

Can you say it in English, please?

acidity

flavours

please

fruit

wood

vineyard

you're

welcome



Interaktives Lernen beim Englisch-Workshop für Winzer.

Den Weg zum professionelleren Auftritt im internationalen Kundenkontakt kann man in kleinen Schritten beschreiten. Tipps für Winzer und Co. zum erfolgreichen Umgang mit dem Englisch der Weinfachsprache gibt Nicole Tomberg vom Rhine Valley Institute.

Fotos: Tomberg

- *Winzer: Is this your first time in Germany?*
- *Gast: Well, actually we came here a few years ago for our honeymoon.*
- *Winzer: Oh, how nice. Do you like German wine?*
- *Gast: Yes, we love it / No, we have never tried it.*
- *Winzer: Well, let's have a tasting, shall we?*

Eine kurze Beschreibung des Weinguts könnte der Winzer dann aus der Tasche ziehen, wenn das Englischsprechen nicht so leicht von der Hand geht. Auch dies kann leicht mit der Hilfe von Bekannten und vielleicht mit einer kleinen Investition bei einem Korrektor erstellt werden. Als Vorlage könnte der Text auch auf Webseiten oder Flyer übertragen werden oder auf Messen Verwendung finden. Hier einige typische Sätze, mit denen man das eigene Weingut beschreiben kann:

- *We are a family-owned winery. Our whole family works in the winery.*
- *We have been a family-owned wine estate since 1845.*
- *Our winery has been family-run for 90 years.*
- *We cultivate 20 hectares of vineyards.*
- *Our family owns 10 hectares and we mainly grow Riesling and Pinot Noir.*

Ich höre oft „Ach, bei ins kommt nur ab und zu mal ein englischsprachiger Kunde vorbei“, und wundere mich. Normalerweise ist Winzern jeder Karton wichtig, den er oder sie an einen Kunden verkaufen kann. Warum zählt die Flasche, die an den japanischen, niederländischen oder amerikanischen Kunden gehen könnte, nicht genau soviel? Gut, ich sehe ein, es bestehen wenige Aussichten, dass der Amerikaner noch einmal wiederkommt. Und vielleicht möchte der Winzer auch aufgrund der komplizierten Handelsbestimmungen gar nicht erst in Versuchung kommen, in die USA zu exportieren. Doch wie einmal ein großer Weinmarketingguru in einem seiner Seminare verriet: „Jeder Mensch hat durchschnittlich Kontakt zu 300 anderen Menschen“. Also würde ich es für eine gute Idee halten, an jedes kleine Mosaiksteinchen zu denken.

Wertschätzung zeigen – Wie viel Englisch muss es sein?

Ein einladendes Schild auf Deutsch und Englisch an der Hoftür, eine kurze Weinbeschreibung auf Englisch, das zeugt für den ausländischen Kunden von Interesse und Wertschätzung. Wenn ich im Ausland unterwegs bin, bin ich schließlich auch für jede Hilfe in meiner oder wenigstens irgendeiner allgemein gebräuchlichen Sprache dankbar. Nun ist sicherlich die Frage, wie viel Entgegenkommen kann ich finanzieren, wie hoch kann meine Investition sein und erzeuge ich damit am

Ende einen Profit – monetärer Art oder zum Beispiel durch Steigerung von Ansehen oder Bekanntheit? Dies ist natürlich die Entscheidung eines jeden Weingutes unter Abwägung aller Umstände.

Es gibt leider auch Fälle, in denen der erste Eindruck schon für den deutschen Kunden nicht sauber umgesetzt wird. Da steht die Frage nach einer englischen Ansprache natürlich nur zweitrangig im Raum.

Kleine erste Schritte

Wo fange ich nur an? Diese Frage kann sicherlich nur jedes Weingut für sich selber beantworten. Die Möglichkeiten, wo Englisch als lingua franca, also als ein internationales gemeinsames Kommunikationsmittel eingesetzt werden kann, sind endlos. Kann der Winzer einen englischsprachigen Kunden freundlich auf Englisch begrüßen und zu einer Probe einladen? Ein paar Standardsätze kann man sich hier leicht aneignen, über Freunde, die gut Englisch sprechen, über ein gezieltes Coaching mit einem Englischtrainer oder über ein Englischseminar, das speziell auf Winzer ausgerichtet ist.

Amerikaner können Sie übrigens immer begrüßen mit „Hi, how are you doing?“. Und eine Vorstellung könnte wie folgt ablaufen:

- *Winzer: Hello, my name is Peter Hase-mann. Please call me Peter. Nice to meet you.*
- *Gast: Hi, I'm John, pleased to meet you, too.*

Bei der Probe fehlen die richtigen Worte?

