

Bericht als Textsorte in einem ausgewählten österreichischen Online-Wirtschaftsmagazin. Sprachliche Analyse

Andrea Bukovská

Bachelorarbeit
2016



Tomas Bata University in Zlín
Faculty of Humanities

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav moderních jazyků a literatur
akademický rok: 2015/2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Andrea Bukovská**
Osobní číslo: **H13604**
Studijní program: **B7310 Filologie**
Studijní obor: **Německý jazyk pro manažerskou praxi**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Zpráva jako typ textu ve vybraném rakouském internetovém ekonomickém magazínu. Jazyková analýza**

Zásady pro vypracování:

Charakteristika textového typu zpráva
Nástin vzniku a vývoje internetových časopisů
Definice, vývoj a členění odborného jazyka
Vymezení pojmu hospodářský jazyk a jeho rysy
Jazyková analýza vybraných textů
Vyhodnocení výsledků

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

BURGER, Harald. Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien. Berlin: Walter de Gruyter, 2005. ISBN 3-11-0173553-0.

ROELCKE, Thorsten. Fachsprachen. Berlin: Erich Schmidt, 2010. ISBN 978-3-503-12221-9.

SCHNEEWEIß, Josef. Journalistische Wirtschaftssprache in Österreich: Unter besonderer Berücksichtigung der Tendenzen, Austriazismen, Neologismen, Internationalismen, Metaphern und Phraseologismen. Wien: Ed. Praesens, 2000. ISBN 3-7069-0039-4.

SPACHMANN, Klaus. Wirtschaftsjournalismus in der Presse: Theorie und Empirie. Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft, 2005. ISBN 3-89669-480-4.

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Renata Šilhánová, Ph.D.

Ústav moderních jazyků a literatur

Datum zadání bakalářské práce:

13. listopadu 2015

Termín odevzdání bakalářské práce:

6. května 2016

Ve Zlíně dne 12. ledna 2016


doc. Ing. Anežka Lengálová, Ph.D.
děkanka




PhDr. Katarína Nemčoková, Ph.D.
ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 30.04.2016

..... Buberska'

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpirá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užití či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRACT

Die vorliegende Bachelorarbeit befasst sich mit der sprachlichen Analyse der Textsorte Bericht in einem österreichweit verbreiteten Online-Wirtschaftsmagazin. In dem theoretischen Teil wird die Aufmerksamkeit auf die Begriffserklärung der Textsorte sowie auf die einzelnen Presse-Textsorten, vor allem auf den Bericht, gerichtet. Die Arbeit konzentriert sich auch auf den Entwicklungsprozess der elektronischen Zeitschriften. Neben der terminologischen Klärung des Begriffes Fachsprache und ihrer Schichtung widmet sich die Arbeit der Definition der Wirtschaftssprache und ihrer Schichtung. Der praktische Teil beschäftigt sich mit der Vorstellung des Magazins trend. und mit der Analyse der fünf Berichte aus diesem Wirtschaftsmagazin. In der Analyse wird die Erfüllung der insgesamt sieben festgelegten Kriterien überprüft. Schließlich werden die Ergebnisse der Analyse zusammengefasst.

Schlüsselwörter: Textsorte, Bericht, elektronische Zeitschriften, Fachsprache, Wirtschaftssprache, trend.

ABSTRACT

The bachelor thesis deals with the language analysis of the text type called report which is part of an Austrian online economic journal. The theoretical part focuses on the definition of text type as such, as well as on the press-text types, especially on the report. The work also focuses on the development process of electronic journals. The term professional language is being dealt in the theoretical part as well as its classification and both the definition of the economic language and its division are also one of the objects of the work. The practical part is devoted to the introduction of the online economic journal trend. and to the analysis of five reports from this business magazine. There are set seven criteria, fulfilment of which is explored in the practical part. At the end of the thesis, the results of the analysis are summarized.

Key words: text type, report, online journals, professional language, economic language, trend.

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá jazykovou analýzou typu textu „zpráva“ jednoho rakouského internetového ekonomického magazínu. V teoretické části je pozornost věnována vysvětlení pojmu typ textu, rovněž i jednotlivým žurnalistickým typům textů, zejména zprávě. Práce se také zaměřuje na proces vývoje elektronických časopisů. Kromě terminologického objasnění pojmu odborný jazyk a jeho dělení se práce věnuje také definici ekonomického jazyka a jeho členění. Praktická část se zabývá představením magazínu trend. a analýzou pěti zpráv z tohoto ekonomického časopisu. Analýza prověřuje, zda vybrané texty splňují sedm stanovených kritérií. Nakonec budou výsledky analýzy shrnuty.

Klíčové slova: typ textu, zpráva, elektronické časopisy, odborný jazyk, ekonomický jazyk, trend.

DANKSAGUNG

An dieser Stelle möchte ich Frau Mgr. Renata Šilhánová, Ph.D. danken, die meine Arbeit durch ihre fachliche und persönliche Unterstützung begleitet hat.

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	10
I THEORETISCHER TEIL	11
1 TEXTSORTEN	12
1.1 DEFINITION DES BEGRIFFES TEXTSORTE	12
1.2 SCHICHTUNG DER PRESSE-TEXTSORTEN	12
1.2.1 Meldung	13
1.2.2 Bericht	14
1.2.3 Kommentar.....	16
1.2.4 Reportage	16
1.2.5 Interview	16
2 ELEKTRONISCHE ZEITSCHRIFTEN	18
2.1 DIE ERSTE ENTWICKLUNGSPHASE DER ELEKTRONISCHEN ZEITSCHRIFTEN.....	18
2.2 DIE ZWEITE ENTWICKLUNGSPHASE DER ELEKTRONISCHEN ZEITSCHRIFTEN	20
2.3 DIE DRITTE ENTWICKLUNGSPHASE DER ELEKTRONISCHEN ZEITSCHRIFTEN	21
3 FACHSPRACHE	23
3.1 DEFINITION DES BEGRIFFES FACHSPRACHE.....	23
3.2 DIE SCHICHTUNG DER FACHSPRACHEN	24
3.2.1 Horizontale Schichtung.....	25
3.2.2 Vertikale Schichtung.....	26
4 WIRTSCHAFTSSPRACHE	28
4.1 DEFINITION DER WIRTSCHAFTSSPRACHE	28
4.2 SCHICHTUNG DER WIRTSCHAFTSSPRACHE	29
II PRAKTISCHER TEIL	32
5 WIRTSCHAFTSMAGAZIN	33
5.1 WIRTSCHAFTSMAGAZIN TREND.....	33
5.2 TREND.AT.....	35
6 EINFÜHRUNG IN DIE ANALYSE UND ZIEL DER ARBEIT	37
7 ANALYSE DER TEXTEN	39
7.1 ANALYSE DES ERSTEN TEXTES	39
7.2 ANALYSE DES ZWEITEN TEXTES	43
7.3 ANALYSE DES DRITTEN TEXTES	47
7.4 ANALYSE DES VIERTEN TEXTES	51
7.5 ANALYSE DES FÜNFTEN TEXTES.....	56
8 ZUSAMMENFASSUNG DER FÜNF ANALYSEN	61
SCHLUSSBETRACHTUNG	64
LITERATURVERZEICHNIS	66
SYMBOL- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	70
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	71
TABELLENVERZEICHNIS	72

EINLEITUNG

Heutzutage ist es wichtig, nicht nur für die Leute, die im Gebiet der Ökonomie tätig sind, sondern auch für die Laien, die sich für Wirtschaft interessieren, immer die aktuellsten und objektiven Informationen zu gewinnen. Aufgrund der Tatsache, dass die Online-Zeitschriften immer per Smartphone oder Notebook zugänglich sind und auch die Dienste anbieten, die die Printversionen nicht anbieten können, greifen die Leser in den letzten Jahren immer öfter nach den Online-Wirtschaftsmagazinen.

Diese Arbeit befasst sich mit der sprachlichen Analyse der Textsorte Bericht aus dem österreichischen Online-Wirtschaftsmagazin *trend.*, das die zeitbezogene Auskünfte aus verschiedenen Themenbereichen wie Wirtschaft, Geld, Politik oder Kultur, bietet. Viele Artikel, die in den Wirtschaftsmagazinen vorkommen, können der Textsorte Bericht zugeordnet werden und deshalb wird sich diese Arbeit besonders an diese Typen von Texten beziehen. Das Ziel dieser Arbeit ist, mittels der Analyse der fünf Berichte aus dem Online-Wirtschaftsmagazin *trend.* festzustellen, ob sie die sieben ausgewählten Kriterien, die für sie typisch sind, erfüllen. Bei der Analyse wird die Erfüllung der vier ausgesuchten Merkmale der Textsorte Bericht untersucht. Zugleich wird aus dem sprachlichen Gesichtspunkt das Vorkommen der fachsprachlichen Ausdrücken und Anglizismen sowie die Einhaltung des journalistischen Aufbaus beobachtet.

In dem theoretischen Teil der Arbeit wird die Aufmerksamkeit zuerst auf die Charakteristik der einzelnen Textsorte mit dem Schwerpunkt Bericht gerichtet. Im Fokus des zweiten Kapitels steht der Prozess der Entstehung beziehungsweise der Entwicklung der Online-Zeitschriften. Nachfolgend konzentriert sich der theoretische Teil der Arbeit auf die terminologische Klärung des Begriffes Fachsprache und kurz auf ihre Entwicklung und Gliederung. Das letzte Kapitel des theoretischen Teils orientiert sich auf die Definition des Terminus Wirtschaftssprache und auf ihre Schichtung.

Im praktischen Teil wird zuerst das ausgewählte Wirtschaftsmagazin *trend.* vorgestellt. Anschließend wird die Arbeit der Einführung in die Analyse gewidmet und dann wird die sprachliche Analyse der ausgewählten Berichte durchgeführt. Schließlich wird die Auswertung der Ergebnisse der Analyse präsentiert.

Der Grund für die Auswahl des Themas meiner Bachelorarbeit war die enge Verbindung mit meinem Studiengang und meinem persönlichen Interesse immer auf dem Laufenden über das Geschehen in der Welt, zum Beispiel auch im Wirtschaftsbereich, zu bleiben.

I. THEORETISCHER TEIL

1 TEXTSORTEN

Im Hinblick auf das Thema meiner Bachelorarbeit, die sich mit der sprachlichen Analyse der Textsorte Bericht in einem ausgewählten österreichischen Online-Wirtschaftsmagazin befasst, würde ich gern im diesen Kapitel zuerst den Begriff Textsorte allgemein definieren und nachfolgend die Textsorten, die für den journalistischen Stil bzw. für die Online-Zeitschriften typisch sind, näherbringen.

1.1 Definition des Begriffes Textsorte

Nicht nur mit dem oben erwähnten Begriff Textsorte, sondern auch mit der Bezeichnung Text beschäftigt sich eine relativ junge Disziplin der Linguistik, und zwar die Textlinguistik. Dieses Gebiet linguistischer Forschung steckt die Grenzen zwischen den einzelnen Texten ab und befasst sich sowohl mit der Klassifizierung von Texten, als auch mit den verschiedenen Arten der Texte. Die Zentralfrage innerhalb der Textlinguistik ist es, die sprachliche „Größe Text“, zu definieren, also durch welche Merkmale sich ein Text von einem „Nicht Text“ differenziert. Außerdem werden im Rahmen der Textlinguistik auch der Aufbau und die Struktur der Texte analysiert. (vgl. Linke/Nussbaumer/Portmann, 2004)

Unter dem Begriff „Textsorte“ versteht man im Rahmen der Textlinguistik „[...]Gruppen von Texten, die sich durch bestimmte Bündel von Merkmalen auszeichnen [...].“ (Linke et al., 2004, S. 278)

Es gibt eine Menge der Kriterien aufgrund welcher einzelnen Texte zu den entsprechenden Textsorten zugeordnet werden können. Man kann sogar die Textsortenmerkmale auf unterschiedlichen Perspektive untersuchen wie z.B. aus dem Standpunkt der Wortwahl, dem Thema, der Art und Häufigkeit der Satzbaumustern usw. (vgl. Linke et al., 2004)

1.2 Schichtung der Presse-Textsorten

Die Arbeit der Journalisten ist ein Prozess, der aus mehreren Teilen besteht. Am Anfang müssen die Journalisten zu gewissem Thema vielfältige Informationen aus verschiedenen Quellen sammeln und nachfolgend diese zu bearbeiten. Nachdem die resultierenden Texte von der Redaktion genehmigt werden, können diese für Leser zur Verfügung gestellt werden. Das Ergebnis dieses Prozesses ist ein Text, dessen Inhalt die Darstellungsform bestimmt.

Burger gliedert die wichtigsten informations- und meinungsbetonten Textsorten folgendermaßen:

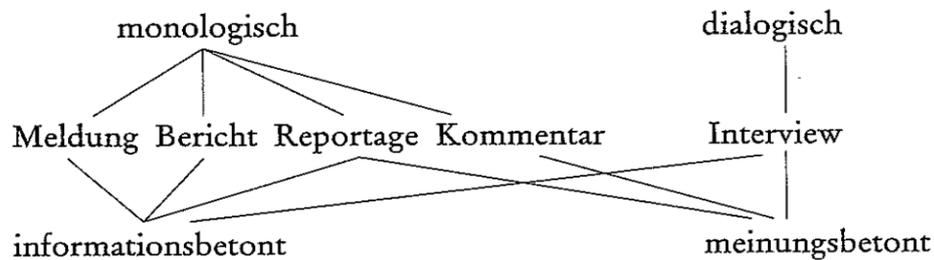


Abb.1.: Die wichtigsten informations- und meinungsbetonten Textsorten im Überblick

(Burger, 2005, S. 213)

Anhand dieser Gliederung werden im Folgenden die 5 Typen von einzelnen Textsorten näher beschrieben.

1.2.1 Meldung

Die Textsorte Meldung zeichnet sich dadurch aus, dass sie vor allem aus den Facts besteht. Im Vergleich zu anderen Textsorten ist die Meldung am kürzesten, und gleichzeitig gilt sie für die simpelste Textsorte. (vgl. Burger, 2005)

Aufgrund des Fakts, dass der Zweck der Meldung die Vermittlung der Tatsachen ist, werden in der Meldung nach Kerstin Liesem folgende sieben W-Fragen beantwortet,

„Wer ist beteiligt?

Was ist geschehen?

Wann ist etwas geschehen?

Wo hat sich das Geschehen ereignet?

Wie ist etwas geschehen?

Warum ist es geschehen?

Woher stammt die Information, wer ist die Quelle?“ (Liesem, 2015, S. 56)

Burger führt in seinem Buch „Mediensprache - Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien“, noch weitere Beschreibungen der Textsorte Meldung an, wie z. B.: Der Verfasser der Meldung ist nicht angeführt. Die Meldung muss weder einen Zusammenhang mit den anderen Texten innerhalb derselben Zeitung, noch

eine Anschauung beweisen. Was die Form der Meldung anbelangt, kann man in der Meldung eine Schlagzeile finden, aber keinen Vorspann. Die Struktur des Textes verfolgt das Prinzip der „umgekehrten Pyramide“. Nach diesem Prinzip werden die wichtigsten Informationen gleich am Anfang des Texts vorgestellt, während die anderen Informationen im übrigen Text zu finden sind. (vgl. Burger, 2005)

Ehemaliger Chefredakteur der größten regionalen österreichischen Tageszeitung,- „Kleine Zeitung“, Fritz Csoklich bezeichnet die Meldung als die „kleine Schwester“ der Nachricht und fasst die Informationen über die Meldung nachfolgend zusammen: „In etwa 10 bis 25 Zeilen übermittelt sie die wichtigsten Facts - oft nur die journalistischen W's.“ (zit. nach Schneeweiß, 2000, S. 28)

1.2.2 Bericht

Mit der Bezeichnung Bericht ist eine Textsorte gemeint, die als das Hauptgenre solcher Texten gilt, die vor allem die Informationen übermitteln. (vgl. Burger, 2005)

Fritz Csoklich stellt die Definition der Textsorte Bericht solchermaßen dar: „Der Bericht ist der anspruchsvollere, wesentlich „größere Bruder“ der Nachricht. Der Bericht... vermeidet die phantasievolle Subjektivität, er bemüht sich, wie die Nachricht, um eine sachliche Darstellung, nimmt aber doch manch Atmosphärisches in sich auf und verleugnet die persönliche Handschrift seines Autors auch nicht ganz.“ (zit. nach Schneeweiß, 2000, S. 32)

Der Bericht verfügt neben den Elementen, die ebenfalls für die Meldung typisch sind, noch über andere Merkmale, welche u.a. dafür Sorge tragen,

„dass der Verlauf des Ereignisses beschrieben wird,

dass Vorgeschichte und Folgen des Ereignisses mitgeteilt werden,

dass das Ereignis in relevante Zusammenhänge (z. B. soziale, historische, politische, kulturelle) eingeordnet wird.“ (zit. nach Burger, 2005, S. 214)

Da die Textsorte Bericht in Anbetracht des Inhalts mehr Informationen als Meldung umfasst, ist sie im Gegensatz zur Meldung qualitativ länger. Obwohl die Textsorte Bericht eine tatsachenbetonte Darstellungsform ist, kommen hier mehrere Kommentare vor. (vgl. Burger, 2005)

Die klassische Form des Berichts wird laut Burger in 3 Elemente gegliedert, und zwar „[...]Schlagzeile (ein-oder mehrteilig), Vorspann (Lead) und Fließtext (Haupttext, Body).“ (Burger, 2005, S. 214). Hinsichtlich des Aufbaus der Textsorte Bericht steht an der ersten Stelle eine Schlagzeile bzw. Überschrift und dann folgt ein Vorspann, der den Inhalt des Artikels kurz zusammenfasst. Der Vorspann ist meistens in fett gedruckter Schrift oder in größerer Schrift als der Fließtext geschrieben. Der Vorspann bzw. Lead ist vom Fließtext getrennt. (vgl. Liesem, 2015) Im Rahmen des Inhalts des herkömmlichen Berichts wird das Prinzip der „umgekehrten Pyramide“ verfolgt. Wie schon oben erwähnt, wird dasselbe Modell auch bei der Textsorte Meldung eingehalten. Im Unterschied zur Meldung kann Bericht mit anderen Texten innerhalb derselben Zeitung zusammenhängen. Im weiteren Kontrast zur Meldung werden beim Bericht die Frage der eventuellen Erscheinung des Autors und ihre Form nicht eindeutig bewertet. (vgl. Burger, 2005)

Die Abbildung 2 nach Liesem deutet an, welche Elemente beim Schreiben eines Zeitschriftenberichts eingehalten werden sollten. Unter Berufung auf diese Checkliste werden im praktischen Teil der vorliegenden Arbeit die Texte aus einem online Magazin analysiert.

