogen: Hochschulen werden nicht mehr nur als Orte der Wissensproduktion verstanden, sondern als aktive Akteure regionaler Innovationssysteme. In diesem Kontext gewinnen die Geisteswissenschaften, insbesondere die Germanistik, eine neue Funktion. Sie können die Kommunikation zwischen wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Akteuren gestalten und dabei kulturelle Übersetzungsarbeit leisten.

Im Raum Debrecen zeigt sich diese Entwicklung besonders deutlich. Durch die Ansiedlung internationaler Unternehmen – etwa BMW, CATL oder Schaeffler – entsteht eine neue Sprach- und Kulturökonomie, in der Deutsch als Arbeitssprache, aber auch als Symbol für Präzision, Qualität und Vertrauenswürdigkeit gilt. Die Germanistik kann hier zu einer Art *„Soft-Skill-Hub“* werden, der interkulturelle Kompetenz, ethische Reflexion und sprachliche Genauigkeit in betriebliche Prozesse integriert.

An der Universität Debrecen sind bereits mehrere Formate entstanden, die den Brückenschlag zwischen Geisteswissenschaft und Wirtschaft konkretisieren:

- duale oder praxisorientierte Studienmodule in Kooperation mit der Industrie,
- Kommunikations- und Führungstrainings für Nachwuchskräfte,
- Sprach- und Kulturprogramme für internationale Mitarbeitende,
- gemeinsame Forschungs- und Transferprojekte (z. B. im Bereich nachhaltiger Unternehmenskultur).

Diese Initiativen verdeutlichen, dass Germanistik mehr sein kann als philologische Forschung. Sie wird zum Transformationspartner in einem regionalen Ökosystem, das Wirtschaft, Universität und Stadtgesellschaft vernetzt.

Die klassischen Kernkompetenzen des Faches – Textanalyse, Sprachbewusstsein, interkulturelles Denken – gewinnen in der Unternehmenswelt neue Relevanz. In global agierenden Organisationen werden zunehmend Fähigkeiten gesucht, die über technische Qualifikation hinausgehen: Kommunikationsstärke, narrative Kompetenz, ethisches Urteilsvermögen. Gerade darin liegt die Chance der Germanistik: Sie vermittelt die Fähigkeit, Komplexität sprachlich zu strukturieren, kulturelle Unterschiede zu verstehen und Sinnzusammenhänge zu deuten – Kompetenzen, die im Zeitalter der Künstlichen Intelligenz unverzichtbar bleiben. Damit diese Potenziale sichtbar werden, ist eine neue bildungspolitische Positionierung erforderlich. Germanistik sollte in die strategische Hochschulentwicklung und in regionale Innovationsnetzwerke eingebettet sein. Kooperationen mit Wirtschaftsclustern, Industriepartnern und Kommunen – wie sie etwa das Automotive Cluster Debrecen praktiziert – schaffen Räume, in denen sprachliche und kulturelle Bildung nicht als Selbstzweck, sondern als gesellschaftliche Ressource verstanden wird.

Die Frage nach den konkreten Kompetenzen, die ein geisteswissenschaftliches Fach wie die Germanistik der Wirtschaft zur Verfügung stellen kann, ist in den letzten Jahren zunehmend in den Mittelpunkt hochschulpolitischer und bildungsökonomischer Diskussionen gerückt. In einer Arbeitswelt, die sich durch Internationalisierung, Diversität und digitale Vernetzung auszeichnet, gewinnen kommunikative und interkulturelle Fähigkeiten eine strategische Bedeutung. Gerade hier liegt ein enormes Potenzial der Germanistik – nicht im Sinne einer direkten „Verwertbarkeit“, sondern im Hinblick auf komplexe, relationale Kompetenzen, die das Fundament nachhaltiger Zusammenarbeit in internationalen Unternehmen bilden.

Sprachliche und kommunikative Kompetenz

Zunächst vermittelt die Germanistik ein tiefes Bewusstsein für Sprache als Medium der Verständigung, der Bedeutungsproduktion und der Macht. Absolvent:innen lernen, Texte zu analysieren, Argumentationsstrukturen zu erkennen, rhetorisch zu gestalten und die Wirkung sprachlicher Formen zu reflektieren.

Im wirtschaftlichen Kontext – insbesondere in multinationalen Teams – ist diese Fähigkeit von zentraler Bedeutung. Sie erlaubt es, Kommunikationsprozesse klar, differenziert und adressatengerecht zu gestalten, Missverständnisse zu vermeiden und komplexe Inhalte so zu vermitteln, dass sie interkulturell verständlich bleiben. In Unternehmen, die im deutschsprachigen Raum tätig sind oder mit deutschsprachigen Partnern kooperieren, sind präzise Ausdrucksfähigkeit und Textkompetenz ein entscheidender Wettbewerbsvorteil.

