

kommen. Die Dame am Bahnhofschalter versteht nur „tourist information“ und gestikuliert, in welche Richtung wir gehen sollen. Ihre knappe Antwort: „Ten minutes!“ (zehn Minuten). Nicht vorhanden sind weitere Sprachkenntnisse oder Kollegen, die aushelfen könnten. Das war die Situation 2012. In diesem Jahr ein ähnliches Bild. Am Auszubildenden-Schalter sitzt eine junge Dame. Bereits beim Stichwort „Tourist Information“ schaut sie, als wäre dies ein Fremdwort für sie. Eine Kollegin hilft ihr auf Deutsch, verlässt dann aber zügig den Schalter. Den Weg versucht die Auszubildende danach mit einfachen und nicht zusammenhängenden Worten zu erklären. Angekommen wären wir vielleicht, da uns Anhaltspunkte, wie Alle-Center und ein Fastfood-Restaurant, genannt werden.

Fazit: Mitarbeiter sind bemüht, Niveau der Auskunft: ausweichend

2. Station – MVB

Wir besuchen die MVB-Verkaufsstelle am Hauptbahnhof und fragen dort, wie wir mit der Straßenbahn zum Dom gelangen können. Im letzten Jahr führ uns die erste Mitarbeiterin an, dass sie kein Englisch könne. Demonstrativ hatte sie sich einfach von uns weggedreht. Wir probierten es damals beim Kollegen am Schalter nebenan, der uns mit Hilfe eines Passanten die gewünschte Auskunft geben konnte.



Jahr bleiben sie jedoch freundlich, aber die Kenntnisse haben sich nicht merklich verbessert. Die erste Kollegin versucht, uns auf Deutsch begrifflich zu machen, dass sie kein Englisch kann. Die zwei anderen Kollegen, die sich am Tisch darüber unterhalten, dass sie kein Interesse daran haben, englischsprachigen Touristen zu helfen, kommen nicht zu Hilfe. Erst auf Nachfrage unse-

reiset, ob die Mitarbeiterin jemanden anderen fragen kann, tritt eine Mitarbeiterin vor, die ein wenig Englisch spricht und uns zum Museum lotst. Vielleicht kann das Service-Center in der Otto-von-Guericke-Straße besser punkten, denken wir uns, da hier die Möglichkeiten größer sind, in der Zentrale jemanden zu finden, der Grundkenntnisse in Englisch besitzt. Ein Pförtner begrüßt uns. Ihn fragen wir erneut, wie wir mit der Bahn zum Dom gelangen. Dieser sagt nur: „Ich kann kein Englisch, ich versteh euch nicht!“ und lehnt sich zurück. Da wir natürlich „nicht verstehen“, fragen wir nach. Ungehalten schimpft er, dass ihm „das alles auf den Sack“ gehe, steht auf und zeigt einfach nur auf die Straße in Richtung des nebenan liegenden Service-Centers, so dass ein ausländischer Gast diese Gestik auch als Rauswurf verstehen könnte. Das Service-Center ist an diesem Tag geschlossen.

Fazit: Mitarbeiter leider nicht sehr freundlich; haben schlechte

hier fragen wir nach dem Dom. Die freundliche junge Mitarbeiterin schaut uns hilflos an und entschuldigt sich mehrfach mit „Sorry“. Jedoch versucht sie, uns auf Englisch zu erklären, dass wir im Maritim-Hotel nachfragen sollen und zeigt uns den Weg.

Fazit: sehr freundlich, Auskunft aber leider dürftig

4. Station – Tourist-Information

Die nächste Station ist der Anlaufpunkt für Besucher – die Tourist-Information in der Ernst-Reuter-Allee. Wir wollen uns nach den wichtigsten Sehenswürdigkeiten erkundigen. Zwar konnte die Dame im vergangenen Jahr nicht gut Englisch, aber sie bemühte sich, uns mit Hilfe einer englischen Karte den Weg zu erklären.

Beim diesjährigen Test dieselbe Frage. Sprachlich kompetenter wirkt die Mitarbeiterin allemal – nicht perfekt, jedoch verständlicher. Über die Sehenswürdigkeiten, die uns in beiden Jahren genannt werden, lässt sich jedoch streiten. Wieder Rathaus, „Golden Rider“, Dom und Hundertwasserhaus – Fehlzanzeige wieder bei der Johanniskirche mit Aussichtspunkt, Gewächshaus oder Elbauenpark, welche auch Höhepunkte eines Ausfluges sein könnten. Wie im Jahr zuvor gibt es aber zumindest wieder die englische Karte umsonst dazu.

Fazit: Die Auskunft war in Ordnung; die Mitarbeiter bemühen sich durchaus, uns zu helfen

versteht, gibt uns aber weder Flyer noch eine Adresse, wo wir die Informationen bekommen können. Wir gehen also ohne jede Informationen durch den Dom und bemerken, dass auch die Tafeln mit geschichtlichen Daten nur auf Deutsch zu finden sind. 50 Meter vom Dom entfernt finden wir jedoch eine Tafel mit Daten, die sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch informiert.