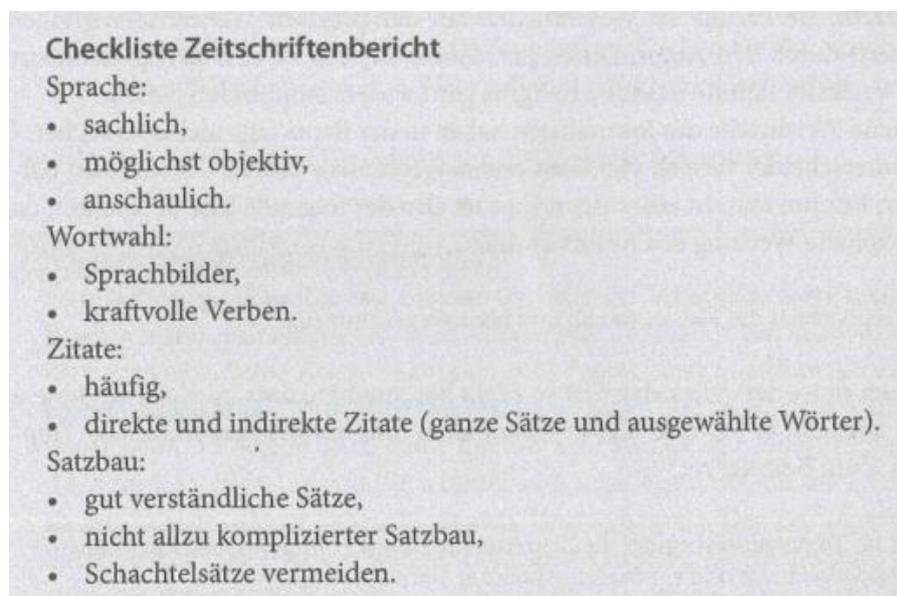


Abb. 2.: Merkmale des Zeitschriftenberichtes

(Liesem, 2015, S. 79)

1.2.3 Kommentar

Die Textsorte Kommentar gehört zu meinungsbetonten Textsorten. Deswegen ist er besonders subjektiv und enthält die wertenden Elemente. Obwohl im Kommentar die Wertungen vorherrschen, beziehen sie sich nicht auf konkrete Textausschnitte. Die Wertungen wecken oft die Emotionen und werden mithilfe von Argumenten ausgedrückt. Manchmal können diese Argumentationen auf die Amtsträger oder öffentliche Organisationen wirken. Sprachlich betrachtet, sind dort z. B. die Metaphern oder Idiome usw. zu finden. Eine Perspektive ist im Kommentar nötig. (vgl. Burger, 2005)

Der österreichischer Journalist Josef Schneeweiß bezeichnet den Begriff Kommentar als: „[...] eine anspruchsvolle journalistische Form [...], die nicht bloß eine Meinung enthält, sondern auch gut recherchierte und verständlich aufbereitete Informationen.“ (Schneeweiß, 2000, S.38)

1.2.4 Reportage

Die Textsorte Reportage gehört sowohl zu den informationsbetonten als auch zu den meinungsbetonten Textsorten. Sie wird als „journalistische Königsdisziplin“ benannt. Reportage zeichnet sich durch ihre perspektivische Sicht. Der Zweck der Reportage besteht darin, dem Leser ein Ereignis, das der Journalist meistens selbst erlebt hat, zu vermitteln. Bei der Reportage wird der Leser durch den Autor vertreten. (vgl. Liesem, 2015)

Claudia Mast ergänzt dazu, dass „[...]die Reportage [...] nicht die Gesamtzusammenhänge [analysiert], sondern sie beobachtet Beispielfälle, kleinere Ausschnitte aus der Wirklichkeit.“ (Mast, 2013, S. 280) Die Kommentare und Emotionen machen die Reportage einzigartig. (vgl. Mast, 2013)

1.2.5 Interview

„Wissenschaft, Journalismus und Alltagssprache verstehen unter einem Interview eine gezielte Befragung.“ (Liesem, 2015, S. 105)

Der Zweck des Interviews ist es, die schon übergebene Informationen zu ergänzen. In einem Interview geht es darum, dass auf einer Seite der Journalist die Fragen stellt und auf der anderen Seite sein Gegenüber die gestellten Fragen beantwortet. Der Befragte kann die Fragen aus seiner persönlichen Perspektive antworten oder er kann in dem Interview eine Institution vertreten. In einigen Fällen geben ein Interview einem Reporter die Fachleute aus den bestimmten Branchen. (vgl. Burger, 2005)

Die oben beschriebenen Presse-Textsorten bzw. journalistische Darstellungsformen stellen natürlich keine komplette Auflistung der existierenden Textsorten. Es gibt eine Menge von Texten, wie z. B. Nachricht oder Glosse, die in dieser Arbeit nicht detailliert behandelt wurden. Bei so einer großen Anzahl der journalistischen Texte kann manchmal schwer sein, den entsprechenden Typ der Textsorte exakt zu bestimmen, denn es kann sogar die Vermischung einzelnen Textsorten vorkommen.

2 ELEKTRONISCHE ZEITSCHRIFTEN

Da in dieser Bachelorarbeit die Texte aus einem elektronischen Magazin bzw. aus einer Zeitschrift analysiert werden, widmet sich dieses Kapitel dem Thema der Entstehung und Entwicklung der elektronischen Zeitschriften.

Alice Keller, Autorin der Delphi-Studie, die sich mit der zukünftigen Entwicklung elektronischer Zeitschriften befasst, unterscheidet 3 Epochen in der Geschichte des Entwicklungsprozesses des „neuen Mediums“, die sie näher spezifiziert, und zwar „die Pionierphase“, „die Internetphase“ und „die Web-Phase“.¹

Definition des Begriffes „das neue Medium“

An dieser Stelle ist es notwendig den Terminus „das neue Medium“, auf den sich Alice Keller beruft, zu erklären. Obwohl die Definition des oben erwähnten Begriffes problematisch werden kann, weil es noch keine feste Begrenzung dieses Begriffes gibt, ist es klar, dass „die neuen Medien“ immer die politischen, wirtschaftlichen und sozialen Verhältnisse einer Gesellschaft beeinflussten. In den 70-er Jahren wurden die neuen Medien „[...]als Oberbegriff für alle Verfahren und technischen Mittel, die mithilfe innovativer oder erweiterter Technologien neuartige, also in dieser Art bis dahin nicht gebräuchliche Nutzungsformen bereits vorhandener Massen- und Speichermedien wie Kabel- u. Satellitenfernsehen, Bildschirmtext, Videografie oder Bildplatte ermöglichten, [definiert]“.² „Aktuell steht der Begriff vor allem als Bezeichnung für die auf digitaler computertechnischer Basis arbeitenden vernetzten Multimediatechnologien.“² Die neuen Medien unterschieden sich vom Zeitabschnitt zum Zeitabschnitt, z. B. in der Vergangenheit galt der Videorekorder für das neue Medium, während heute als die neue Medien Internet oder Handy bezeichnet werden. (vgl. Burger, 2005)

2.1 Die erste Entwicklungsphase der elektronischen Zeitschriften

Der erste Entwicklungsabschnitt der elektronischen Zeitschriften lässt sich auf die Zeitspanne von 1980 bis 1989 zurückzuführen. In diesem Zeitraum entstanden die global ersten elektronischen Magazine, wie z. B. „Mental Workload“ aus den USA oder das

¹ http://www.agmb.de/mbi/2001_3/12-16.pdf

² <https://www.lmz->

bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/huether_neue/huether_neue.pdf

Fachblatt „Computer Human Factors“ aus Großbritannien, das zu dem Projekt „Birmingham and Loughborough Electronic Network Development“ (BLEND) gehörte. Die beiden Zeitschriften behandelten das Thema der Untersuchung des gegenseitigen Verhältnisses zwischen den Menschen und der Maschine. In dieser Phase traten mehrere Schwierigkeiten auf, deren die Pioniere der elektronischen Zeitschriftengründung gegenüberstehen mussten. Zu diesen Komplikationen gehörten z. B. mangelnde Mittel an die Administration und Organisation der Veröffentlichung einzelnen Online-Zeitschriften. Außerdem kamen Schwierigkeiten in dem Bereich der Technik vor. Da die elektronischen Zeitschriften von Verfassern und den Leserkreisen keine gute Anerkennung hatten, versuchte das Projekt „QUARTER“, als die Fortsetzung von „BLEND“, diese Situation zu ändern. Das Ziel dieses Projektes war es, vielfältige Alternative zur aktuellen Gewinnung, Speicherung und Verarbeitung von Informationen zu finden. Einer der Ergebnisse dieses Projektes war „HyperBIT“- eine Variante der „Print-Zeitschrift“ „Behaviour and Information Technology“ in digitaler Form.^{3 4}

Anfänge der Online-Parallelausgaben

Das Geschehen auf dem Gebiet der Online-Veröffentlichung wurde von Verlagshäusern vom Beginn observiert. Mit dem Zweck, keine neuen Zeitschriften zu schaffen, sondern die bereits existierenden Zeitschriften durch neue Wege zu verbreiten, verbanden sich die Verlagsanstalten mit den Datenbankprovidern. Hierzu entstand die erfahrene Lesergemeinde, die über den Zugang zu den Datenbankanrechen verfügte. Die ersten publizierenden Online-Zeitschriften in voller Fassung, die durch Datenbankprovider veröffentlicht wurden, waren die digitalen Parallelausgaben der Fachblätter aus dem Bereich Medizin, Biomedizin oder Chemie. In dieser Zeit gelang es dem Projekt „ADONIS“ im Bereich der Online-Datenbanken, die CD-ROM Technologie zu implementieren. Mit der Absicht, verschiedene Titeln den Interessierten zu vermitteln, wurden viele Titel im Rahmen des „ADONIS-Projektes“ für den bestimmten Preis mit dem Scanner erfasst, auf CD-ROM gespeichert und an Büchereien geschickt. Mithilfe von elektronischen Gegenständen der Zeitschriften konnten die Wissenschaftler sehr simple den Zugang zu fachlichen Information für die Arbeit an wissenschaftlichen Erkenntnissen

³ http://www.agmb.de/mbi/2001_3/12-16.pdf

⁴ <http://www.zeitenblicke.de/2003/02/pdf/keller.pdf>

haben. Aus diesem Grund gehörten die Forscher der naturwissenschaftlichen Fächer wie Chemie oder Pharmazie zu den größten Abnehmern von diesen Zeitschriften.⁵

2.2 Die zweite Entwicklungsphase der elektronischen Zeitschriften

Von 1990 bis 1995 verlief die „Internetphase“, die zweite Phase in der Entwicklung der elektronischen Zeitschriften. Am Anfang der 90-er Jahre entstand das Verständnis der Experten über die Wichtigkeit des Internets für die Wiedergabe der elektronischen Zeitschriften. In dieser Phase differenzierte Ann Okerson, eine Expertin im Bereich der neuen Technologien in Bibliotheken, 2 Tendenzen in der Entwicklung der elektronischen Zeitschriften, und zwar, die Verbreitung derselben Versionen der Print-Zeitschriften einerseits, die aber online zur Verfügung waren, und die Produktion von rein elektronischen Magazine, die noch zusätzliche Dienste anboten, andererseits. An einem Event im Jahr 1990 bei der Gelegenheit der Schaffung einer bedeutender Quelle dieser Zeit, der sogenannten „Directory of Electronic Journals, Newsletters and Academic Discussion Lists“ aus der „Association of Research Libraries“ (ARL), der über die Verbreitung und zukünftigen Trends im Bereich der elektronischen Publikationen informierte, hatten 8 elektronische Zeitschriften, jedoch keine Herausgeber der Online-Parallelausgaben, die Einladung bekommen. Die Internetphase war dadurch typisch, dass hier keine Bildern nur die simple Texte, die sogenannte ASCII- Texte, veröffentlicht werden konnten. Deswegen überwogen damals humanwissenschaftlich orientierte elektronische Zeitschriften anstatt der technischen. Im Laufe der Zeit erweiterte sich aber das Angebot der elektronischen Zeitschriften, vor allem in den Bereichen der Pädagogik und Informationswissenschaften. Aus diesem Grund mussten sich nicht nur die Universitätslehrer, sondern auch das Personal der Bibliotheken mit dem „neuen Medium“ beschäftigen. Sowohl in der Pionierphase als auch in der Internetphase bildete den Gegenstand der elektronischen Zeitschriften die Beziehung zwischen den Menschen und der Maschine. Im Kontrast zur Pionierphase betrachten die Zeitschriften der Internetphase diese Problematik nicht aus der technischen Perspektive, sondern aus der politischen, sozialen wirtschaftlichen und szientifischen Perspektive und untersuchten den Ablauf der Kommunikation. Eine der ersten Online- Zeitschriften auf dem deutschsprachigen Gebiet war die von der Universität Konstanz veröffentlichte Zeitschrift, die sich auch mit der oben erwähnten Beziehung beschäftigte. Die aus 1995 stammende Auflage des „Directory“ wies

⁵ <http://www.zeitenblicke.de/2003/02/pdf/keller.pdf>

wachsende Tendenz zur Wichtigkeit und Ausbreitung des Internetzugriffes außerhalb des akademischen Bodens auf.^{6 7}

2.3 Die dritte Entwicklungsphase der elektronischen Zeitschriften

Die Web-Phase, die dritte Entwicklungsphase der elektronischen Zeitschriften, startete ab 1996 und wurde durch die Entwicklung von 2 neuen Aspekten bekannt, und zwar von Entwicklung des World Wide Web und des Datenformates PDF. Wie schon oben erwähnt, es wurden die ersten digitalen Parallelausgaben in der Pionierphase veröffentlicht, aber erst in der dritten Phase nahmen diese digitalen Parallelausgaben ein neues und größeres Ausmaß an. Diejenigen, die in den Jahren 1996/1997 enorm viele PDF-Zeitschriften veröffentlichten, waren die auf Gewinn bedachte und reiche Verlagshäuser.^{8 9}

Elektronische Zeitungen und Zeitschriften im deutschsprachigen Raum

Auf weltweitem Netz World Wide Web standen vom Beginn der Web-Phase viele Zeitungen in deutscher Sprache zur Verfügung. Die Liste der deutschsprachigen Online-Parallelausgaben der gedruckten Pendanten kann man auf der Webseite www.zeitung.de oder www.zeitung.ch finden. Obwohl die deutschsprachigen Online-Zeitungen sehr beliebt bei den Lesern sind, verfügen die elektronischen Zeitschriften über mehr Internet-Users-Besuche. (vgl. Bucher, 2005)

Online-Versionen der Presse und Online-Zeitungen und Zeitschriften

Unter den Parallelausgaben der Print-Ausgaben versteht man die genauen Versionen der gedruckten Zeitschriften. Sie sind als „E-Paper“ bezeichnet und werden in der Form eines PDF-Dokumentes für bestimmten Preis veröffentlicht. Heutzutage bestehen 90% aller Online- Zeitschriften aus den elektronischen Versionen der gedruckten Zeitschriften. (vgl. Mast, 2013, und Burger, 2005)¹⁰

Im Kontrast zur Parallelausgaben der Print-Versionen offerieren die reinen Online-Versionen extra Dienste, wie z.B. Chat, Suchfunktionen oder Archive. (vgl. Burger, 2005)

⁶ <http://www.zeitenblicke.de/2003/02/pdf/keller.pdf>

⁷ http://www.agmb.de/mbi/2001_3/12-16.pdf

⁸ <http://www.zeitenblicke.de/2003/02/pdf/keller.pdf>

⁹ http://www.agmb.de/mbi/2001_3/12-16.pdf

¹⁰ http://www.agmb.de/mbi/2001_3/12-16.pdf

Allgemein ist es nicht sicher ob die Online-Ausgaben einer Zeitung bzw. Zeitschrift alle Artikel aus der Printversion enthalten, weil es bei jeder Zeitschrift anders sein kann. Trotzdem kann man nicht genau feststellen, ob die elektronische Zeitungen bzw. Zeitschriften oder Parallelausgaben der gedruckten Versionen besser sind, weil es bei jedem Mensch unterschiedlich sein kann.

3 FACHSPRACHE

Da in dem praktischen Teil der vorliegenden Arbeit die analysierten Texte aus einem Wirtschaftsmagazin stammen, enthalten diese Texte auch einige fachliche Ausdrücke, meistens aus dem Bereich der Wirtschaft. Deshalb steht im Fokus des dritten Kapitels die Fachsprache.