Zum Erlernen der englischen Weinansprache gibt es vielerlei Hilfsmittel, einige davon eignen sich sehr gut für Autodidakten und Menschen mit recht guten Englischkenntnissen, die also schon auf Englisch kommunizieren können. Das Internet bietet eine Fülle von Vorlagen. Der Winzer kann gezielt die Webseiten englischsprachiger Weingüter googeln (Suchworte zum Beispiel *winery* und *Napa Valley*). Er oder sie kann sich für kostenlose Newsletter anmelden, die voller wunderbarer Weinbeschreibungen sind. www.winespec-tator.com bietet zwei Newsletter, www.wine-loverspage.com ist eine andere Möglichkeit. Beim Üben empfehle ich, die Finger von allzu blumeranten und außergewöhnlichen Beschreibungen zu lassen. Es ist sicherer, zumindest für den Anfang, bei den Ausdrücken zu bleiben, mit denen man sicher umgehen kann. Übrigens kann man nicht immer alles eins zu eins übersetzen, denken Sie nur an unser schönes Wort „Straußwirtschaft“ oder

BUCHTIPP

Das Weinwörterbuch
av Buch (Österreichischer Agrarverlag)
ISBN: 978-3-7040-1497-9; Preis: € 17,90

Erhältlich unter ☎ (0 61 72) 7 10 67 77
oder unter www.landmedia.de



Wo soll Englisch eingesetzt werden? Rund ums Weingut gibt es jede Menge Möglichkeiten.

„Besenwirtschaft“. Es lohnt sich, Standardsätze aus den teils recht umfassenden Weinbeschreibungen im Internet herauszufiltern. Zum Beispiel: „*This medium-bodied white shows delicate white peach and melon flavours, with notes of piecrust on the zesty finish. Drink now.*“ (Quelle: *Sips and Tips, newsletter of www.winespectator.com vom 20.10.2009*)

Was ich nun hieraus für alle meine zukünftigen Weinbeschreibungen lernen kann, sind die folgenden Ausdrücke:

- *This XX wine shows YY (Aromen einsetzen), with notes of ZZ (Nebenaroma einsetzen).*

So lassen sich die folgenden Kombinationen bilden:

- *This light-bodied Dornfelder shows beautiful flavours of dark berries, with notes of cherry and a touch of wood.*
- *This full-bodied Merlot shows strong vanilla flavours, with notes of tobacco.*
- *This medium-bodied Riesling shows typical peach flavours, with notes of lime and pineapple and a nice mineral acidity.*

Als Englischtrainerin setze ich mich immer für ein interaktives Lernen ein, bei dem der Teilnehmer auch selbst zur Sprache kommt. Besonders, wenn man sich viel durch Lesen angeeignet hat, ist es meiner Meinung nach wichtig, das Ganze auch zur Anwendung zu bringen. Spezielle Englischseminare für Winzer und Mitarbeiter der Wein- und Touristikbranche können hier helfen. Verschiedene Organisationen wie die Dienstleistungszentren Ländlicher Raum bieten spezielle Englischseminare genau ausgerichtet auf Winzer und die Weinansprache auf Englisch an, Termine für 2010 finden Sie im Infokasten.

Englisch, deutsch oder universell

Bei allem, was man dem Kunden sonst noch so bieten kann, nichts geht über die non-verbale Kommunikation. Manchmal kann man schön erleben, wie Winzer, die eigentlich an schulischen Maßstäben gemessen überhaupt kein Englisch können, ganz wunderbar mit Persönlichkeit, Witz und Charme ihre amerikanischen Besuchergruppen unterhalten. Dann gibt es wiederum die Perfektionisten, die fließend Englisch sprechen und dabei perfekt den Kunden mit technischen Einzelheiten langweilen und es gerade mal zu einem höflichen Lächeln schaffen. Da 80 % der Kommu-

nikation aber non-verbal abläuft, können Sie sich selbst ausrechnen, welche Art der Weinprobe vielleicht besser ankommt. Auch hier gilt zu unterscheiden: geht es ums Vergnügen oder steht vor mir ein Techniker, der meinen Betrieb in Augenschein nehmen will?

