



Dear engineer,

es war immer eine Mischung aus Freude und Unsicherheit, wenn mich während meiner Zeit als Ingenieur mein Arbeitgeber mal wieder ins Ausland geschickt hat. Freude darauf, meinen Horizont erweitern und neue Menschen und Denkweisen kennen lernen zu dürfen. Unsicherheit darüber, ob mein Fachenglisch wirklich ausreicht und ob ich mich gegenüber Geschäftspartnern aus anderen Kulturkreisen auch richtig verhalten würde. Ein Gefühlsmix, den viele von Ihnen sicher nur allzu gut kennen.

Was tun gegen diese Unsicherheit? Sicher, Sie können Englischkurse besuchen, oder Selbststudium mit Kassettenrekorder und Computer betreiben. Sie können Reiseführer und Artikel über das Zielland lesen. Und wenn Sie Glück haben entdecken Sie hier und da auch mal Vokabeln, Redewendungen und Reise- und Verhaltenstipps, die für Sie als Ingenieur von Belang sind. Doch die wenigsten von Ihnen werden vor Ihrer Abreise Zeit für solch intensive Studien haben.

So entstand die Idee **engine** zu machen. Die Idee, Ihnen das Suchen abzunehmen, und genau das in ein Magazin zu packen, was Ingenieure, die im Ausland oder mit Ausländern arbeiten, wirklich brauchen: Fachwörter und Fachwissen auf Englisch, Erfahrungsberichte, Tipps zum interkulturellen Umgang und natürlich Sprachübungen, zugeschnitten auf die Alltagssituationen von Ingenieuren. Damit die Freude dabei nicht zu kurz kommt, haben wir noch die besten Technikgeschichten aus Fach- und Firmenzeitschriften ausgesucht, um Sie regelrecht zum Lesen – und Lernen – zu verführen.

Wir, das sind die Macher der Industriemagazine aus dem Hause Hoppenstedt und die Spezialisten für Business Communication von der European Business School. Zusammen haben wir uns vorgenommen, Ihnen Sprach- und Praxiswissen ohne erhobenen Zeigefinger zu bieten. Lesen Sie selbst. Viel Spaß dabei.

Matthias Meier Chefredakteur

P.S: Dieses Heft ist eine verkürzte Leseprobe, sozusagen die Quintessenz all unserer Ideen und guten Absichten. Haben wir Ihre Erwartungen erfüllt? Schreiben Sie uns: Ihr Lob freut uns, Ihre Kritik aber spornt uns an. Machen Sie engine zu Ihrem Heft.



Dear engineer,

somehow, Engineering English missed the wave of language teaching innovation which swept Business English to world-wide commercial success. Its specialised vocabulary is of limited interest to publishers who, having committed their resources to Business English are happy to sit back and enjoy the lucrative returns.

Reasons for this lack of interest are easy to find. Much of the specialised matter is incomprehensible to non-engineers. It also poses a big problem for teachers. Compare this to Business English. Everyone is a consumer of brands; everyone needs to budget: the basic concepts are accessible.

The vocabulary of your typical "educated layperson", however, does not include words like *light-emitting plastic films*. Worse, content is as demanding as vocabulary, so it's not easy to reduce engineering English to a generalised and superficial – but teacher-friendly – product. No: Engineering is a hard discipline, a profession with its own culture and, stereotypically, an ambiguous relationship towards language learning.

But that needn't be the end of it. People want and need to communicate at work. They need to instruct, to advise, to persuade or to sell. Language is conveyed through the same range of media as in Business English. In this sense, an engineer is no different from a marketing manager. They need the same skills. The core vocabulary is the only difference.

In **engine**, you have the best of both worlds. On the one hand, the magazine is from Hoppenstedt, publisher of leading engineering magazines. On the other, the European Business School has 30 years' experience of teaching and learning languages – especially English – as a management tool, a communicative instrument or a set of skills which can be learnt like any other.

Make the best of this unique combination to extend and deepen your vocabulary, to practice your communicative skills and to stimulate your intercultural competence. And make sure you have fun while you're doing it.

Anthony Lee,
Head of Centre for Business Languages, ebs

editorial