Bei der Entwicklung der Fachsprachen ist es wichtig zu erwähnen, dass sie eigentlich viele Jahre vor dem Industrialisieren genutzt wurden, und zwar von Landwirten und Fischer oder von verschiedenen Mitgliedern der Zünfte. Im Gegensatz zu modernen Fachsprachen waren die älteren Fachsprachen in der mündlichen Form und enthielten die emotional gefärbte Komponente. Im Kontrast zu mittelalterlichen Fachsprachen sind die modernen Fachsprachen mehr wissenschaftlich orientiert und verlaufen sowohl mündlich als auch schriftlich. (vgl. Dernbach, 2010)

3.1 Definition des Begriffes Fachsprache

Eine Definition dessen, was man unter dem Begriff Fachsprachen verstehen soll, ist bis heute in den wissenschaftlichen Kreisen noch fraglich. Diese Tatsache wurde auch von dem deutschen Sprachwissenschaftler Hans-Rüdiger Fluck bestätigt, denn er behauptet: „Der Terminus Fachsprache ist, so einfach er gebildet und so verständlich er zu sein scheint, bis heute nicht gültig definiert.“ (Fluck, 1996, S. 11) Zur dieser Ansicht neigt auch Bungarten mit seiner Aussage: [...], „bis heute liegt noch keine allgemein anerkannte, widerspruchsfreie, explizite und umfassende Theorie der Fachsprachen.“ (zit. nach Šilhánová, 2011, S.11) Die Problematik der Definition dieses Ausdrucks liegt laut Fluck in dem Fakt, [...] „dass er kontrastierend zu einem ebenso wenig definierten Begriff Gemeinsprache gebraucht wird und so unterschiedliche Bereiche wie handwerkliche, technische und wissenschaftliche Sprache und ihre Übergangsformen abdeckt“. (Fluck, 1996, S. 11)

Aufgrund der vielen Begriffserklärungen, die zu den Fachsprachen entstanden, werden hier zur Demonstration ihrer Vielfältigkeit einige angeführt.

Hadumod Bußmann beschreibt die Fachsprachen folgendermaßen: „Fachsprachen: Sprachliche Varietäten mit der Funktion einer präzisen und differenzierten Kommunikation über meist berufsspezifische Sachbereiche und Tätigkeitsfelder.“¹¹

Definition gemäß Beier: „Fachsprache wird von fachlich kompetenten Schreibern bzw. Sprechern gebraucht, um sich mit anderen auch angehenden Fachleuten derselben, mit Vertretern anderer Disziplinen oder Laien mit bestimmten Zielen über fachliche Sachverhalte zu verständigen. Sie umfasst die Gesamtheit der dabei verwendeten sprachlichen Mittel und weist Charakteristika auf allen bisher von der Linguistik aus methodischen Gründen unterschiedenen Ebenen auf, von denen die lexikalische, morphologische und syntaktische am besten erforscht ist.“ (zit. nach Šilhánová, 2011, S. 11)

Wie schon oben erwähnt, gibt es eine Menge der Definitionen der Fachsprachen, aber als die Definition mit großer Wirkung gilt die von Lothar Hoffmann: „Fachsprache - das ist die Gesamtheit aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten.“ (Hoffmann, 1987, S. 53)

Als gemeinsames Element dieser oben angeführten Begriffserklärungen kann die Tatsache sein, dass die Fachsprache solches Gebiet umfasst, das in einem bestimmten, vor allem wissenschaftlichen Fachgebiet verwendet wird.

3.2 Die Schichtung der Fachsprachen

In der Vergangenheit konnte man die Schichtung der Fachsprachen sowohl nach der Typologie als auch nach der Klassifikation finden. Die Kriterien der Gliederung der Fachsprachen waren schon in den älteren Untersuchungen der Fachsprache wichtig und es wurde zwischen der vertikalen und horizontalen Gliederung der Fachsprachen unterscheiden. (vgl. Roelcke, 2010)

„Als Kriterien für die Schichtung der Fachsprachen dienen dabei am häufigsten der Handlungsbereich, die Kommunikationspartner, die Abstraktionsstufe, die Textsorte und die sprachliche Realisierung.“ (Šilhánová, 2011 S. 15)

¹¹

3.2.1 Horizontale Schichtung

Obwohl es zahlreiche Fachsprachen aus verschiedenen Fachbereichen, wie z. B. Architektur, Medizin oder Informatik usw. existieren, ist die genaue Anzahl der Fachsprachen bis jetzt nicht deutlich angeführt. Das behauptet auch Fluck: „Über die Zahl der Fachsprachen insgesamt gibt es keine Angaben. Wir dürfen aber annehmen, daß es etwa ebensoviele Fachsprachen wie Fachbereiche gibt. Ihre Zahl wird auf ungefähr 300 geschätzt.“ (Fluck, 1996, S.16)

Die erste Gliederung der Fachsprachen, und zwar die horizontale Schichtung basiert auf dem Fakt, dass es viele Fachsprachen aus verschiedenen Fachgebieten nebeneinander existieren. Die horizontale Schichtung der Fachsprachen bezieht sich auf Gliederung in die Fachsprachen der einzelnen Fächer und Fachbereichen. Die in Bezug auf die Sprachwissenschaft berühmteste und anerkannte Schichtung der Fachsprachen ist die folgende Gliederung von Roelcke (Abb.3). (vgl. Roelcke, 2010)

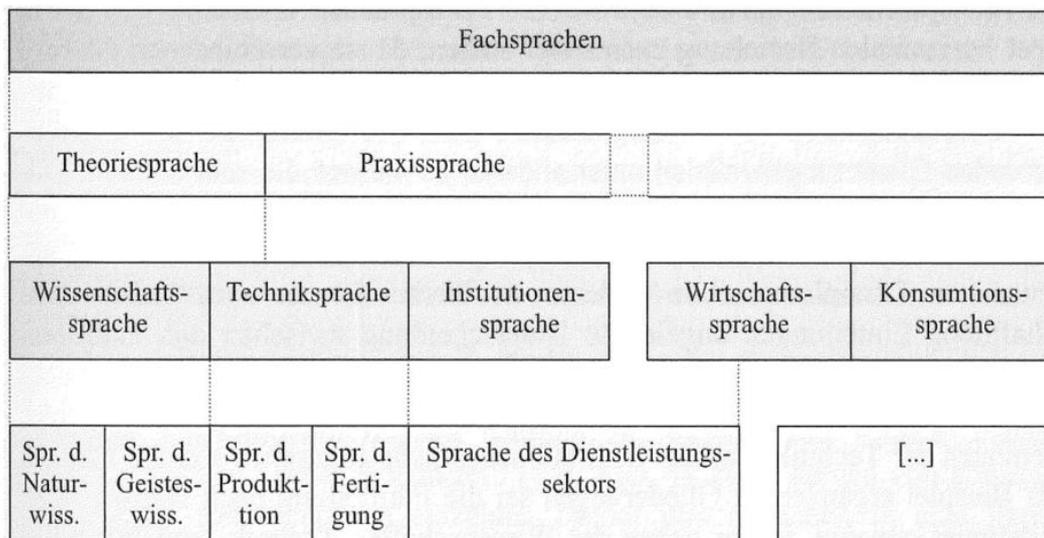


Abb. 3.: Horizontale Gliederung von Fachsprachen in Wissenschafts-, Technik- und Institutionensprache

(Roelcke, 2010, S.31)

Bei dieser Gliederung sind die Fachsprachen in zwei Hauptgebiete geteilt, und zwar in die Theoriesprache und die Praxisprache. Wie sich aus der Abbildung ergibt, richtet sich diese Gliederung vor allem auf die Fachsprachen im Bereich der Wissenschaft, Technik und Institutionen.

Die Wissenschaftssprache, die zur Theoriesprache gehört, weist nur minimale Probleme hinsichtlich der Begrenzung zu anderen Fachsprachen auf. Was die Problematik der Begrenzung einer bestimmten Fachsprache zu anderen Fachsprachen anbelangt, steht die Wissenschaftssprache im Gegensatz zur Techniksprache, weil in der Techniksprache die Bestimmung, was technisch ist, komplizierter ist. In der Techniksprache, die teilweise zur Theoriesprache und teilweise zur Praxissprache gehört, verläuft die Kommunikation über die neue Instrumente und ihre Anwendung. Die Sprache der Institutionen, die zur Praxissprache gehört, umfasst die Kommunikation innerhalb der Organisationen, die sowohl die bestimmte Struktur als auch den bestimmten Zweck aufweisen. (vgl. Roelcke, 2010)

3.2.2 Vertikale Schichtung

Laut Šilhánová bezieht sich die vertikale Gliederung der Fachsprachen auf [...] die Abstufung des Fachlichkeitsgrades. (Šilhánová, 2011, S. 15)

Nach Roelcke betrifft die vertikale Gliederung der Fachsprachen „ [die] kommunikativen Ebenen innerhalb eines einzelnen Fachs (bzw. Fachbereichs)“. (Roelcke, 2010, S. 34)

Im Rahmen der einzelnen Fächer sind die Bereiche der Kommunikation zu finden, bei denen man zwischen den höheren oder niedrigeren Schichten unterscheidet. Wenn das Abstrakte dominiert, spricht man über die höhere Schicht und im Gegenteil, wenn das Konkrete vorne steht, spricht man über die niedrigere Schicht. (vgl. Roelcke, 2010)

An dieser Stelle ist notwendig auf die vertikale Gliederung von Ischreyt aufmerksam zu machen. Er teilt die Fachsprachen folgendermaßen: die Wissenschaftssprache, die fachliche Umgangssprache und die Werkstattssprache. Als die höchste Schicht wird die Wissenschaftssprache bezeichnet, die vor allem schriftlich innerhalb der Wissenschaft gebraucht wird. Die nächste, fachliche Ebene der Abstraktion, ist in der mündlichen Form. Die letzte ist die niedrigste Ebene, die in beiden Formen verfolgt, und zwar verbal und auch geschrieben. Diese kommt vor allem in der technischen Fachsprache vor. (vgl. Roelcke, 2010)

Sowohl Šilhánová als auch Roelcke weisen in ihren Werken auf Hoffmann's Modell der vertikalen Gliederung auf, denn dieses von großer Bedeutung war und lautet folgendermaßen:

„A. Sprache der theoretischen Grundlagenwissenschaften

- B. Sprache der experimentellen Wissenschaften
- C. Sprache der angewandten Wissenschaften und Technik
- D. Sprache der materiellen Produktion
- E. Sprache der Konsumtion“ (Hoffmann, 1987, S. 36)

Wie schon in diesem Kapitel erwähnt wurde, gibt es verschiedene Definitionen der Fachsprache. Da es eine große Menge der diversen Fachbereiche gibt, ist auch die Anzahl der Fachsprachen bis heute noch nicht eindeutig bestimmt. In dem nächsten Kapitel wird die Aufmerksamkeit auf eine von der Fachsprachen, und zwar auf die Wirtschaftssprache, gerichtet.

4 WIRTSCHAFTSSPRACHE

Wie schon oben erwähnt wurde, enthalten die Artikel aus dem Online-Wirtschaftsmagazin einige fachliche Ausdrücke, die vor allem aus dem Bereich Wirtschaft stammen. Die Wirtschaftssprache hängt natürlich eng mit der Bezeichnung Wirtschaft zusammen und deshalb soll man zuerst in viertem Kapitel diesen Begriff definieren.

„Wirtschaft bezeichnet sämtliche Institutionen und Aktivitäten, die mit der Erzeugung und Verteilung von Gütern oder der Erbringung von Dienstleistungen zu tun haben. Der Begriff Wirtschaft stellt somit die Gesamtheit aller Institutionen und Handlungen dar, die der Deckung menschlichen Bedarfs dienen.“¹²

Die Anfänge der Untersuchungen im Rahmen der Wirtschaftssprache sind mit der Wirtschaftslinguistik verbunden. (vgl. Hundt, 1995) Diese Disziplin der Sprachwissenschaft entwickelte sich während der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts und wird in zwei Epochen gegliedert. Der erste Entwicklungsabschnitt war in der Zeit des Wirtschaftsaufstiegs vor Industrialisierung und der zweite nach dem Ersten Weltkrieg. (vgl. Messina, 2015)

4.1 Definition der Wirtschaftssprache

Die Fachsprache der Wirtschaft lässt sich im Gegensatz zu konventionellen Fachsprachen, wie z. B. der technischen Fachsprachen, problematischer definieren. (vgl. Heuberger, 1997)

Ausgehend von den Behauptungen der Autoren wie z. B. Scholtes–Schimid kann man konstatieren, dass die Problematik der Definition der Wirtschaftssprache sich aus dem Fakt ergeben kann, dass das Gebiet der Wirtschaft viel mehr mit alltäglichem Leben, als die anderen Fachsprachenbereiche verbunden ist.¹³

Šilhánová spricht in ihrer Publikation über die Fachsprache Wirtschaft und ausgehend davon kann man behaupten, dass man unter der Wirtschaftssprache, einen Komplex sprachlicher Mittel verstehen kann. Diese Mittel ermöglichen das Verständnis zwischen den Leuten, die in den Wirtschaftsbereich arbeiten. (vgl. Šilhánová, 2011)

¹² http://www.business-on.de/wirtschaftssystem-definition-wirtschaft-_id42272.html

¹³ <https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/binary/U45YDM7R7TDJ6CW6RUZWGL2IT5W53DHO/full/1.pdf>

4.2 Schichtung der Wirtschaftssprache

Bei der Forschung der Wirtschaftssprache orientierten sich die Forscher auf verschiedene Ebenen dieser Fachsprache. Nachfolgend werden einige Gliederungen der Wirtschaftssprache vorgestellt.

Sowohl bei anderen Fachsprachen als auch bei der Wirtschaftssprache kann man zwischen horizontalen und vertikalen Gliederung unterscheiden. (vgl. Buhlmann/Fearns 2000) Mit der vertikalen Gliederung der Fachsprachen beschäftigte sich auch Bolten und er stützt sich bei seiner Klassifikation auf folgendes Organisationsmodell eines Großunternehmens.

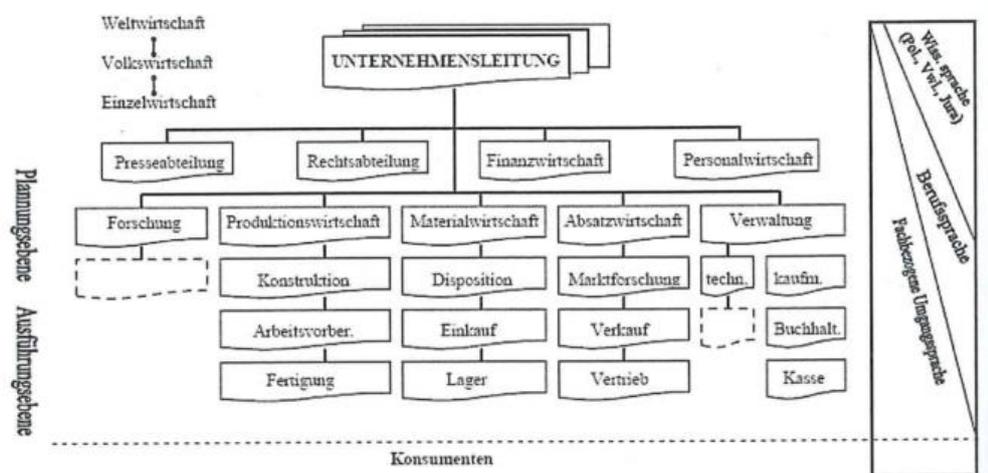


Abb. 4.: Typisches Organisationsmodell eines Großunternehmens

(Bolten, 1991, S.77)

Aus diesem Modell ergibt sich, dass Bolten die Wirtschaftssprache in die 3 Ebene teilt, und zwar die wissenschaftliche Sprache, Berufssprache und fachbezogene Umgangssprache (siehe rechte Spalte der Abb. 4). Wie schon oben erwähnt, handelt es sich bei dieser Darstellung um die sowohl horizontale als auch vertikale Gliederung. An dieser Stelle sollte man an diese Gliederung aufmerksam machen, weil sie nicht wie andere klassische Gliederungen nach Fächern bzw. Fachbereichen aufgenommen wurde, sondern sie sortiert die Fachsprachen der Wirtschaft nach Bereichen in einem Unternehmen.

Bei folgender Gliederung von Bolten handelt sich um die Schichtung der Fachsprache Wirtschaft nach der Textsorten und Kommunikationspartner:

„[...] a) Theoriesprache

- Textsorten: Monographien, Forschungsberichte, Lehrbücher u.a.

- Kommunikationspartner: Wissenschaftler, Studenten, Unternehmensführer, Stabstellenleiter in der Unternehmensführung, Bereichsleiter, Wirtschaftspolitiker

b) Berufssprache

- Textsorten: Geschäftsbriefe, Bilanzen, Verträge, Protokolle, branchen- und fachbezogene Zeitschriften- und Zeitungsartikel, inter- und innerbetriebliche Besprechungen u.a.

- Kommunikationspartner: überwiegend die unter (a) genannten, Vertreter des operativen Managements, Fachjournalisten, Fachübersetzer und -dolmetscher

c) Fachbezogene Umgangssprache

- Textsorten: Geschäftsbriefe, Werbespots, Prospekte, populärwissenschaftliche Texte zum Wirtschaftsgeschehen, Verkaufsverhandlungen u.a.

- Kommunikationspartner: überwiegend die unter a) und b) genannten, Vertreter der Ausführungsebene in Unternehmen, Konsumenten“ (zit. nach Šilhánová, 2011, S. 21)

In dieser Klassifizierung ist deutlich, dass die einzelnen Schichten nicht genau festgestellt sind, sondern es kann die Verflechtung einzelnen Schichten vorkommen.

Nach Borgulya werden die Fachsprachen der Wirtschaft in drei Schichten geteilt, und zwar der theoretisch-wissenschaftliche Bereich, populärwissenschaftlicher und praktisch-fachlicher Bereich.