Höflichkeit, ein Sprach- und Kulturproblem

Wenn es um das Interkulturelle geht, reagieren manche Menschen schnell gekränkt, weil das eine oder andere Stereotyp nicht gerade auf diesen einen Menschen passt. Leider muss die Wissenschaft, wenn sie Kultur beleuchtet, immer einen Querschnitt durch die Gesellschaft einer Kultur machen und die Regeln herausfiltern, die ein Großteil dieser Gesellschaft vertritt und an seine Nachkommen weitervererbt. In den Stereotypen steckt ein Körnchen Wahrheit, und man kann diese gemessen an der eigenen Wahrheit immer positiv oder negativ interpretieren. So können die „typisch“ deutschen Eigenschaften fleißig, genau und pünktlich positiv ausgelegt werden (schafft viel, gute Qualität, verschwendet keine Zeit) oder negativ (denkt immer nur an die Arbeit, ist nicht locker genug, will immer der Erste sein).

Der Deutsche hat im Vergleich mit anderen Kulturen eine sehr direkte Art. Auch unsere Sprache ist eher direkt und hart und unsere Sprachmelodie ist eher flach. Deswegen hört sich so mancher Brite für uns an, als ob er singt. Höflichkeit drückt sich nicht nur in der richtigen Wahl der Worte, sondern auch in der Sprachmelodie aus. Das bedeutet, Aufforderungen auf Englisch sollten immer als Fragen formuliert und auch als Fragen gesprochen werden – die Stimme muss also am Ende des Satzes fragend nach oben gehen. Das kommt uns Deutschen vielleicht übertrieben vor. Wenn wir dies jedoch nicht betont tun, dann hört der Muttersprachler möglicherweise nur einen Befehlston. Ein Satz sollte deshalb auch nicht mit dem Wort „Please“ beginnen, denn das würde eine Aufforderung einleiten.

Bitten und Aufforderungen können so formuliert werden:

- *Could you speak more slowly, please?*
- *Could you please smoke outside? Thank you.*
- *What time would you like breakfast?*
- *Would it be possible for you to leave the room until 12 o'clock?*

Englisch für Winzer

DLR-Rheinpfalz, Neustadt an der Weinstraße, Englischaufbaukurs „English for winegrowers – wine & food“, 28. und 29. 01. 2010, Anmeldung bei Frau Weick, ☎ (0 63 21) 67 13 10

Campus Geisenheim „Reklamationsmanagement auf Englisch“, 05. 02. 2010, Anmeldungen an ☎ (0 67 22) 50 27 43

DLR-RNH, Oppenheim, Basiskurs „Weinproben auf Englisch“ für Mitarbeiter der Weinbranche, Winzer und Gästeführer, 19. und 20. 02. 2010, Anmeldungen an ☎ (0 61 33) 93 03 29

DLR-Mosel, Bernkastel-Kues Englischseminar „Telefonieren und E-Mails für Winzer“, 26. und 27. 02. 2010, Anmeldungen an ☎ (0 65 31) 95 64 12

DLR-RNH, Oppenheim, Aufbau- und Konversationskurs „Englisch für Winzer und Gästeführer“, 12. und 13. 03. 2010, Anmeldungen an ☎ (0 61 33) 93 03 29

DLR-RNH, Oppenheim, Intensivseminar „Reklamationsmanagement auf Englisch“, 16.04. 2010, Anmeldungen an ☎ (0 61 33) 93 03 29

DLR-RNH, Oppenheim, Intensivseminar „Telefonieren und E-Mails für Winzer“, 27. 04. 2010, Anmeldungen an ☎ (0 61 33) 93 03 29

„Please“, „thank you“, „you're welcome“ und „sorry“ gehören übrigens zu den wichtigsten Worten der englischen Sprache.

Fazit: Der Ton macht (auch) die Musik

Es gibt keine Standardregel, die für alle Fälle gilt. Aber ich empfehle, ausländischen Gästen und Kunden einen entgegenkommenden Empfang zu bereiten, mit kleinen Investitionen dem Kunden Interesse zu bekunden und dabei professionell zu sein, immer ein besonderes Augenmerk auf Enthusiasmus und ein Lächeln zu legen, und auf jeden Fall immer betont noch höflicher zu sein, als es einem natürlich erscheint. ■

ZUR AUTORIN

Nach jahrelanger Tätigkeit im Export, auch in einer Weinkellerei, und einer Zusatzausbildung zur Suggestopädin, hat **Nicole Tomberg** 2005 die englische Sprache zum Beruf gemacht. Dabei unterstützt sie nicht nur Unternehmen und Privatpersonen mit individuell gestaltetem Englischtraining. Ihr besonderes Interesse gilt dem Englisch der Weinansprache. In diesem Bereich führt sie Trainings durch, ist Dozentin an der Fachhochschule Geisenheim und übersetzt im Bereich Tourismus und Weinwirtschaft.