Interkulturelle Kompetenz

Die interkulturelle Dimension der Germanistik geht weit über landeskundliches Wissen hinaus. Sie umfasst die Fähigkeit, kulturelle Codes, Werte und Kommunikationsstile zu erkennen und zu deuten. In internationalen Unternehmen – etwa den in Ungarn präsenten deutschen Industriebetrieben (BMW, Mercedes-Benz, Audi, Schaeffler, Bosch, Continental, Knorr-Bremse, Siemens u. a.) – treffen tagtäglich Menschen aus unterschiedlichen kulturellen und sprachlichen Kontexten aufeinander. Unterschiedliche Hierarchieverständnisse, Zeitkonzepte, Kommunikationsnormen oder Umgangsformen können leicht zu Konflikten oder Ineffizienzen führen. Hier kann die Germanistik interkulturelle Vermittlungskompetenz bereitstellen. Studierende und Absolventinnen lernen, Differenzen nicht als Hindernis, sondern als Ressource zu verstehen. Sie sind geschult, die Perspektive zu wechseln, Bedeutungsnuancen wahrzunehmen und unterschiedliche kulturelle Logiken in Beziehung zu setzen. Diese Fähigkeit zur „kulturellen Übersetzung" ist in multinationalen Strukturen von unschätzbarem Wert, weil sie die Voraussetzung für Vertrauen, Teamfähigkeit und nachhaltige Kooperation bildet.

Zahlreiche Studien zur Wirtschaftskommunikation bestätigen, dass interkulturelle Missverständnisse zu den häufigsten Ursachen von Projektverzögerungen und Fehlentscheidungen zählen.[4] Hier kann die Germanistik nicht nur durch ihre Lehre, sondern auch durch Beratung, Training und Forschung einen Beitrag zur organisationalen Resilienz und Verständigungskultur leisten.

Narrative und ethische Kompetenz

Ein weiteres, oft unterschätztes Kompetenzfeld betrifft das narrative Denken. Die Germanistik schult das Verständnis dafür, wie Menschen Sinn und Identität durch Geschichten erzeugen. Für die Wirtschaft bedeutet das, dass Germanistinnen in der Lage sind, komplexe Unternehmensrealitäten – etwa Veränderungsprozesse, Innovationsstrategien oder Nachhaltigkeitsinitiativen – in verständliche, glaubwürdige Narrative zu übersetzen. In Zeiten, in denen „Storytelling", Employer Branding und Corporate Culture zentrale

Managementinstrumente geworden sind, können Absolventinnen der Germanistik semantische und kulturelle Orientierung bieten. Sie verstehen, wie Werte kommuniziert, Emotionen ausgelöst und Identifikationsprozesse gestaltet werden.

Darüber hinaus vermittelt die Germanistik eine ethische Sensibilität für Sprache, Macht und Verantwortung. In internationalen Unternehmen, die zunehmend auf Diversität und soziale Nachhaltigkeit setzen, gewinnt diese Dimension an Bedeutung. Germanistik schärft das Bewusstsein für Fragen wie: Wie kommunizieren wir über andere Kulturen? Welche Narrative über Fortschritt, Technik oder Erfolg reproduzieren wir? Welche Sprache fördert Inklusion, welche schließt aus? Diese kritische Reflexionsfähigkeit ist nicht zuletzt im Personalmanagement, in der Unternehmenskommunikation und im interkulturellen Training gefragt.

Soft Skills und „Human Literacy“

In der gegenwärtigen Debatte um die Zukunft der Arbeit werden häufig jene Fähigkeiten hervorgehoben, die Maschinen und Algorithmen nicht ersetzen können: Empathie, Kreativität, Reflexionsvermögen, moralisches Urteilsvermögen. Diese „Human Skills“ oder „Human Literacy“ bilden das Herzstück geisteswissenschaftlicher Bildung – und sie werden im 21. Jahrhundert zum strategischen Kapital von Organisationen. Die Germanistik kann hier gezielt Brücken schlagen: zwischen Technologie und Humanität, zwischen Effizienz und Sinn. In Unternehmen mit hoher technischer Spezialisierung – etwa in der Automobil-, Energie- oder IT-Branche – fehlt oft genau jene kommunikative und kulturelle Vermittlungskompetenz, die interdisziplinäre Teams zusammenhält. Absolventinnen der Germanistik können als Moderatoren, Trainer, Kommunikationsberaterinnen oder Diversity-Spezialistinnen fungieren, die den innerbetrieblichen Dialog fördern und globale Belegschaften auf gemeinsame Werte verpflichten.