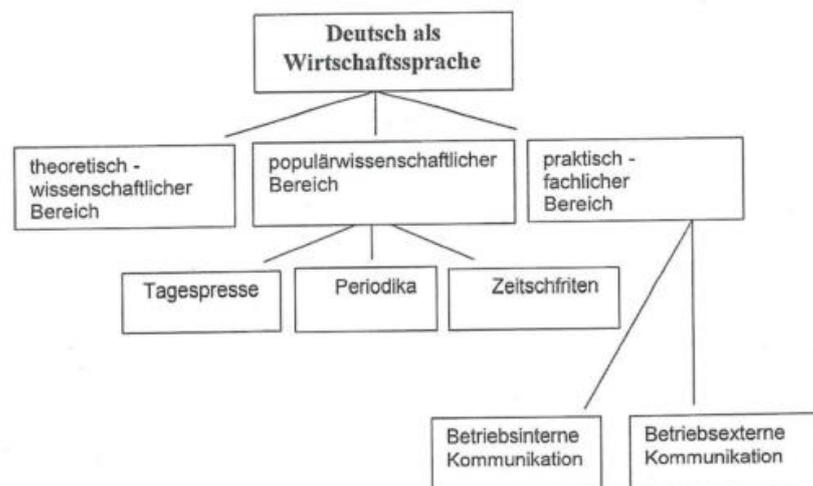


Abb. 5.: Gliederung der deutschen Wirtschaftssprache

(Borgulya, 1988, S. 420)

Da die Wirtschaft heutzutage ein wichtiger Aspekt des Alltagslebens ist, ist es nutzbringend über das Geschehen auch in diesem Bereich informiert zu sein. Einen guten Überblick darüber bieten die Online-Zeitschriften, besonders Online-Wirtschaftsmagazine an, weil sie immer die aktuellen Informationen vermitteln. Um die Wirtschaftsmagazine z. B. in der deutschen Sprache lesen und verstehen zu können, ist es notwendig die Bedeutung einigen fachsprachlichen Ausdrücken zu kennen, weil diese dort oft vorkommen. Eine große Menge der Artikel, die dort auftreten, bilden die Berichte. Sie vermitteln die nützlichen Informationen und sind auch aus der sprachlichen Sicht interessant, weil sie z.B. verschiedene Sprachbilder oder Anglizismen enthalten.

II. PRAKTISCHER TEIL

5 WIRTSCHAFTSMAGAZIN

Das folgende Kapitel enthält die Informationen über den Prozess der Auswahl des geeigneten Online-Wirtschaftsmagazins für die vorliegende Bachelorarbeit. Nicht zuletzt wird hier das ausgewählte Wirtschaftsmagazin vorgestellt und charakterisiert.

Die Auswahl des geeigneten österreichischen Online-Wirtschaftsmagazins für die Analyse der Texte in dieser Bachelorarbeit war nicht einfach. Es war ein langwieriger Prozess, in dem ich mich eine Menge der Zeitschriften ansah und trotzdem konnte ich kein passendes Magazin finden. Das Problem bestand darin, dass viele Online-Magazine keine kompletten Artikel kostenlos anbieten und man kann nur ungefähr eine Hälfte des Texts lesen. Zuerst wählte ich also für meine Analyse „Wirtschaftsblatt“ als Wirtschaftsmagazin. Obwohl „Wirtschaftsblatt“ sehr interessante Artikel mit dem Kernstück Wirtschaft anbietet, war es leider nicht für meine Bachelorarbeit geeignet, weil es eine Tageszeitung ist und meine Analyse auf das Magazin bzw. Zeitschrift gerichtet ist. Demgegenüber erfüllt das Wirtschaftsmagazin *trend.* alle meine Ansprüche, und damit auch die grundlegenden Voraussetzungen für meine Untersuchung.

5.1 Wirtschaftsmagazin trend.

Das Magazin *trend.* ist ein österreichisches unabhängiges Wirtschaftsmagazin, das sich mit verschiedenen Themen vor allem aus Bereichen Wirtschaft und Geld, Politik und Kultur befasst.¹⁴ Mit dem Motto „Wir bewegen Wirtschaft“ identifiziert sich diese Zeitschrift auch inhaltlich. Laut der offiziellen Webseite der Verlagsgruppe News, von der das Magazin *trend.* herausgegeben wurde, wird ihre Leitidee durch folgende Aussage repräsentiert: „Als Magazin fördert der *trend.* unternehmerisches Wagnis und Leistungsbereitschaft und tritt gegen überbordende Bürokratie, Belastungen und Verhinderer auf.“¹⁵

Die Geschichte dieses Magazins ist eng mit dem Herausgeber Oscar Bronner verbunden, denn er gründete das Magazin *trend* im Jahr 1970. Im Laufe der Zeit wechselten sich in der Leitung der Redaktion mehrere bekannte Persönlichkeiten aus Österreich.¹⁶

¹⁴ <http://www.trend.at/impressum>

¹⁵ <https://www.vgn.at/medienmarken-trend>

¹⁶ [http://austria-forum.org/af/AustriaWiki/Trend_\(Zeitschrift\)](http://austria-forum.org/af/AustriaWiki/Trend_(Zeitschrift))

Das Magazin *trend.* erscheint momentan bei der Verlagsgruppe NEWS. Sie wurde im Jahr 1992 als das Nachrichtenmagazin NEWS gegründet und schrittweise vergrößerte sich auch ihr Markenportfolio. Die Journalisten aus der Verlagsgruppe NEWS vermitteln den Lesern die zuverlässigen und unabhängigen Informationen sowohl in gedruckter als auch in digitaler Version.¹⁷

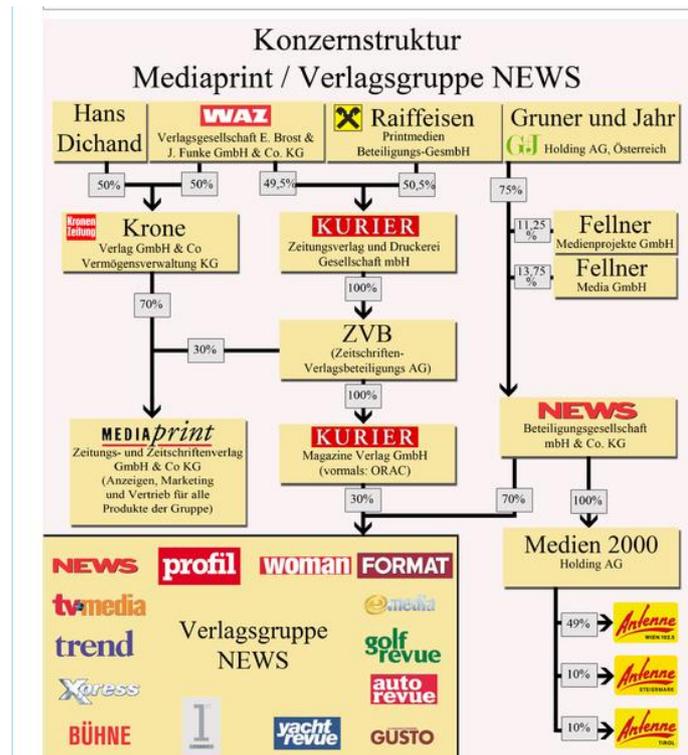


Abb. 6.: „Mediamil-Komplex“¹⁸

Die oben angeführte Graphik stellt den sogenannten „Mediamil-Komplex“ dar. Es handelt sich um eine Verflechtung bzw. Verbindung von dem größten Zeitungs- und Zeitschriftenverlag Österreichs Mediaprint und der größten österreichischen Magazingruppe VGN-Verlagsgruppe News. Aus diesem Schema ergibt sich, dass zur Mediaprint die österreichische Boulevardzeitung Kronen Zeitung sowie die Tageszeitung Kurier gehören. Das Magazin *trend.*, wie oben erwähnt, gehört zur Verlagsgruppe NEWS. Im Besitz dieses erfolgreichen Verlagshauses befinden sich neben dem

¹⁷ <https://www.vgn.at/>

¹⁸ <http://austria-forum.org/af/AustriaWiki/Mediaprint>

Wirtschaftsmagazin *trend.* auch verschiedene andere auf dem Markt etablierte Zeitschriften wie z. B. Autorevue, Golfrevue, profil oder WOMAN.

Der *trend.* erschien bis Ende des Jahres 2015 monatlich, aber seit dem Jahr 2016 erscheint er wöchentlich.¹⁹ Der Erscheinungstag hat sich auch von Sonntag auf Freitag geändert. Zu dieser Veränderung ist aufgrund der Fusion der 2 VGN wirtschaftlich orientierte Magazine *trend* und „Format“ eingetreten. Da der Name „Format“ ganz aufgelöst wurde, wird das Magazin unter dem Name *trend.* publiziert. Neben dem klassischen Angebot gibt es auch ein wöchentliches oder monatliches Premiumangebot. Was die Online-Version betrifft, ist sie in dem Intervall eines Tages, einer Woche oder einem Monat zur Verfügung.²⁰

Das Wirtschaftsmagazin besteht aus folgenden Hefteilen, und zwar Start, Standpunkte, Österreich, Welt, Service, Privat, Trend-Branchen. Den Schwerpunkt des Magazins bilden die Artikel über die österreichische Wirtschaft bzw. Wirtschaftspolitik.²¹ Die Journalisten dieses Magazins vermitteln den Lesern zusätzlich auch vielfältige Tipps für Karriere oder Geld und verschiedene Wirtschaftstourys. Unter anderem stellen sie solide Meinungen oder Analysen dar.²²

Die Druckauflage dieses Magazins beträgt 60 000 Exemplare und zugleich verfügt es über 36 500 Abonnenten.²³ Dank den modernsten Technologien wie Smartphones oder Tablets kann das Magazin nicht nur in der Print-Ausgabe gelesen werden, sondern auch in der digitalen Form heruntergeladen werden und so gelesen. Die beiden Versionen sind sowohl in Deutsch als auch in Englisch zugänglich.

5.2 Trend.at

Das Portal *trend.at* zeichnet sich durch seinen „Erstklassigen Content“ aus und vermittelt den Lesern interessante und aktuelle Informationen mit der wirtschaftlichen Thematik.²⁴ Die Webseite *trend.at* verfügte laut der Organisation ÖWA (Österreichische Webanalyse)

¹⁹ <http://derstandard.at/2000023963630/News-Gruppe-fusioniert-Wirtschaftsmagazine-trend-und-Format>

²⁰ <http://orf.at/stories/2304437/>

²¹ <https://www.vgn.at/a/trend-magazin>

²² <https://www.vgn.at/medienmarken-trend>

²³ <https://www.vgn.at/a/trend-mediadaten>

²⁴ <https://www.vgn.at/a/trend-digital>

im Februar 2016 über 412 049 Users-Besuche.²⁵ In dem PDF-Dokument „Preisliste 2016“ von VGN-Digital, das auch auf die ÖWA hinweist, sind folgende beachtenswerte Informationen über die Webseite-Besucher zu finden. Die Mehrheit der Besucher der Webseite *trend.at* bilden die Männer, und zwar 60,7 % und das Prozent der Leser, die jünger als 50 Jahre alt sind beträgt 67,7%. Fast die Hälfte der Leser (49,2 %) gehört zur solchen Kategorie der Bevölkerung, deren das Haushaltsnettoeinkommen höher als 3000 Euro ist. Nach dieser Analyse haben 48,7 % der Portal-Besucher mindestens Matura und oder Hochschulabschluss.²⁶

²⁵ <http://www.oewa.at/index.php?id=2>

²⁶ [file:///C:/Users/notebook/Downloads/VGNDigital_preisliste_2016%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/notebook/Downloads/VGNDigital_preisliste_2016%20(1).pdf)

6 EINFÜHRUNG IN DIE ANALYSE UND ZIEL DER ARBEIT

Am Anfang der sprachlichen Analysen der Texte aus dem ausgewählten Online-Wirtschaftsmagazin ist es nützlich mit der Einführung in die Analyse und der Zielsetzung der Analyse zu beginnen.

Wie schon in dem ersten Kapitel des theoretischen Teils meiner Bachelorarbeit erwähnt wurde, stütze ich mich bei der Analyse der Textsorten Bericht aus dem Online-Wirtschaftsmagazin *trend.* auf die Checkliste der Merkmale des Zeitschriftenberichts vom Liesem. Laut dieser Tabelle werden die wesentlichen Charakteristika der Textsorten Bericht, die in einem Magazin veröffentlicht wurden, in den einzelnen Texten, untersucht. Es handelt sich um vier Kategorien, und zwar Sprache, Zitate, Wortwahl und Satzbau.

Bei dem Kriterium Sprache konzentrierte ich mich darauf, ob der Sachverhalt möglichst objektiv und sachlich vermittelt wurde. Also es wird vor allem die Sachlichkeit des Textes überprüft.

Was die Zitate angeht, werde ich prüfen, ob in den gegebenen Texten einige auftreten bzw. um welche Typen von Zitaten es geht: direkte, indirekte, ausgewählte Wörter oder ganze Sätzen.

In dem dritten Attribut Wortwahl orientiere ich mich konkret auf das Auftreten der sogenannten Sprachbilder, die auch als wesentliches Merkmal der Textsorte Bericht gelten.

Die Kompliziertheit der Sätze und damit verbundene Verständlichkeit des ganzen Textes werden in dem Kriterium Satzbau näher betrachtet.

Da es sich um die Texte aus dem Online-Wirtschaftsmagazin handelt werde ich neben der vier genannten Attributen noch untersuchen, ob in den Texten die fachsprachliche Ausdrücke und Anglizismen in den Texten zu finden sind.

Als letztes Merkmal werde ich den journalistischen Aufbau der einzelnen Berichte beschreiben und analysieren, d.h. ob sie aus den drei Bestandteilen, Schlagzeile, Vorspann und Fließtext, bestehen.

Ziel der Arbeit

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist zu überprüfen, ob die analysierten Berichte die sieben folgenden ausgewählten Kriterien erfüllen.

1. Sachlichkeit

2. Zitate

3. Sprachbilder

4. Satzbau

5. Fachsprachliche Ausdrücke

6. Anglizismen

7. Journalistischer Aufbau

Aufgrund der Tatsache, dass alle oben genannten Kriterien für die Textsorte Bericht in dem Online-Wirtschaftsmagazin typisch sind, nehme ich an, dass sie in den ausgewählten Texten erfüllen werden.

7 ANALYSE DER TEXTEN

7.1 Analyse des ersten Textes

Text

„Springer forciert Digitalgeschäft - Profit gesteigert

Der deutsche Medienkonzern hat die selbst gesteckten Ziele für 2015 leicht übertroffen. Springer profitiert vom Digitalgeschäft. Dividende bleibt bei 1,80 Euro pro Aktie. Vor allem Kleinanzeigen im Internet treiben das Geschäft kräftig an.

Berlin. Der Axel-Springer-Verlag hat 2015 dank des boomenden Internetgeschäfts Umsatz und Gewinn gesteigert. Das Betriebsergebnis (bereinigtes Ebitda) kletterte binnen Jahresfrist um 10,2 Prozent auf 559 Mio. Euro, wie der Medienkonzern am Donnerstag in Berlin mitteilte. Der Konzernumsatz des Herausgebers von "Bild" und "Welt" erhöhte sich um 8,5 Prozent auf rund 3,3 Mrd. Euro.

Dies lag etwas über der eigenen Zielsetzung und entsprach weitgehend den Erwartungen von Analysten. Die Aktionäre sollen wie zuletzt eine Dividende von 1,80 Euro je Aktie bekommen.

Für 2016 rechnet das Management mit einer Zunahme der Gesamterlöse im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Der Vorstand um Konzernchef Mathias Döpfner gehe davon aus, "dass der geplante Anstieg der Werbeerlöse den Rückgang der Vertriebs- und der übrigen Erlöse überkompensieren wird". Der operative Gewinn dürfte im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich zulegen.

Ziel sei es, "weiter in die beschleunigte Expansion der digitalen Geschäftsmodelle zu investieren". Im Fokus stünden das Wirtschafts- und Finanznachrichtenportal "Business Insider", die Nachrichtenplattform Upday sowie die mobile US-Einkaufsplattform Retale. Zudem wolle Springer das Wachstum beim Geschäft mit Kleinanzeigen im Internet und bei den digitalen Abos der journalistischen Bezahlangebote vorantreiben.

Konzernchef Döpfner gab sich zufrieden: "Axel Springer ist heute einer der weltweit reichweitenstärksten Digitalverlage." Das Unternehmen verlagert sein Geschäft immer mehr ins Internet und ins Ausland. Das digitale Geschäft trug 2015 rund 62 Prozent zum Umsatz bei und 70 Prozent zum Gewinn, der Anteil an den gesamten Werbeerlösen kletterte auf 80 Prozent. Der Anteil des Auslandsgeschäfts stieg auf knapp 48 Prozent der gesamten Erlöse.

Größter Wachstumstreiber bleibt das Geschäft mit Kleinanzeigen im Internet - etwa Auto-, Job- und Immobilienportale. Bei diesen Rubrikenangeboten sprang der Gewinn um gut 40 Prozent auf 305 Mio. Euro nach oben.²⁷

Analyse

Der erste Text stammt aus der Kategorie Wirtschaft und wurde am 3.3. 2016 veröffentlicht. Den Themenschwerpunkt der Kategorie Wirtschaft bildet die Berichterstattung über Wirtschaft und Wirtschaftspolitik Österreichs, aber auch der anderen Ländern.

²⁷ <http://www.trend.at/wirtschaft/springer-digitalgeschaeft-6256487>

Dieser Text widmet sich dem deutschen Medienkonzern Axel Springer Verlag, der aus den sogenannten Digitalgeschäften viel mehr profitiert als es erwartet wurde.