In diesem Jahr versteht eine freundliche Mitarbeiterin selbst eingedeutschte Worte, wie Tour oder Flyer nicht, gibt uns jedoch ein dickeres Heft mit Daten zum Dom auf Englisch. Wir wollen dieses mitnehmen, doch hier reagiert sie prompt mit „No, no“ und zeigte auf das deutsche Heft, welches mit 3,50 Euro ausgepreist ist. Einen englischen Flyer erhalten wir nicht. Auch sind die Tafeln im Dom mit Daten und Fakten immer noch nicht auf Englisch nachzulesen.

Fazit: Freundlich und bemüht, aber Auskünfte leider nur auf Deutsch

6. Station – Grüne Zitadelle

Wir sind zu Gast in der Grünen Zitadelle – dem Hundertwasserhaus. Hier wollen wir im Innenhof liegenden Shop wissen, wann die nächste englischsprachige Führung ist. Leider kommen wir nicht dazu, denn schon bei der Frage, ob man Englisch spreche, werden wir mit den Worten „Nix Englisch, sorry“ und einer zuckenden Schulter abgefertigt. Wir verlassen den Laden ohne Informationen.

Neues Jahr, neuer Versuch:

englischen Führung. Uns wird gesagt, dass keine englischen Führungen mehr direkt organisiert werden, jedoch ein Drittanbieter diese übernehmen – jedenfalls verstehen wir das so. Wir fragen noch mal explizit nach. Der Mitarbeiter zeigt uns einen Informationsflyer, jedoch auf Deutsch und wir verlassen das Geschäft. Wir schauen im Internet nach. Unter www.gruene-zitadelle.de finden wir unter dem Punkt „Führungen“ die Auflistung, dass Führungen angeboten werden und mit einem Fremdsprachenzuschlag sogar in Englisch, Russisch und Spanisch möglich sind.

Am Telefon fragen wir nach. Dort heißt es plötzlich, dass gar keine spanischen, sondern Führungen auf Französisch angeboten werden – anders als im Internet angegeben.

Fazit: Freundlichkeit akzeptabel; Auskünfte zum Teil leider widersprüchlich

7. Station – Rufnummer 115

Zum Abschluss versuchen wir es bei der zentralen Behördennummer 115.

Am Apparat getarnt als Studentin, die einen neuen Pass beantragen will. Leicht holprig, aber freundlich und kompetent wurde letztes Jahr der Vorgang erklärt und sogar nachgefragt, ob ein Termin vereinbart werden soll. Auch in diesem Jahr gibt es wieder eine englische, zwar nicht perfekte, jedoch verständliche Auskunft zur selben Fragestellung.

Fazit: Freundliche Mitarbeiter und korrekte Auskunft

Französisch und Russisch an.“ MVB-Sprecherin Juliane Kirste

„Die Sprachkompetenz einzelner Mitarbeiter ist verbesserungswürdig. Daran arbeiten wir als Arbeitgeber ständig, indem wir Sprachkurse für unsere Mitarbeiter durchführen bzw. individuelle Weiterbildungen fördern und fördern.“ Herbergsleiter Ralf Heydecke

„Wir schulen unsere Mitarbeiter regelmäßig im Umgang mit der englischen Sprache, alle Mitarbeiter verfügen zumindest über Basis-Kenntnisse, einige über erweiterte Kenntnisse. Zudem setzen wir immer wieder ausländische Praktikanten ein. Das Thema der Fremdsprachigkeit ist für uns sehr wichtig, und es wird kontinuierlich an einer Verbesserung gearbeitet. Dass wir mit unserem Marketing-Team regelmäßig fremdsprachige Reisejournalisten betreuen und ausländische Reiseveranstalter ansprechen bzw. über diverse Fremdsprachige Gästeführer verfügen,

Stephen Gerhard Stehli, Vorsitzender der Evang. Domgemeinde Magdeburg

„Wirft man einen Blick auf die Nationalitäten unserer Besucher, stehen sehr weit vorne Niederländer, Polen, Franzosen und Spanier. Engländer bzw. Englisch als Sprache taucht hierbei erst später auf. Dies sieht man v. a. bei unseren Privatgruppenführungen. Englischsprachige Führungen werden bei uns nur 2-3 mal im Jahr gebucht. Spanisch- und Französischsprachige Führungen jedoch 12-14 mal. Um dem gerecht zu werden, spricht unsere Mitarbeiterin gut Spanisch, spricht aber jedoch sehr wenig/kaum Englisch. Vielleicht hätten Sie Ihren Test nicht ganz so eng planen sollen. Vor allem, weil auch Spanisch zu einer Weltsprache gehört und wir uns in unserem Shop mit unseren Angeboten diesem Markt angepasst haben.“ Patrick Knobbe-Berlt, Geschäftsführer der „Information“ in der Grünen Zitadelle von Magdeburg

Nachgefragt Wie viel Englisch muss sein?