Beispiel: Debrecen als Modellregion

Debrecen bietet für diese Schnittstellenarbeit ein ideales Umfeld. Die Stadt hat sich in den letzten Jahren zu einem bedeutenden industriellen und akademischen Zentrum entwickelt, in dem sich Universität, Kommune und Wirtschaft in einem gemeinsamen Innovationsökosystem begegnen. Im Rahmen der Zusammenarbeit zwischen der Universität Debrecen und Unternehmen wie BMW, CATL oder Schaeffler entsteht ein neuer Raum für Sprach- und Kulturtransfer. Germanistikstudierende beteiligen sich an Trainings, Kommunikationsprojekten und Forschungen, die interkulturelle Kompetenz, Corporate Culture und nachhaltige Entwicklung verknüpfen.

Diese Kooperationen verdeutlichen, dass Germanistik keine isolierte Disziplin ist, sondern ein Knotenpunkt gesellschaftlicher Verständigung. Sie schafft jene kulturelle Infrastruktur, ohne die wirtschaftliche Entwicklung in einem internationalen Umfeld langfristig nicht tragfähig ist.

5 Perspektiven für eine zukunftsfähige Germanistik

Eine moderne Germanistik definiert sich nicht mehr nur durch ihre Gegenstände, sondern durch ihre gesellschaftliche Funktion. Sie steht im Dialog mit Pädagogik, Kommunikationswissenschaft, Ökonomie, Soziologie und Informatik. In dieser Interdisziplinarität liegt ihre Stärke: Sie kann kulturelle, soziale und wirtschaftliche Prozesse deuten, kritisch begleiten und kommunikativ moderieren. Am Beispiel Debrecens lässt sich zeigen, dass Germanistik in regionale Entwicklungsstrategien eingebettet werden kann. Die Zusammenarbeit mit Industrie, Stadtverwaltung und Universität erzeugt einen *„Kreislauf der Kompetenzen“*:

- die Wirtschaft profitiert von sprachlich-kultureller Expertise,
- die Universität erhält Praxiszugänge und Forschungsanlässe,
- die Stadt gewinnt kulturelle Attraktivität und soziale Kohäsion.

Diese Art von Wissenskooperation erfordert eine neue institutionelle Haltung: Offenheit, Netzwerkarbeit, Transferfähigkeit. Germanistik kann so zu einem kulturellen Innovationsmotor werden. Mitteleuropäische Germanistik muss sich zugleich stärker internationalisieren. Europäische Forschungsnetzwerke, gemeinsame Masterprogramme, digitale Lehrplattformen und Austauschprojekte können den Austausch zwischen Ost und West intensivieren. Zugleich sollte die Region ihre eigene Expertise selbstbewusst einbringen: die Erfahrung mit Mehrsprachigkeit, Transformationsprozessen und kultureller Vermittlung.

6 Schluss

Die Germanistik in Mitteleuropa steht heute nicht vor einem Niedergang, sondern vor einer Transformation. Ihre Zukunft hängt davon ab, ob sie ihre klassischen Stärken – Sprachbewusstsein, kulturelle Reflexion, historisches Denken – mit den Anforderungen einer vernetzten, digitalisierten und ökonomisierten Welt verbinden kann.

Die Beispiele aus Debrecen zeigen, dass dieser Weg möglich ist: Wenn Germanistik sich als Partnerin von Wirtschaft, Stadt und Gesellschaft versteht, wird sie nicht marginalisiert, sondern gewinnt neue Relevanz. Sie wird zu einer Instanz, die Verständigung, Verantwortung und Werteorientierung in einer Zeit tiefgreifender Umbrüche fördert.

Germanistik bleibt somit ein zentrales Element europäischer Bildung – nicht als nostalgisches Fach, sondern als Schlüsselkompetenz für Zukunftsfähigkeit, Nachhaltigkeit und Humanität.

Literatur

Bachmann-Medick, Doris: *Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften.* Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 2014.

Ertl, Hubert/Klemenčič, Manja (Hg.): *Higher Education in Central and Eastern Europe: The Post-Transition Challenges.* London: Routledge, 2020.

Földes, Csaba: *Deutsch als Wissenschafts- und Wirtschaftssprache in Mittelosteuropa.* Wien: Praesens, 2022.

Kühn, Peter: *Deutsch in Mittel- und Osteuropa: Sprachenpolitik und Sprachrealität.* München: Iudicium, 2018.

Rügg, Walter: *Geschichte der Universität in Europa. Band IV: Vom Zweiten Weltkrieg bis zur Gegenwart.* München: Beck, 2010.

Titzmann, Michael: *Die Zukunft der Germanistik: Disziplin im Wandel.* Stuttgart: Metzler, 2017.

Thomas, Alexander/Kinast, Eva-Ulrike/Schroll-Machl, Sylvia (Hg.): *Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation.* Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2018.

Witte, Arnd/Harden, Theo: *Interkulturelle Kompetenz und Studium Generale.* Frankfurt a. M.: Lang, 2016.

Zierhofer, Wolfgang: *Geisteswissenschaften und gesellschaftliche Verantwortung.* Bielefeld: transcript, 2019.