Um die ganze Struktur der Analyse übersichtlicher zu machen, werde ich die einzelnen ausgewählten Merkmale bzw. Kriterien im vorliegenden Text beschreiben.

Sachlichkeit

Unter dem Kriterium Sachlichkeit bzw. Objektivität des Texts ist gemeint, dass der Verfasser des Texts die Informationen so objektiv wie möglich vermittelt. In einem sachlich ausgearbeiteten Artikel sollten keine persönlichen Perspektiven des Autors erkennbar werden.

Da der analysierte Text zur Textsorte Bericht gehört, handelt es sich um eine tatsachenbetonende Darstellungsform. Der Journalist vermittelt den Lesern in diesem Text die Informationen sachlich und neutral. Davon zeugt der Fakt, dass der Autor im obigen Text weder seine direkten persönlichen Meinungen noch seinen Standpunkt zum gegebenen Thema anführt. Der Artikel enthält vor allem die Fakten und die Zahlen, also davon ergibt sich, dass der erste analysierte Text das Kriterium Sachlichkeit erfüllt.

Zitate

Obwohl das Magazinbericht bzw. Zeitschriftenbericht keine subjektive Perspektive des Autors beinhalten sollte, kann in dem Artikel der genügende Raum für die Äußerung der Protagonisten in der Form von Zitaten gewährt werden. Diese können aus den ganzen Sätzen oder aus den ausgewählten Wörtern gebildet werden.

In dem ersten Text sind sogar drei persönliche Ansichten zu finden und als Beispiel können zwei folgende genannt werden:

Der Vorstand um Konzernchef Mathias Döpfner gehe davon aus, "dass der geplante Anstieg der Werbeerlöse den Rückgang der Vertriebserlöse und der übrigen Erlöse überkompensieren wird."

Konzernchef Döpfner gab sich zufrieden: "Axel Springer ist heute einer der weltweit reichweitenstärksten Digitalverlage."

In den beiden Zitaten, vom Chef des Medienkonzerns Axel Springer Verlag, kann seine Perspektive zu der Thematik der Digitalgeschäfte klar erkennbar werden. In dem ersten Zitat meint er, dass das Digitalgeschäft die Minderung der Gewinne ausgleichen konnte. In dem zweiten Zitat äußert er sich über die Marktposition seines Unternehmens sehr

selbstbewusst. In dem vorliegenden Artikel befinden sich die Zitate vor allem in der Form von der ganzen Sätzen also es geht nicht nur um die ausgewählten Wörter oder indirekte Zitate.

Sprachbilder

Um ein Magazinbericht unterhaltsam zu machen und zugleich das Interesse der Leser mittels verwendeter Sprache zu wecken, werden oft in den Artikeln die so genannten Sprachbilder benutzt. Meistens handelt es sich um Phraseologismen, Wendungen usw.

Eine Menge dieser Sprachbilder kann auch im ersten analysierten Text gefunden werden. Für die bessere Anschauung werden im Folgenden einige angeführt:

Ziele übertreffen, Kleinanzeigen treiben das Geschäft kräftigt an, das Betriebsergebnis klettert um.., über der Zielsetzung liegen, der operative Gewinn dürfte zulegen, Wirtschafts- und Finanznachrichtenportal stehen im Fokus, Wachstum vorantreiben, Unternehmen verlagert sein Geschäft ins Internet, Anteil klettert auf.., Gewinn springt auf..

Satzbau

Da der Satzbau der Textsorte Bericht nicht kompliziert sein sollte, sollten dabei gut verständliche Sätze dominierten. Jedoch sollte man beim Bericht Schachtelsätze nicht benutzen.

Man kann konstatieren, dass sich der Autor des vorliegenden Texts mittels der klaren und deutlich verstehbaren Sätze äußert.

Fachsprache

Da alle der Analyse unterzogenen Texte aus dem Wirtschaftsmagazin *trend.* stammen, sind dort verschiedene Fachtermini zu finden. Meistens handelt es sich um die fachsprachlichen Ausdrücke aus dem Bereich der Wirtschaft.

Konkret bei diesem Text, der im Magazin *trend.* zur Kategorie Wirtschaft gehört, sind die wirtschaftlichen Fachausdrücke stark vertreten. Den wirtschaftlichen Fachbegriffe können *Profit, Dividende, Aktie, Internetgeschäft, Umsatz, Gewinn, Betriebsergebnis, Konzernumsatz, Aktionäre, Aktie, Gesamterlös, Werbeerlös, Vertriebslös, Erlös, Geschäftsmodell, investieren, Auslandgeschäft, Wachstumstreiber* zugeordnet werden.

Anglizismen

In den wirtschaftlichen Texten befinden sich oft auch Anglizismen.

Die aus dem Englischen stammenden Wörter sind hier überwiegend in der Form von den Namen der Wirtschafts- und Finanznachrichtenportals *Business Insider*, Nachrichtenplattform *Upday* oder US-Einkaufsplattform *Retale*. Zur Gruppe der Anglizismen zählen auch die Wörter *Jobportal*, *Konzern* oder *boomend*, die in dem ersten Text verwendet wurden. Außerdem werden im Text keine Archaismen oder veraltete Wörter verwendet.

Journalistischer Aufbau

Wie schon in dem theoretischen Teil dieser Bachelorarbeit erwähnt wurde, versteht man unter dem journalistischen Aufbau der Textsorte Bericht die folgende Gliederung: Schlagzeile bzw. Überschrift, Vorspann (Lead) und Fließtext (Haupttext, Body). Dazu wird beim diesem Kriterium noch überprüft, ob das Prinzip der „umgekehrten Pyramide“ eingehalten wird, also ob die wichtigsten Informationen gleich am Anfang des Texts vorgestellt sind und die anderen Informationen im übrigen Text zu finden sind.

Was die Form des ersten analysierten Texts betrifft, handelt es sich um die einteilige Schlagzeile. In diesem konkreten Beispiel unterscheidet sich der Vorspann vom allgemeinen Text durch die fettgedruckte Schrift. Nach der Schlagzeile kommender Vorspann, beinhaltet die wichtigsten Informationen über das Thema. Also in diesem Fall sind hier die meisten journalistischen W-Fragen (auch in dem theoretischen Teil angeführt) beantwortet:

Wer ist beteiligt? – Der deutsche Medienkonzern Axel Springer Verlag.

Was ist geschehen? - Er hat seine Profit-Ziele übertroffen.

Wann ist etwas geschehen? - Im Jahr 2015.

Wo hat sich das Geschehen ereignet? - In Deutschland/ Im Internet.

Wie ist etwas geschehen? - Sie haben Digitalgeschäfte zur Erhöhung des Profits genutzt.

Warum ist es geschehen? - Weil der Konzern das Digitalgeschäft verwendet.

In diesem Artikel stehen die wichtigsten Informationen im oberen Teil des Textes und allmählich werden die weiteren Details erwähnt. Wie gesagt, zuerst werden die journalistischen W-Fragen beantwortet und im Übrigen die Informationen, wie die genaue Zahlen der Gewinne oder die Aussagen des Konzernchefs, unterbreitet. Man kann feststellen, dass bei dem vorliegenden Artikel das Prinzip der „umgekehrten Pyramide“

eingehalten wurde. Die einzelnen Abschnitte in dem Text haben keinen Name bzw. keine Bezeichnung.

7.2 Analyse des zweiten Textes

Text

„Türkei: Österreichs Außenhandel trotz den Krisen

Österreichs Außenhandel mit der Türkei läuft trotz zahlreicher Krisen in dem Land "phänomenal". "Trotz politischer Troubles könnte es nicht besser laufen", sagte der heimische Wirtschaftsdelegierte in der Türkei, Konstantin Bekos, am Freitag bei einem Pressegespräch in Wien.

Wohlgemerkt gilt das gute Ergebnis für österreichische Firmen in der Türkei. Das Land selbst steckt nach mehreren Anschlägen, einem enormen Flüchtlingszustrom sowie politischer Turbulenzen in der Krise.

Österreich exportierte im Vorjahr Waren im Wert von 1,4 Milliarden Euro in das Land, ein Zuwachs um 16 Prozent gegenüber 2014. Die Importe aus der Türkei stiegen ebenfalls kräftig um 12 Prozent auf 1,44 Milliarden Euro. Das Handelsvolumen mit der Türkei könnte sich in den nächsten Jahren von derzeit rund 2,8 Milliarden Euro auf mehr als 5 Milliarden Euro verdoppeln, erwartet Bekos.

Wirtschaftlich eng verbunden

Österreich liefert vor allem Maschinen und Kesselanlagen in die Türkei, ist aber auch im Energiebereich stark vertreten. 80 Prozent der Wasserkraftwerke in der Türkei sind mit österreichischer Beteiligung entstanden. Zahlreiche heimischen Firmen, darunter Andritz, Do & Co, Dunapack, Mayr-Melnhof, OMV und RHI, sind stark in der Türkei investiert bzw. haben dort Produktionsstätten. Österreich ist nach den USA und den Niederlanden der drittgrößte ausländische Investor in der Türkei. Umgekehrt bezieht Österreich insbesondere Textilien, Nahrungsmittel, Maschinen sowie Autos aus dem Land.

Türkeis krisengebeutelte Wirtschaft

Doch während es für heimische Firmen in der Türkei gut läuft, wachsen der Türkei selbst die Probleme über den Kopf. Das Wirtschaftswachstum hat sich in den vergangenen Jahren praktisch halbiert. Für heuer wird ein BIP-Wachstum von 3,5 bis 4 Prozent erwartet - zwar mehr als 2015, aber deutlich unter den Raten früherer Jahre. Die Inflationsrate liegt mit rund 10 Prozent wesentlich über dem von der Notenbank festgelegten Ziel von 5 Prozent. Ein wichtiger Eckpfeiler der türkischen Wirtschaft, der Tourismus, liegt brach. Er stellt rund 12 Prozent des türkischen Bruttoinlandsprodukts. Die Buchungen für das laufende Jahr sind um 40 Prozent rückläufig, vor allem Gäste aus den wichtigsten Herkunftsländern Deutschland und Russland lassen aus. Rund 1.000 türkische Tourismusbetriebe und -veranstalter seien bereits in die Pleite geschlittert, erzählte Bekos. "Die Angst geht um, dass der attraktive Süden das nächste Ziel (eines Anschlags, Anm.) sein könnte." Die Regierung unternimmt bereits Anstrengungen, der gebeutelten Branche mit Subventionen unter die Arme zu greifen.

In den Schlagzeilen ist die Türkei derzeit vor allem wegen des Flüchtlingsansturms. Laut offiziellen Zahlen sind 3,6 Millionen Flüchtlinge in dem Land, die Dunkelziffer sei "weitaus höher", meinte der Wirtschaftsdelegierte. "Die Türkei ist schlicht überfordert mit dem Ausmaß", räumte Bekos ein. Die Kosten für die Flüchtlinge werden auf umgerechnet 10 Milliarden Euro geschätzt. Der Druck am Arbeitsmarkt steigt, wenngleich viele

Unternehmensneugründungen stark von Flüchtlingen beeinflusst seien, so Bekos. "Nicht alle Flüchtlinge sind arm, sondern gründen auch Unternehmen."

Erhöhung des Mindestlohns gibt Impulse

Impulse für die türkische Wirtschaft kommen derzeit vom privaten Konsum und den eigenen Investitionen - beflügelt durch eine Anhebung des Mindestlohns um 30 Prozent. Alle Hoffnungen setze die Türkei in die EU. "Sie brauchen die EU immer mehr", meinte Bekos. Umso mehr, nachdem sich der große Kooperationspartner Russland verabschiedet hat. Ausländische Unternehmen seien lebenswichtig für die Türkei, man sei vom Ausland abhängig, so Bekos. Die geplante Abschaffung der Visumpflicht sowie die Wiederaufnahme der Beitrittsverhandlungen waren für den türkischen Präsident Recep Tayyip Erdogan die wichtigsten Bedingungen für den Deal mit der EU, im Gegenzug syrische Flüchtlinge aufzunehmen.

Die EU hat der Türkei eine Aufhebung der Visumpflicht bei Reisen in den Schengen-Raum bis Ende Juni in Aussicht gestellt. Es geht um Kurzzeit-Visa, die einen Aufenthalt von maximal 90 Tagen in einem Zeitraum von 180 Tagen erlauben. Derzeit müssen Türken einen aufwendigen Prozess durchlaufen, um ein Visum zu bekommen.²⁸

Analyse

Der zweite analysierte Text, der wiederum die Textsorte Bericht repräsentiert, wurde am 8.4.2016 veröffentlicht und wird im Wirtschaftsmagazin *trend*. wieder der Kategorie Wirtschaft zugeordnet.

Wie schon die offizielle Webseite der Verlagsgruppe NEWS informiert, bilden den Schwerpunkt des österreichischen Magazins *trend*. die Berichte über die österreichische Wirtschaft bzw. über die Wirtschaftspolitik. Demjenigen entspricht nämlich dieser Text und stellt also den klassischen Typ des Artikels dieser Zeitschrift dar.

Sachlichkeit

Der, der zweiten sprachlichen Analyse unterzogene Text, behandelt das erfolgreiche österreichische Außenhandeln mit der Türkei und beschreibt dabei gegenseitige wirtschaftliche Beziehungen zwischen Österreich und Türkei nüchtern und sachlich. Der Journalist äußert seine persönliche Ansicht auf diese Problematik nicht, sondern stützt sich auf die Fakten und Zahlen wie z.B. Import und Export der beiden Länder. Der Leser kann sich dank der Zahlen, Fakten und Paraphrasen selbst seine eigene Meinung bilden.

Zitate

Obwohl der Verfasser dieses Berichtes seine Meinung zur dieser Problematik nicht verrät, verleiht er dank der Zitaten dem Text mehr Authentizität und Lebendigkeit. Bei diesem Text sind die Zitate vor allem in der Form von direkten mit den ganzen Sätzen

²⁸ <http://www.trend.at/wirtschaft/tuerkei-oesterreichs-handel-krise-6307386>

ausgedruckten Aussagen des Wirtschaftsdelegierten in der Türkei Konstantin Bekos vertreten. So beschreibt er die ökonomische Zusammenarbeit zwischen den Handelspartner.

"Trotz politischer Troubles könnte es nicht besser laufen", sagte der heimische Wirtschaftsdelegierte in der Türkei, Konstantin Bekos, am Freitag bei einem Pressegespräch in Wien.

Zur Problematik der Flüchtlingskrise in der Türkei ergänzt er folgende Information.

"Nicht alle Flüchtlinge sind arm, sondern gründen auch Unternehmen."

In diesem Text sind keine nur durch die ausgewählten Wörter geäußerte Zitate.

Sprachbilder

In diesem Text können wir auch eine Vielfalt der Sprachbilder finden, und zwar:

der Türkei wachsen die Probleme über den Kopf

Eckpfeiler der türkischen Wirtschaft, der Tourismus, liegt brach

Tourismusbetriebe und -veranstalter seien bereits in die Pleite geschlittert

Satzbau

Dieser Artikel kann leicht und schnell verstanden werden, weil hier keine viel zu komplizierte Sätze vorkommen.

Fachsprache

Wie in dem theoretischen Teil dieser Bachelorarbeit erwähnt wurde, gibt es keine genaue Zahl der Fachsprachen. Ihre Vielzahl repräsentieren z.B. die Fachsprache der Architektur Medizin, Technik oder Wirtschaft. Jede von diesen einzelnen Fachsprachen ist durch einen spezifizierten Fachtermini bzw. Fachwortschatz charakterisiert. Da es in diesem Fall sich um einen wirtschaftlich orientierten Text handelt, sind hier einige Fachtermini aus der Ökonomie stark vertreten.

Außenhandel, exportierten, Importe, Handelsvolumen, Produktionsstätten, investieren, Produktionsstätten, Investor, Wirtschaftswachstum, BIP-Wachstum, Inflationsrate, Notenbank, Bruttoinlandsprodukts, Arbeitsmarkt, Unternehmensneugründungen, Investitionen, Mindestlohn.

Eine besondere Erwähnung verdient auch das Vorkommen des Wortes Pleite in dem vorliegenden Text. Dieses Wort befindet sich hier in der folgenden Form: *Rund 1.000 türkische Tourismusbetriebe und -veranstalter seien bereits in die Pleite geschlittert, erzählte Bekos.*

Der Grund warum das Auftreten dieses Wortes so speziell ist, erklärt der österreichische Journalist Josef Schneeweiß in seinem Buch. Bei diesem Wort handelt es sich darum, dass es zur Umgangssprache gehört und seine entsprechende Variante in der Wirtschaftssprache stellt z.B. das Wort Insolvenz dar. Trotzdem ist dieses Wort in der österreichischen Wirtschaftssprache auch bei studierten Journalisten sehr populär. (vgl. Schneeweiß, 2000)

Anglizismen

In dem vorliegenden Bericht wurden auch einige aus Englisch stammende Wörter verwendet, und zwar *Troubles* oder *Deal*.

Journalistischer Aufbau

Der Aufbau des obigen Berichts entspricht einer auf den Kopf gestaltete Pyramide. Die einteilige Überschrift ist kurz und prägnant. Der Vorspann ist fettgedrückt und vom Fließtext getrennt. Der Vorspann enthält eine Fülle von wichtigen Daten hauptsächlich die meisten Antworten auf die journalistischen W-Fragen, wie z. B.:

Wer ist beteiligt? – Österreich und Türkei.

Was ist geschehen? – Der Außenhandel Österreichs mit Türkei ist phänomenal.

Wie ist etwas geschehen? – Trotz politischer Probleme.

Woher stammt die Information, wer ist die Quelle? - Vom Wirtschaftsdelegierten in Türkei.