Gespräch mit Tourismusforscher Prof. Dreyer

Ein durchwachsenes Ergebnis brachte unser Test an wichtigen Anlaufstellen für Touristen. Dazu baten wir Prof. Dr. Axel Dreyer, Direktor des Instituts für Tourismusforschung von der Hochschule Harz, um eine kurze Einordnung.



Prof. Dr. Axel Dreyer

handen sein. Beispielsweise sollten die Mitarbeiter der MVB die wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Stadt und den Weg mit der Bahn dorthin benennen können. Das sind Grundkenntnisse, die durch die Arbeitgeber geschult werden können und müssen.

Volksstimm: Was können fehlende Kenntnisse für die Stadt touristisch bedeuten? Prof. Dreyer: Das Image der Landeshauptstadt kann sich unter dem Eindruck mangelnder Verständigungsmöglichkeiten verschlechtern, denn die Stadt lebt von besser gebildeten Kulturtouristen und Geschäftsleuten, die Englischkenntnisse voraussetzen. Umgekehrt vermitteln Fremdsprachenkenntnisse den Gästen, wollen kommen zu sein. Im hartem Wettbewerb der Städte um Touristen ein nicht zu vernachlässigender Aspekt.

Volksstimm: Wie viel Englischkenntnisse sollten an touristischen Orten vorhanden sein? Prof. Dreyer: Wenn nur jeder fünfte bis zehnte Tourist kein Deutsch spricht, wäre es schon von Vorteil, wenn er vor Ort Auskünfte in Englisch erhält. Das würde die Stadt sympathischer erscheinen lassen und den Tourismus weiter antreiben.

Volksstimm: Wie tiefgründig müssen die Kenntnisse sein? Prof. Dreyer: Es ist nicht nötig, perfekt und fließend Englisch zu sprechen, jedoch sollten grundlegende Kenntnisse aus dem jeweiligen Bereich vor-

handen sein. Beispielsweise sollten die Mitarbeiter der MVB die wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Stadt und den Weg mit der Bahn dorthin benennen können. Das sind Grundkenntnisse, die durch die Arbeitgeber geschult werden können und müssen.

Ankünfte und Übernachtungen von Touristen	
Sachsen-Anhalt (Jahr 2012)	gen einschließlich Camping)
- Ankünfte insgesamt: 2.953.302	
- Übernachtungen insgesamt: 7.353.676	
- Ankünfte Ausland: 221.467	
- Übernachtungen Ausland: 531.699	
Magdeburg (Jahr 2012)	
- Ankünfte insgesamt: 316.625	
- Übernachtungen insgesamt: 553.733	
- Ankünfte Ausland: 37.928	
- Übernachtungen Ausland: 76.041	
(*Ankünfte und Übernachtungen einschließlich Camping)	
Die meisten ausländischen Touristen kamen 2012 aus:	
Niederlande	
Skandinavien und England	
Schweiz/Österreich	
Litauen	
Polen	
Tschechien	
Frankreich	
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt (www.statistik.sachsen-anhalt.de/download/statberichte/6G401_m_2012_12.pdf)	

Das Test-Fazit Otto muss noch viel lernen

Der Test sollte die Stadt und die getesteten Institutionen nicht bloßstellen, sondern die Touristenfreundlichkeit von wichtigen Anlaufstellen internationaler Gäste aufzeigen. Als wir vergangenes Jahr den Test erstmals durchführten, dachten wir nicht, dass dieser so negativ ausfallen würde, was uns überraschte und vor allem erschreckte. Die Örtlichkeiten, die täglich mit Touristen zu-

tun haben, haben in puncto Sprachkenntnisse noch deutlichen Nachholbedarf, so das Ergebnis seinerzeit. Im Vergleich zum ersten Versuch im Herbst 2012 gab es auch beim zweiten Test in diesem Jahr leichte Verbesserungen, aber kein extrem abweichendes Ergebnis – und das obwohl die Verantwortlichen im letzten Jahr über die Ergebnisse in Kenntnis gesetzt wurden. Wir hatten nicht erwartet, dass je-

perfekt Englisch sprechen kann und mit uns ein langes Gespräch führt, jedoch mindestens freundliches und hilfsbereites Entgegenreten. Dazu bedarf es ja auch keiner großen Anstrengungen. Aber: Wenn Magdeburg wirklich eine Kulturtouristenstadt werden will, was mehr Touristen anlocken würde, muss (um mit der Magdeburger Dachmarke zu sprechen) Otto doch noch viel lernen – und zwar gerade auch Englisch.