In dem so genannten Fließtext werden die detaillierten Informationen über die Zahl und Art der exportierten und importierten Waren, die nach oder aus der Türkei kommen. Im Weiteren ist die wirtschaftliche Lage der Türkei beschrieben. Zusätzlich wird der Bericht um die Äußerungen des Wirtschaftsdelegierten ergänzt. Der ganze Text hat drei größere Abschnitte mit den Namen *Wirtschaftlich eng verbunden, Türkeis krisengebeutelte Wirtschaft* und *Erhöhung des Mindestlohns gibt Impulse*.

7.3 Analyse des dritten Textes

Text

„Fitapp: Diese Grazer wollen Runtastic den Rang ablaufen

Zwei Steirer wollen mit ihrer "Fitapp" am Markt der Fitness-Apps mitmischen. Doch was tut man, wenn Nike, Runtastic, Endomondo und Runkeeper sich den Markt bereits aufgeteilt haben? Die Antwort: Man setzt auf Brasilien.

Fragt man in Österreich nach dem erfolgreichsten Start-up der vergangenen Jahre, dann fällt stets der gleiche Name: Runtastic aus Oberösterreich. Im vergangenen Jahr war die Entwicklerfirma der gleichnamigen Sport-App für 220 Millionen Euro vom börsennotierten deutschen Adidas-Konzern gekauft worden, was in der Branche als Vorzeige-Exit gilt – kein Wunder also, dass die Idee Nachahmer findet.

„Fitapp“ heißt das Grazer Start-up, dessen gleichnamiges Fitness-Programm seit Herbst 2014 online ist und inzwischen über eine Million Downloads generieren konnte. Gründer Daniel Wohlmuth hatte zuvor als Software-Entwickler bei Up to Eleven gearbeitet, welches von Martin und Jürgen Pansy (bekannt durch ihre in den 1990ern erfolgreichen Websitesms.at) geführt wird.

Seit einem halben Jahr widmet sich Wohlmuth nun Fulltime der Fitness-App. Als Einzelunternehmer macht er damit zuletzt einen Umsatz, der „mit einem guten Software-Entwickler-Gehalt vergleichbar ist“. Will heißen: Ein mittlerer vierstelliger Betrag pro Monat. Das Geld wird mit Werbung und einer werbefreien Premium-Version der App eingenommen, welche einmalig fünf Euro kostet.

STEIRISCHE SYNERGIEN

Im nächsten Schritt hat Wohlmuth nun gemeinsam mit Thomas Mühlbacher, dem Anzeigen- und Internetleiter der Landwirt Agrarmedien GmbH, eine GmbH gegründet. Die Stammeinlagen von 35.000 Euro wurden für die GmbH eingezahlt, Wohlmuth hält eine Mehrheit von zwei Drittel am neuen Unternehmen.

Zwar handelt es sich bei der Beteiligung um Thomas Mülbachers privates Investment. Trotzdem geht er davon aus, dass Synergien genutzt werden – etwa bei der Entwicklung der Apps. Zu den Landwirt Agrarmedien gehören die Website landwirt.com und eine gleichnamige App. Eine inhaltliche Integration von Fitapp in landwirt.com ist laut Wohlmuth nicht vorgesehen.

FITNESS MACHT BLAU

Installiert man Fitapp, so fällt die starke Ähnlichkeit mit anderen Apps auf: Auch hier blinkt ein GPS-Punkt auf einer Landkarte, ein Zähler zeigt Laufzeit und gelaufene Meter an – und die dominierende Farbe ist blau, genauso wie bei der Vorbild-App Runtastic. Hätte man hier nicht etwas kreativer sein können? Laut Wohlmuth gab es wenig Auswahl: Hätte er sich für Grün statt Blau entschieden, dann wäre ihm Ähnlichkeit mit Endomondo, einer anderen Fitness-App, vorgeworfen worden. „Alle Fitness-Apps sehen sich ähnlich“, sagt er: „Man kann das Rad nicht neu erfinden“.

Außerdem sei sein Blau etwas heller als jenes von Runtastic – womit „die Schlankheit der App betont werden soll“. Tatsächlich gibt es in Fitapp derzeit deutlich weniger Funktionen als bei der Konkurrenz: Sportarten wie „Wandern“ können zum Beispiel nicht ausgewählt werden. Im Gegenzug, so Wohlmuth, sammelt Fitapp aber auch sehr wenig Daten vom Nutzer: Lediglich GPS, die Internetverbindung und bei Bedarf das Facebook-Konto werden angezapft.

VAMOS A LA FITNESS

Wohlmuth will das Produkt nicht als Lauf-, sondern als Fitness-App positionieren, die durch ein digitales Protokoll beim Abnehmen und Fitwerden helfen soll. Auch spielerische Elemente wie Bestenlisten soll es geben. Damit stehen die Grazer allerdings in Konkurrenz zu den ganz Großen: Die Apple Watch und Googles App Google Fit zählen die Schritte ihrer Nutzer und vermitteln ihm so einen Überblick über seine Alltags-Fitness. Die Fitnessbänder von Jawbone interagieren mit einer App, die neben Sport und gegangenen Schritten auch Gewicht und Essgewohnheiten analysiert; Konkurrent Fitbit vernetzt sich gleich mit dutzenden Apps, die Funktionen dieser Art bieten.

Als geographische Märkte hat Wohlmuth sich Spanien, Portugal und Lateinamerika ausgesucht – dafür hat er die App auf Spanisch und Portugiesisch übersetzen lassen. „Die meisten Downloads kommen derzeit aus Brasilien“ sagt der Grazer. Hintergrund dieser Entscheidung ist, dass der mitteleuropäische Markt schon von Runtastic und Endomondo bedient wird, während US-Sportler beim Fitnesstraining auf Nike+ und Runkeeper setzen – letztgenannter hat 45 Millionen Nutzer und wurde diese Woche vom Sportartikelhersteller Asics gekauft. Runtastic ist wie eingangs erwähnt inzwischen Teil des Adidas-Konzerns, und Endomondo wurde im Februar 2015 vom Sportartikelhersteller Under Armour übernommen.²⁹

Analyse

Im Folgenden wird der dritte Artikel, der am 17. 2. 2016 auf der Webseite *trend.at* publiziert wurde, untersucht. Dieser analysierte Text kann man im Online-Wirtschaftsmagazin *trend.* unter einer besonderen Kategorie, und zwar *trend@venture* finden. In dem erwähnten Themenbereich befinden sich interessante Artikel über „Start-ups“ sowohl aus der Web- und Mobilebranche als auch aus dem Hardwarebereich.

Passend zum Gegenstand der Kategorie *trend@venture* ist auch der folgende analysierte Text, denn er befasst sich mit einer Fitness-Applikation. Da das Kernstück der Themen in dem Magazin *trend.* die Berichterstattung über österreichische Wirtschaft bildet, orientiert sich auch dieser Artikel auf ein österreichisches Start-up. Unter dem Begriff Start-up ist ein junges Unternehmen gemeint, das noch nicht auf dem Markt etabliert ist. Der Zweck des Start-ups ist es mit dem niedrigen Kapital und mithilfe der neuartigen Geschäftsideen schnell das Wachstum und den Erfolg zu erreichen.³⁰

Sachlichkeit

Der Artikel, der die neue österreichische Fitness-Applikation behandelt, ist auf der Basis sachlich-neutraler Vermittlung der Informationen erbaut. Der Journalist konzentriert sich nicht auf die Wiedergabe seinen Meinungen bzw. Stellungen. Der Text beinhaltet

²⁹ <http://www.trend.at/trendventure/fitapp-graz-runtastic-6235717>

³⁰ <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/start-up-unternehmen.html>

objektive Informationen und Zahlen, wie z.B. den Wert der Stammeinlagen, die für die GmbH bezahlt wurden.

Zitate

Der dritte analysierte Bericht enthält keine subjektiven Meinungen des Verfassers, aber außer bloßen Tatsachen ist er um die Aussagen der Entwickler der Fitness-Applikation ergänzt. In dem folgenden Text kommen die Zitate vor allem in der Form von ganzen Sätzen vor, aber man kann hier auch ein Zitat, das aus ausgewählten Wörtern gebildet ist, finden.

Als erstes Beispiel ist das indirekte Zitat angeführt, in dem der Gründer des Start-up aus Österreich erklärt, warum die blaue Farbe für die Applikation gewählt wurde. Es handelt sich um ein indirektes Zitat.

Laut Wohlmuth gab es wenig Auswahl: Hätte er sich für Grün statt Blau entschieden, dann wäre ihm Ähnlichkeit mit Endomondo, einer anderen Fitness-App, vorgeworfen worden.

Zur Farbe der Applikation äußert sich noch der Fitapp-Entwickler, und seine Aussage wurde in dem folgenden Artikel in der Form von ausgewählten Wörtern benutzt. Also in diesem Fall geht es nicht um den ganzen Satz.

Außerdem sei sein Blau etwas heller als jenes von Runtastic – womit „die Schlankheit der App betont werden soll“

Für die direkten Zitate in der Form der ganzen Sätze in diesem konkreten Artikel gelten folgende Beispiele:

„Alle Fitness-Apps sehen sich ähnlich“, sagt er: „Man kann das Rad nicht neu erfinden“.

Die obigen Zitate nehmen wieder den Bezug auf die Farbe der Applikation, wobei das letzte angeführte Zitat den Zusammenhang zu den Märkten, auf deren die Applikation auftritt, bildet.

„Die meisten Downloads kommen derzeit aus Brasilien“ sagt der Grazer.

Sprachbilder

Die folgenden verwendeten Sprachbilder machen den Text lebendiger und anschaulicher:

diese Grazer wollen Runtastic den Rang ablaufen

den Markt aufteilen

man kann das Rad nicht neu erfinden

Satzbau

Was den Satzbau angeht, ist dieser Text meiner Meinung nach gut verständlich und übersichtlich. Allgemein lässt sich sagen, dass beim Lesen dieses Artikels weder Probleme beim Verständnis noch mit dem allzu komplizierten Satzbau vorkommen.

Fachsprache

Da es sich in diesem Text um das neu gegründete Unternehmen bzw. Start-up handelt, betreffen die vorkommenden fachsprachlichen Ausdrücke wie z.B. *Markt, börsenorientiert, Einzelunternehmen, Umsatz, werbefrei, Stammeinlage, Investment* usw. auch den Bereich der Gründung und Entwicklung eines Unternehmens.

Anglizismen

Nicht zu übersehen bzw. überlesen in dem dritten Artikel sind einige Anglizismen. Es ist schon aus der Überschrift dieses Artikels klar, dass er in Bezug auf das Thema mehrere aus dem Englischen stammende Wörter umfasst. Im Allgemeinen handelt es sich in diesem Fall um eine moderne Sprache, in der die Anglizismen wie *Start-up, Sport-App, Download, Fulltime* usw. benutzt werden.

Außerdem ist für diesen Artikel die Verwendung der gemischten deutsch-englischen Wörter wie *Vorzeige-Exit, Software-Entwickler oder Software-Entwickler-Gehlat* typisch.

Eine Besonderheit dieses Artikels ist ein aus der spanischen Sprache stammende Satz, und zwar *Vamos a la fitness*. Man erwähnt das in dem Text aus dem Grund, dass die österreichische Applikation ins Spanische und Portugiesische übersetzt wurde.

Journalistischer Aufbau

Betrachtet man den journalistischen Aufbau des analysierten Artikels, so sieht man eine einteilige Überschrift, den Vorspann bzw. auf English Lead, der sich mit fetten Letter vom übrigen Text, also vom Haupttext, unterscheidet. Der Vorspann des analysierten Berichts umfasst die Auskünfte bzw. Antworten auf einige journalistische W-Fragen und zwar,

Wer ist beteiligt? – Zwei Steirer.

Was ist geschehen? – Zwei Steirer wollen mit ihrer Fitapp auf dem Markt der Fitness-Apps mitmischen.

Wie ist etwas geschehen? – Sie setzen die Applikation auf den Markt in Brasilien.

Der Vorspann beinhaltet die wichtigsten Informationen und der Haupttext demgegenüber bietet die interessanten Angaben über den Begründer des Start-ups und der gleichnamigen Applikation sowie über das Unternehmen allgemein. Im übrigen Text werden das Aussehen oder die Funktionen der gegebenen Applikation genauso wie auch die weiteren Informationen über den Auftritt auf die Märkte in Spanien, Portugal usw. beschrieben. Der ganze Text wird in die drei größere Abschnitte gegliedert und zwar, *Steierische Synergien*, *Fitness mach blau* und *Vamos a la fitness*.

7.4 Analyse des vierten Textes

Text

„Börsenfusion: Welche Hürden Frankfurt und London meistern müssen

Die Deutsche Börse hat seit der Jahrtausendwende mehrfach vergeblich versucht, mit einem großen Partner zu fusionieren. Auch der nun geplante Zusammenschluss mit der London Stock Exchange (LSE) ist noch lange nicht in trockenen Tüchern. Ein Überblick über die größten Hürden.

Aufsichtsbehörden

Diverse Aufsichtsbehörden müssen grünes Licht für die Fusion geben, allen voran die EU-Kommission. "Die Wettbewerbshüter sind der größte Stolperstein", betonen die Experten des Analysehauses Exane BNP Paribas. Insider gehen davon aus, dass sich der Überprüfungsprozess bis 2017 hinziehen wird. 2012 untersagte die EU die Fusion von Deutscher Börse und New York Stock Exchange, weil sie die Marktmacht der Konzerne im Derivategeschäft für zu groß hielt.

Im Derivatehandel sehen Experten dieses mal wenig Probleme, schließlich mischt hier in Europa inzwischen die US-Börse ICE kräftig mit. Zudem hat der amerikanische Konkurrent Nasdaq angekündigt, ins Geschäft mit Zinsderivaten einzusteigen. Auch im europaweit zersplitterten Aktienhandel gebe es keine Bedenken, sagte ein Aufseher der Nachrichtenagentur Reuters.

Die größten Probleme sehen Experten und Insider bei der Abwicklung von Derivategeschäften. Hier gehören die Deutsche-Börse-Tochter Eurex und die Firma LCH.Clearnet, die der LSE mehrheitlich gehört, zu den führenden Anbietern. "Es ist wahrscheinlich, dass die Regulierer prüfen, ob eine Kombination beider Unternehmen zu weniger Wettbewerb führt", erklären die Analysten der Großbank UBS. Auch die Situation in der Wertpapierverwahrung und im Marktdatengeschäft würden sich die Behörden sicher ansehen, erklärte der Aufseher.

Neben der EU müssen auch die Behörden in Großbritannien und die hessische Börsenaufsicht grünes Licht geben. An dieser Front erwarten Experten bisher allerdings keine größeren Probleme.

Politik

Beim letzten Versuch, Deutsche Börse und LSE zu verschmelzen, gab es in Großbritannien große Vorbehalte. Medien und Politiker machten massiv Stimmung gegen den Verkauf der altehrwürdige Londoner Börse an einen deutschen Konzern. "Beim Mann auf der Straße

bleibt sicher auch dieses mal hängen, dass die Deutschen eine britische Institution übernehmen wollen", sagte der britische Parlamentarier Mark Garnier.

Einen großen Aufschrei hat es in London bisher aber nicht gegeben, was auch auf die Kommunikation beider Unternehmen zurückzuführen ist. Sie betonen, es handle sich um einen "Zusammenschluss unter Gleichen". Nach einer Fusion sollen beide Gesellschaften und Hauptquartiere erhalten bleiben. "Kein Land muss befürchten, dass ihm wesentliche Bausteine seiner Kapitalmarktinfrastruktur verloren gehen", sagte eine mit den Plänen Vorgang vertraute Person. Der Verwaltungsrat der Holdinggesellschaft soll zu gleichen Teilen aus Mitgliedern von Deutscher Börse und der LSE bestehen.

Umstritten ist, welche Auswirkungen ein möglicher Austritt Großbritanniens aus der EU auf den Deal hätte. "Sollte es zu einem 'Brexit' kommen, erwarten wir, dass die Politik eingreift und versucht, den Deal zu blockieren", erklärten die Analysten von Exane BNP Paribas. Eine mit der Fusion vertraute Person glaubt hingegen, dass der Zusammenschluss mit oder ohne Brexit gelingen kann. Eine Verbindung zwischen der starken Industrie in Kontinentaleuropa und dem dynamischen britischen Kapitalmarkt sei so oder so eine attraktive Kombination.

Gegenofferte

Ein anderer Börsenbetreiber könnte bei der Fusion dazwischenfunken. Der geplante Zusammenschluss entspreche lediglich einem Aufschlag von 18 Prozent auf den LSE-Aktienkurs vor Bekanntwerden des Deals, erklärten die Analysten der Deutschen Bank. Es sei deshalb vorstellbar, dass beispielsweise die US-Börse ICE eine Gegenofferte für die LSE vorlege. Die BNP-Analysten halten auch ein Angebot der Börse von Hongkong oder der Chicago Mercantile Exchange (CME) für denkbar.

Unternehmen

Der Vorstand und Aufsichtsrat der Deutschen Börse und der Verwaltungsrat der LSE müssen dem Deal zustimmen. Vorher müssen viele Details der sehr komplexen Verschmelzung in relativ kurzer Zeit geklärt werden - beispielsweise die genaue Besetzung des Verwaltungsrats. Beide Konzerne wollen ihre Fusionspläne eigentlich erst Mitte März publik machen, sagte ein Insider Reuters. Nach einer Exklusivmeldung von Reuters am Dienstag waren sie jedoch gezwungen, schon fr³¹üher an die Öffentlichkeit zu gehen. Nach britischem Übernahmerecht muss die Deutsche Börse nun bis 22. März erklären, ob sie der LSE ein formelles Fusionsangebot unterbreiten will oder nicht.“

Analyse

Der nächste analysierte Bericht gehört diesmal zur Kategorie Geld und wurde am 27.2.2016 publiziert. Der erwähnten Kategorie sind Artikel über Märkten oder Börsen zugeordnet.

Der vorliegende Artikel befasst sich mit dem Zusammenschluss der Deutschen Börse und der London Stock Exchange.

³¹ <http://www.trend.at/geld/boersenfusion-welche-huerden-frankfurt-london-6250226>

Sachlichkeit

Ebenso wie bei ersten drei untersuchten Texten lässt sich auch hier sagen, dass das Kriterium Sachlichkeit erfüllt wurde. Die Begründung dafür ist die Tatsache, dass in diesem Artikel keine privaten Ansichten des Autors erkennbar sind, was natürlich einer der Merkmale der Textsorte Bericht entspricht. Während der Beschreibung der eventuellen Probleme bei der Fusion der beiden Börsen verwendet der Verfasser die Fakten und weist auf die Aussagen der Experten hin. Der ganze Text ist nüchtern und präzise formuliert.

Zitate

Der Autor legt die Schwierigkeiten der Verschmelzung der zwei Aktienmärkte aus mehreren Perspektiven mithilfe der Zitate dar. Dabei beschränkt er sich nicht nur auf die Nutzung der direkten Zitate oder der Zitate, die in den ganzen Sätzen ausgedrückt sind, sondern benutzt er auch indirekte Zitate oder zitiert nur ausgewählte Wörter.

Hier sind die Beispiele der direkten Zitate, die in dem vierten Text vorherrschend sind:

In dem ersten Beispiel äußern sich die Experten darüber, dass die Aufsichtsbehörde, und zwar die Wettbewerbshüter die Komplikation in dem Fall der Fusion verursachen können.

"Die Wettbewerbshüter sind der größte Stolperstein", betonen die Experten des Analysehauses Exane BNP Paribas.

In dem weiteren Exempel erklären die Analysten was die Aufsichtsbehörden kontrollieren können.

"Es ist wahrscheinlich, dass die Regulierer prüfen, ob eine Kombination beider Unternehmen zu weniger Wettbewerb führt", erklären die Analysten der Großbank UBS.

In den nächsten drei Zitaten drücken sich der Parlamentarier aus Großbritannien, eine unbekannte Person und Analysten zu der Situation aus dem politischen Standpunkt, aus.

"Beim Mann auf der Straße bleibt sicher auch dieses mal hängen, dass die Deutschen eine britische Institution übernehmen wollen", sagte der britische Parlamentarier Mark Garnier.

"Kein Land muss befürchten, dass ihm wesentliche Bausteine seiner Kapitalmarktinfrastuktur verloren gehen", sagte eine mit den Plänen Vorgang vertraute Person.

"Sollte es zu einem 'Brexit' kommen, erwarten wir, dass die Politik eingreift und versucht, den Deal zu blockieren", erklärten die Analysten von Exane BNP Paribas.

Zur Gruppe der indirekten Zitate aus diesem Text gehören die folgenden zwei, die wieder die Probleme bei dem Zusammenschluss der beiden Börsen aus der Sicht der Aufsichtsbehörden behandeln.

Auch im europaweit zersplitterten Aktienhandel gebe es keine Bedenken, sagte ein Aufseher der Nachrichtenagentur Reuters.

Auch die Situation in der Wertpapierverwahrung und im Marktdatengeschäft würden sich die Behörden sicher ansehen, erklärte der Aufseher.

In dem vorliegenden Artikel kann man auch ein Zitat in der Form der ausgewählten Wörter finden, das das Wesen der Fusion darstellen soll.

"Zusammenschluss unter Gleichen"

Sprachbilder

Um diesen Bericht besonders zu machen, werden in diesem Text einige Sprachbilder benutzt.

Zusammenschluss mit der London Stock Exchange (LSE) ist noch lange nicht in trockenen Tüchern.

grünes Licht geben – In diesem konkreten Fall bedeutet das, dass die Aufsichtsbehörden alles zuerst genehmigen müssen und erst dann kann es zur Fusion kommen.

an dieser Front – „Front“ bedeutet in diesem Sinne z.B. hessische Börsenaufsicht.

wesentliche Bausteine seiner Kapitalmarktinфраstruktur – Als Bausteine sind einige der wichtigsten Elemente des Kapitalmarktes der beiden Länder gemeint.

Beim Mann auf der Straße bleibt sicher auch dieses mal hängen

Satzbau

Beim Lesen des ganzen Berichts sind keine Probleme mit der Verständlichkeit vorgekommen, also der Satzbau ist nicht zu kompliziert.

Fachsprache

Da der vierte Text die Fusion der zwei Börsen behandelt, beziehen sich die Fachtermini, die dort auftreten, auf die Börsensprache.

Börse, Marktmacht, Derivategeschäft, Derivatehandel, Zinsderivaten, Aktienhandel, Wertpapierverwahrung, Kapitalmarktinfrastuktur, Holdinggesellschaft, Kapitalmarkt, Börsenbetreiber, Börsenaufsicht

Anglizismen

Der untersuchte Bericht beschäftigt sich mit der Verschmelzung der deutschen und der britischen Börse und dementsprechend sind hier auch folgende aus Englischem stammende Wörter.

Konzern, Analyst, Holdinggesellschaft, Deal

An dieser Stelle muss man besonders betonen, dass hier auch meiner Meinung nach, ein interessantes Wort erscheint, und zwar *Brexit*. Bei diesem Wort handelt es sich um eine Verbindung der englischen Wörter „Britain“ bzw. „British“ und „exit“ und man benutzt das als die Bezeichnung für den Austritt des Großbritanniens aus der Europäischen Union.³²

Journalistischer Aufbau

Bei der näheren Analyse des vorliegenden Artikels aus dem journalistischen Standpunkt unterscheidet man wieder den klassischen Aufbau und zwar, zuerst die Überschrift und daran knüpfen der Vorspann und der Fließtext.

Die wichtigsten Informationen können im Vorspann gefunden werden und zwar in der Form von Antworten auf fast alle journalistischen W-Fragen.

„Wer ist beteiligt? - Die deutsche und die britische Börse.

Was ist geschehen? – Es ist der Zusammenschluss der zwei Börsen geplant.

Wann ist etwas geschehen? – Es ist noch nicht passiert, und es wird einige Zeit noch dauern.

Wo hat sich das Geschehen ereignet? – In Deutschland und Großbritannien.

Wie ist etwas geschehen? - Es ist noch nicht geschehen.

Warum ist es geschehen? – Es ist noch nicht geschehen, wegen einiger Probleme.

Im Weiteren sind die detaillierte Auskünfte über einzelnen Schwierigkeiten, die der Fusion entgegenstehen. Der Haupttext ist in vier größere Abschnitte geteilt, was meiner Meinung

³² <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/brexit?q=Brexit>

nach, übersichtlich wirkt. Die Inhalte der Textabschnitte entsprechen den vier einzelnen Abschnittsnamen: *Aufsichtsbehörden, Politik, Gegenofferte, Unternehmen*.

7.5 Analyse des fünften Textes

Text

„Schweizer Franken ist als sicherer Hafen noch immer gefragt

Als vor einem Jahr die SNB mit den Euro-Mindestkurs begrub, würfelte dies die Märkte durcheinander - "Frankenschock" war das Schlagwort der Stunde. Nun ist der Schweizer Franken weniger volatil und als sicherer Hafen in Krisenzeiten noch immer gefragt - das könnte eine Aufwertung mit sich bringen.

An den 15. Januar 2015 kann sich Devisenhändler Tim Müller noch gut erinnern: Vor einem Jahr änderte die Schweizerische Nationalbank völlig überraschend ihre Wechselkurspolitik und löste damit ein Erdbeben an den Börsen aus. "Diesen Tag wird niemand, der am 15. Januar mit dem Franken zu tun hatte, je vergessen", sagte Müller, der bei der Zürcher Kantonalbank arbeitet. "Ich mache diesen Job schon seit fast 28 Jahren - aber das war einzigartig." Ohne Vorwarnung kippte die SNB nach rund drei Jahren ihr Euro-Wechselkursziel von mindestens 1,20 Franken.

Der Franken gewann daraufhin zum Euro bis zu 30 Prozent an Wert - der Euro fiel auf ein Elf-Jahrestief zum Dollar. Der Schweizer Leitindex SMI sackte 8,7 Prozent ab - der größte Tagesverlust in einem Viertel Jahrhundert und der zweitgrößte seiner Geschichte. Banken und deren Kunden mussten teils hohe Verluste einstecken. Doch dieser "Schwarze Donnerstag" tat dem Vertrauen internationaler Anleger in den Franken keinen Abbruch: Vor allem in Krisenzeiten investieren viele von ihnen weiterhin ihr Geld in die als "sicherer Hafen" geltende Schweiz.

US-ZINSWENDE MINDERT ATTRAKTIVITÄT DES SCHWEIZER FRANKEN

Als Fluchtwährung an schlechten Börsentagen verliert der Franken jedoch zunehmend an Attraktivität: Grund dafür ist die US-Zinswende. Denn mit steigenden Zinsen im Dollar-Raum winken den Investoren für eine ebenfalls sichere Anlage höhere Renditen als in der Schweiz, wo der Zinssatz bei minus 0,75 Prozent liegt. Diese steigende Präferenz der Anleger für den Dollar anstelle des Frankens habe sich bereits in den vergangenen Monaten abgezeichnet, sagte der Chefökonom der Schweizer Raiffeisen-Bankengruppe, Martin Neff. "Seit Sommer letzten Jahres haben wir bei keinem Schock eine Franken-Aufwertung erlebt."

Jüngste Beispiele sind der Börsen-Crash in China sowie die Spannungen zwischen dem Iran und Saudi-Arabien, die die Märkte gleich zu Beginn des Jahres in Aufruhr versetzt hatten. Doch der Franken reagierte kaum und blieb zur wichtigsten Exportwährung Euro weitgehend stabil zwischen 1,08 und 1,09 Franken. Das zeige, dass sich die Lage seit dem Frankenschock vor einem Jahr beruhigt habe, sagte Devisen- und Rohstoffexperte Joachim Corbach vom Schweizer Vermögensverwalter GAM. "Die SNB scheint die Kontrolle über den Franken zurückerlangt zu haben - viele Investoren glauben das."

Seit der Aufgabe des Mindestkurses stemmt sich die Notenbank mit Negativzinsen und - bei Bedarf - mit Stützungskäufen gegen eine Aufwertung des Frankens. Experten gehen jedoch davon aus, dass die SNB zuletzt kaum am Markt intervenieren musste, um den Franken stabil zu halten.

GEFAHR EINES NEUEN HÖHENFLUGS

Doch es ist nicht lange her, da schaufelten Investoren ihr Geld aus Angst vor einem Auseinanderbrechen der Eurozone haufenweise in die politisch und wirtschaftlich stabile Schweiz. Das führte dazu, dass der Franken nach 2008 einen Höhenflug nach dem anderen erlebte - bis die SNB den Mindestkurs einführte, um die für die exportorientierte Wirtschaft schädliche Aufwertung zu stoppen.

Einer Studie der Deutschen Bank zufolge waren es aber nicht nur ausländische Investoren, die ihr Geld in der Schweiz horteten, sondern auch Schweizer Großkonzerne. Statt die im Ausland erwirtschafteten Erträge wieder dort zu investieren, bunkerten Nestle, Novartis & Co ihre Erträge lieber daheim. Das verstärkte den Aufwertungsdruck auf den Franken zusätzlich. Die SNB hätte ihren Euro-Mindestkurs nach eigener Darstellung nur mit milliardenschweren Stützungskäufen aufrecht halten können - und stieg dann aus.

Nach den Turbulenzen vor einem Jahr ist es zuletzt ruhig geworden um die eidgenössische Währung. Doch trotz der stabilen Entwicklung in den vergangenen Monaten halten Experten bei künftigen Krisen einen neuerlichen Höhenflug für möglich. Schließlich verspreche die Währung nach stetigem Wertzuwachs über Jahrzehnte Sicherheit. Daher seien viele Investoren bereit, Negativzinsen in Kauf zu nehmen. Kantonalbank-Händler Müller: "Wenn die Welt untergeht, dann ist es nicht das Schlechteste, ein paar Franken auf den Büchern zu haben."³³

Analyse

Der fünfte und zugleich in dieser Bachelorarbeit der letzte analysierte Text, der zur Textsorte Bericht gehört und in dem Online-Wirtschaftsmagazin *trend.* gefunden werden kann, wurde am 13.01. 2016 veröffentlicht. Man kann diesen Artikel in der Kategorie Finanzen und konkret Schweizer Frank finden. Die genannte Kategorie bietet den Wirtschaftsinteressierten große Auswahl an Artikel über die aktuellsten Informationen, die mit dem Thema Finanzen zusammenhängen.

Dementsprechend widmet sich auch dieser Artikel dem Thema Finanzen und zwar der Währung Schweizern Franken.

Sachlichkeit

Da es sich auch beim diesem Text um die informationsbetonte Textsorte Bericht handelt, beinhaltet der vorliegende Text keine offensichtliche Anschauung des Autors. Die Informationen, die durch die Fakten und Zahlen unterstützt sind, werden sachlich vermittelt.

³³ <http://www.trend.at/finanzen/schweizer-franken/schweizer-franken-hafen-6187108>

Zitate

Der vorliegende Text ist um die Aussagen der Mitarbeiter der Züricher Kantonalbank, Chefökonom der Schweizer Raiffeisen-Bankengruppe und einem Devisen- und Rohstoffexperte bereichert. Der fünfte Artikel ist reich an die Zitate vor allem an die direkte Zitate, die durch ganze Sätze ausgedrückt sind. Die ausgewählten Wörter sind hier nicht zitiert.

Im Folgenden sind einige Beispiele der direkten Zitate angeführt.

In dem ersten Zitat äußert sich ein Mitarbeiter der Kantonalbank Zürich zum Tag, wenn die SNB ihre Wechselkurspolitik geändert hat und das zweite Zitat ist auch von ihm.

"Diesen Tag wird niemand, der am 15. Januar mit dem Franken zu tun hatte, je vergessen", sagte Müller, der bei der Zürcher Kantonalbank arbeitet. "Ich mache diesen Job schon seit fast 28 Jahren - aber das war einzigartig.

Kantonalbank-Händler Müller: "Wenn die Welt untergeht, dann ist es nicht das Schlechteste, ein paar Franken auf den Büchern zu haben."

In den nächsten zwei Aussagen sagen der Chefökonom der Schweizer Raiffeisen-Bankengruppe und ein Devisen- und Rohstoffexperte ihre Standpunkte.

"Seit Sommer letzten Jahres haben wir bei keinem Schock eine Franken-Aufwertung erlebt."

"Die SNB scheint die Kontrolle über den Franken zurückerlangt zu haben - viele Investoren glauben das."

In dem Weiteren sind die Beispiele der indirekten Zitate aus dem fünften Text.

Diese steigende Präferenz der Anleger für den Dollar anstelle des Frankens habe sich bereits in den vergangenen Monaten abgezeichnet, sagte der Chefökonom der Schweizer Raiffeisen-Bankengruppe, Martin Neff.

Das zeige, dass sich die Lage seit dem Frankenschock vor einem Jahr beruhigt habe, sagte Devisen- und Rohstoffexperte Joachim Corbach vom Schweizer Vermögensverwalter GAM.

Sprachbilder

Wie bei anderen vier analysierten Berichten gibt es auch hier einige Sprachbilder.

*Schweizer Franken ist als sicherer Hafen noch immer gefragt
den Euro-Mindestkurs begrub
würfelte dies die Märkte durcheinander
Erdbeben an den Börsen auslösen
"Schwarze Donnerstag"
die Märkte gleich zu Beginn des Jahres in Aufruhr versetzt hatten
der Franken nach 2008 einen Höhenflug nach dem anderen erlebte*

Satzbau

Meiner Meinung nach sind die Sätze, aus denen der ganze Text gebildet ist nicht zu kompliziert, aber trotzdem ist der Artikel als der ganze Komplex für mich schwieriger zum Verstehen.

Fachsprache

Wie schon beim vorigen Kriterium erwähnt wurde, handelt es sich um keinen einfachen Text. Es ist mit dem Vorkommen der fachsprachlichen Ausdrücke verursacht. Da der Text aus dem Wirtschaftsmagazin stammt, sind für ihn die Fachtermini typisch und in diesem Fall befinden sich hier folgende fachsprachliche Ausdrücke aus dem Bereich Finanzen.

Devisenhändler, Wechselkurspolitik, Wechselkursziel, Renditen, Zinssatz, Mindestkurses, Erträge Negativzinsen, Wertzuwachs

Es sollte auch nicht unerwähnt bleiben, dass hier das Wort "Frankenschock" verwendet ist. Dieses Wort wurde im Jahr 2015 für Finanzwort des Jahres in der Schweiz gewählt und steht für die Situation, wenn die Schweizerische Nationalbank (SNB) Euro-Mindestkurs aufgelöst hat.³⁴

Anglizismen

Der letzte der Analyse unterzogene Text weißt folgende Anglizismen auf.

Job, Börsen-Crash, exportorientierte, Großkonzerne

³⁴ <http://www.handelszeitung.ch/konjunktur/frankenschock-ist-das-finanzwort-des-jahres-929336>

Journalistischer Aufbau

Was den journalistischen Aufbau des vorliegenden Artikels anbelangt, besteht der Text aus der Überschrift, dem Vorspann und dem Fließtext. Der Fließtext oder auf English Body ist wie bei übrigen vier analysierten Text mit fettgedruckten Letter geschrieben und enthält die Antworten auf die folgende W-Fragen.

Wer ist beteiligt? - SNP.

Was ist geschehen? – Der Schweizer Franken ist weniger volatil und ist als sicherer Hafen in Krisenzeiten noch immer gefragt.

Wann ist etwas geschehen? – Vor einem Jahr.

Wo hat sich das Geschehen ereignet? – In der Schweiz.

Wie ist etwas geschehen? - SNP hat den Euro-Mindestkurs aufgelöst.

Da die wesentliche Informationen im Vorspann des Texts sind, befinden sich die detaillierten Informationen darüber was ist nach Frankenschock passiert im Fließtext, der sich noch in zwei Abschnitte gliedert und zwar, *US-Zinswende Mindert Attraktivität des Schweizer Franken* und *Gefahr eines neuen Höhenflugs*.

8 ZUSAMMENFASSUNG DER FÜNF ANALYSEN

Tab. 1. :Zusammenfassung der fünf Analysen

		Text 1	Text 2	Text 3	Text 4	Text 5
	Kategorie	Wirtschaft	Wirtschaft	trend@venture	Geld	Finanzen
1.	Sachlichkeit	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
2.	Zitate	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
3.	Sprachbilder	Ziele übertreffen; Kleinanzeigen treiben das Geschäft kräftigt an; das Betriebsergebnis klettert um...; über der Zielsetzung liegen; der Gewinn dürfte zulegen; Wirtschafts- und Finanznachrichtenportal stehen im Fokus; Wachstum vorantreiben; Unternehmen verlagert sein Geschäft ins Internet ; Anteil klettert auf...; Gewinn springt auf...	die Probleme wachsen über den Kopf; Eckpfeiler der Wirtschaft liegt brach; in die Pleite schlittern	diese Grazer wollen Runtastic den Rang ablaufen; den Markt aufteilen; man kann das Rad nicht neu erfinden	Zusammenschluss mit (LSE) ist noch nicht in trockenen Tüchern; grünes Licht geben; Beim Mann auf der Straße bleibt sicher auch dieses mal hängen; Bausteine seiner Kapitalmarktinfrastruktur	Schweizer Franken -sicherer Hafen; den Euro-Mindestkurs begraben; würfelte dies die Märkte durcheinander; Erdbeben an den Börsen auslösen; "Schwarze Donnerstag"; die Märkte gleich zu Beginn des Jahres in Aufruhr versetzt hatten; Franken erlebte einen Höhenflug nach dem anderen erlebte
4.	Satzbau	gut verständlich	gut verständlich	gut verständlich	gut verständlich	gut verständlich
5.	Fachsprache	Profit profitieren Dividende Aktie Internetgeschäft Umsatz Gewinn Betriebsergebnis Konkurrenzumsatz Aktionäre Gesamterlös Werbeerlös Vertriebslös Erlös Geschäftsmodell Auslandsgeschäft Wachstumstreiber	Außenhandel exportierten Importe Handelsvolumen Produktionsstätten investieren Produktionsstätten Investor Wirtschaftswachstum BIP-Wachstum Inflationsrate Notenbank Bruttoinlandsprodukts Arbeitsmarkt Unternehmensneugründungen Investitionen Mindestlohn.	Markt börsenorientiert Einzelunternehmen Umsatz werbefrei Stammeinlage Investment	Börse Marktmacht Derivategeschäft Derivatehandel Zinsderivaten Aktienhandel Wertpapierverwaltung Kapitalmarktinfrastruktur Holdinggesellschaft Kapitalmarkt Börsenbetreiber Börsenaufsicht	Devisenhändler Wechselkurspolitik Wechselkursziel Renditen Zinssatz Mindestkurses Erträge Negativzinsen Wertzuwachs Frankenschock
6.	Anglizismen	Business Insider Upday Retale Jobportal boomend	Troubles Deal	Start-up Sport-App Download Fulltime	Konzern Analyst Holdinggesellschaft Deal	Job Börsen-Crash exportorientierte Großkonzerne
7.	Journalistischer Aufbau	Schlagzeile Vorspann Fließtext	Schlagzeile Vorspann Fließtext	Schlagzeile Vorspann Fließtext	Schlagzeile Vorspann Fließtext	Schlagzeile Vorspann Fließtext

Im Folgenden berichte ich anhand der von mir aufgenommenen Tabelle schrittweise und entsprechend den einzelnen Kategorien 1. bis 7. über die Ergebnisse der durchgeführten Analyse. Für die sprachliche Analyse der Texte, die der Textsorte Bericht zugeordnet sind, wurden die Artikel aus insgesamt 4 Kategorien gewählt. Dank der Verschiedenartigkeit der einzelnen Kategorien ist sicher, dass die Texte nicht nur einem Themenbereich gewidmet werden. Wie sich auch aus der Tabelle ergibt, handelt es sich um zwei Texte aus der Kategorie Wirtschaft, und je einen aus der Kategorie trend@venture, Geld und Finanzen. Die zwei Artikel wurden aus dem Themenbereich Wirtschaft absichtlich gewählt, weil diese Kategorie aus meiner Sicht in dem Online-Wirtschaftsmagazin *trend.* am stärksten vertreten ist.

Allgemein lässt sich aufgrund der Tabelle feststellen, dass alle fünf Artikel das erste Kriterium Sachlichkeit erfüllt haben und die Informationen in allen ausgewählten Texten objektiv ohne direkt geäußerte Meinungen des Autors vermittelt werden. Dank der Verwendung der Fakten und Zahlen kann sich jeder Leser selbst seine eigene Anschauung zum Thema bilden.

Was das Auftreten der Zitate in den ausgewählten Textsorten anbelangt, sind in jedem Text einige zu finden. Am häufigsten sind es direkte, durch die ganzen Sätze ausgedrückte, Zitate.

Vom Gesichtspunkt der Sprachbilder lässt sich zusammenfassend sagen, dass die sogenannten Sprachbilder in jedem von fünf untersuchten Berichten stark vertreten sind. In der Tabelle sind zur besseren Vorstellung einige Sprachbilder aufgeschrieben.

Auch das weitere untersuchte Charakteristikum und zwar die fachsprachlichen Ausdrücke haben in allen Texten ihre Vertretung. Die verwendete Fachsprache unterscheidet sich je nach dem Bereich oder Thema des gegebenen Artikels. Man kann konstatieren, dass sich in den analysierten Berichten ein großes Spektrum der Fachtermini befindet.

In der vorletzten Zeile wurde meine Aufmerksamkeit auf das Auftreten der aus dem Englischen stammenden Wörter gerichtet. In der Tabelle kann man Beispiele der verwendeten Anglizismen finden.

Wie die letzte Zeile der von mir gebildeten Tabelle verrät, wurde der journalistische Aufbau in jedem Artikel eingehalten. Alle Texte sind in die Schlagzeile, den Vorspann und den Fließtext gegliedert, wo sich der Vorspann immer vom Fließtext durch fettgedruckte Schrift unterscheidet. Alle fünf analysierten Berichte mit der Ausnahme von erstem Text,

werden im Fließtext noch in Abschnitte, die bestimmte Bezeichnungen haben, gegliedert. Die Berichte Nr. 2, 3 und 4 haben noch drei Bezeichnungen der Abschnitte und der Artikel Nr. 5 hat nur zwei Bezeichnungen.

Man kann also zum Schluss kommen, dass meine Vermutung bestätigt wurde und alle sieben Attribute, die ich zur Analyse gewählt habe, erfüllt wurden. Also die fünf untersuchten Berichte entsprechen den sieben Merkmalen und zwar, Sachlichkeit, Zitate, Sprachbilder, Satzbau, Fachsprache, Anglizismen und journalistischer Aufbau.

SCHLUSSBETRACHTUNG

Die vorliegende Bachelorarbeit beschäftigte sich mit der sprachlichen Analyse der Textsorte Bericht in einem ausgewählten österreichweit verbreiteten Online-Wirtschaftsmagazin.

Das für diese Arbeit festgelegte Ziel war, mithilfe der Analyse der fünf ausgewählten Berichte aus dem österreichischen Online-Wirtschaftsmagazin *trend*, festzustellen, ob sie die sieben ausgewählten Kriterien, die für sie typisch sind, erfüllen. Zuerst wurde überprüft, ob sie die vier Grundmerkmale der Textsorte Bericht erfüllen. Gleichzeitig waren aus dem sprachlichen Gesichtspunkt sowohl das Vorkommen der fachsprachlichen Termini als auch der aus Englisch stammenden Wörter in den Texten sowie die Einhaltung des journalistischen Aufbaus analysiert.

Um das oben erwähnte Ziel zu erreichen, war es notwendig in dem theoretischen Teil meiner Bachelorarbeit zuerst den Begriff Textsorte definieren und nachfolgend einzelne Presse-Textsorten insbesondere Bericht zu charakterisieren. Im Hinblick auf das Thema meiner Bachelorarbeit, in der die Artikel aus der Online-Zeitschrift analysiert wurden, widmete sich das zweite Kapitel kurz der Entstehung und vor allem dem Entwicklungsprozess der elektronischen Magazine. Da die untersuchte Texte aus dem Wirtschaftsmagazin stammten und deswegen einige fachsprachliche Ausdrücke enthielten, musste in dem nächsten Kapitel die Bezeichnung Fachsprache erklärt sein. Weiter ging es in dem dritten Kapitel um die knapp beschriebene Entstehung und Schichtung der Fachsprachen. Schließlich richtete sich in dem theoretischen Teil der Arbeit meine Aufmerksamkeit auf die terminologische Klärung der Wirtschaftssprache und auf ihre Gliederung.

Der praktische Teil der vorliegenden Arbeit begann mit der Vorstellung des Magazins *trend*, voran die Einführung beziehungsweise die Erklärung der Analyse und Analyse selbst knüpfte. Im Rahmen der Analyse wurden vier Grundmerkmale der journalistischen Darstellungsform Bericht verfolgt, und zwar die Sachlichkeit, das Auftreten der Zitate und Sprachbilder sowie der Satzbau. Neben dem Vorkommen der fachsprachlichen Termini und Anglizismen wurde auch der journalistische Aufbau der einzelnen Texte überprüft. Für die Analyse wurden fünf Artikel aus insgesamt vier verschiedenen Kategorien gewählt. Für die bessere Übersicht wurden die Ergebnisse der Analyse in einer Tabelle zusammengefasst und um den Kommentar ergänzt.

Zusammenfassen lässt sich sagen, dass alle fünf der sprachlichen Analyse unterzogene Berichte alle festgelegten Attribute erfüllten und somit meine Annahme bestätigten.

LITERATURVERZEICHNIS

Gedruckte Quellen:

- [1] BOLTEN, Jürgen. *Fremdsprache Wirtschaftsdeutsch: Bestandaufnahme und Perspektiven*. In: Müller, Bern Dietrich (Hrsg.): *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. München. ISBN 3-89129-109-4.
- [2] BORGULYA, Agota. *Zu einigen wichtigen Merkmalen der deutschsprachigen Texte der Dokumentationen in der Wirtschaft*. In Bungarten (Hrsg.): *Sprache und Information in Wirtschaft und Gesellschaft : Referate eines internationalen Kongresses, zugleich der XI. Jahrestagung der Vereinigung "Sprache und Wirtschaft"*, 30. September - 3. Oktober 1985, Congress-Centrum, Hamburg .ISBN 3-927226-00-9.
- [3] BUHLMANN, Rosemarie; FEARNs Anneliese. *Handbuch des Fachsprachenunterrichts: Unter besonderer Berücksichtigung naturwissenschaftlich-technischer Fachsprachen*. 6., überarb. und erw. Aufl. Tübingen: Narr, 2000. ISBN 3-8233-4965-1.
- [4] BURGER, Harald. *Mediensprache: Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*. Berlin: Walder de Gruyter, 2005. ISBN 3-11-017353-0.
- [5] DERNBACH, Beatrice. *Die Vielfalt des Fachjournalismus: Eine systematische Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2010. ISBN 978-3-531-15158-8.
- [6] FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachsprachen: Einführung und Bibliographie*. 5., überarb. und erw. Aufl. Tübingen: Francke, 1996. ISBN 3-8252-0483-9.
- [7] HEUBERGER, Katharina. *Wirtschaftsdeutsch und seine Vermittlung: eine Bestandsaufnahme*. Tostedt: Attikon-Verl, 1997. ISBN 3-927226-28-9.
- [8] HOFFMANN, Lothar. *Kommunikationsmittel Fachsprache: Eine Einführung*. 3., durchgesehene Aufl. Berlin: Akademie-Verlag, 1987. ISBN 30-500-0417-7.

- [9] HUNDT, Markus. *Modellbildung in der Wirtschaftssprache: zur Geschichte der Institutionen- und Theoriefachsprachen der Wirtschaft*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1995. ISBN 3-484-31150-9.
- [10] LIESEM, Kerstin. *Professionelles Schreiben für den Journalismus*. Köln: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2015. ISBN 978-3-531-18302-2.
- [11] LINKE, Angelika; NUSSBAUMBER, Markus; PORTMANN, Paul R. *Studienbuch Linguistik*. 5., erw. Aufl., Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2004. ISBN 3-484-31121-5.
- [12] MAST, Claudia. *ABC des Journalismus*. Neuaufl., 12., völlig überarb. Aufl., Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft, 2012. ISBN 978-3-86764-289-7.
- [13] MESSINA, Chiara. *Die österreichischen Wirtschaftssprachen : Terminologie und diatopische Variation*. Berlin: Frank & Timme, 2015. ISBN 978-3-7329-0113-5.
- [14] SCHNEEWEIß, Josef. *Journalistische Wirtschaftssprache in Österreich: Unter besonderer Berücksichtigung der Tendenzen, Austriazismen, Neologismen, Internationalismen, Metaphern und Phraseologismen*. Wien: Ed. Praesens, 2000. ISBN 3-7069-0039-4.
- [15] SPACHMANN, Klaus. *Wirtschaftsjournalismus in der Presse: Theorie und Empirie*. Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft, 2005. ISBN 3-89669-480-4.
- [16] ŠILHÁNOVÁ, Renata. *Lexikalische und phraseologische Aspekte der Textsorte Geschäftsbrief*. 1. Aufl. Zlín: VeRBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-08-8.

Elektronische Quellen:

- [17] BÖRSENFUSION. trend.at [online]. [Stand 2016-03-03]. Erreichbar unter: <<http://www.trend.at/geld/boersenfusion-welche-huerden-frankfurt-london-6250226>>
- [18] BREXIT. oxforddictionaries.com [online]. [Stand 2016-03-03]. Erreichbar unter: <<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/brexit?q=brexit>>
- [18] DEFINITION WIRTSCHAFT. business-on.de [online]. [Stand 2016-03-10]. Erreichbar unter: <http://www.business-on.de/wirtschaftssystem-definition-wirtschaft-_id42272.html>

- [19] ENTWICKLUNG UND ZUKUNFT ELEKTRONISCHER ZEITSCHRIFTEN. agmb.de [online]. [Stand 2016-02-15]. Erreichbar unter: <http://www.agmb.de/mbi/2001_3/12-16.pdf>
- [20] FACHSPRACHEN, FACHKOMMUNIKATION, SONDERSPRACHEN. univie.ac.at [online]. [Stand 2016-03-02]. Erreichbar unter: <<http://www.univie.ac.at/iggerm/files/mitschriften/ws12/Fachsprachen,Fachkommunikation,Sondersprachen-WS12-Patocka.pdf>>
- [21] FRANKENSCHOCK. handelszeitung.ch [online]. [Stand 2016-01-20]. Erreichbar unter: <<http://www.handelszeitung.ch/konjunktur/frankenschock-ist-das-finanzwort-des-jahres-929336>>
- [22] FITAPP. trend.at [online]. [Stand 2016-02-20]. Erreichbar unter: <<http://www.trend.at/trendventure/fitapp-graz-runtastic-6235717>>
- [23] FUSION TREND UND FORMAT. derstandard.at [online]. [Stand 2016-04-06]. Erreichbar unter: <<http://derstandard.at/2000023963630/News-Gruppe-fusioniert-Wirtschaftsmagazine-trend-und-Format>>
- [24] IMPRESSUM UND OFFENLEGUNG. trend.at [online]. [Stand 2016-04-01]. Erreichbar unter: <<http://www.trend.at/impressum>>
- [25] MEDIAPRINT. austria-forum.org [online]. [Stand 2016-04-10]. Erreichbar unter: <<http://austria-forum.org/af/AustriaWiki/Mediaprint>>
- [26] NEUE MEDIEN. lmz-bw.de [online]. [Stand 2016-02-15]. Erreichbar unter: <https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/huether_neue/huether_neue.pdf>
- [27] NEWS-GRUPPE FUSIONIERT MAGAZINE TREND UND FORMAT. orf.at [online]. [Stand 2016-04-06]. Erreichbar unter: <<http://orf.at/stories/2304437/>>
- [28] PREISLISTE. vgn.at [online]. [Stand 2016-04-06]. Erreichbar unter: <https://www.vgn.at/_storage/asset/6209686/storage/master/file/91697921/download/VGNDigital_preisliste_2016.pdf>
- [29] SPRINGER-DIGITALGESCHÄFTE. trend.at [online]. [Stand 2016-03-05]. Erreichbar unter: <<http://www.trend.at/wirtschaft/springer-digitalgeschaeft-6256487>>

- [30] START-UP-UNTERNEHMEN. wirtschaftslexikon.gabler.de [online]. [Stand 2016-04-08]. Erreichbar unter: <<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/start-up-unternehmen.html>>
- [31] TREND. vgn.at [online]. [Stand 2016-04-06]. Erreichbar unter: <<https://www.vgn.at/medienmarken-trend>>
- [32] TREND – DIGITAL. vgn.at [online]. [Stand 2016-04-06]. Erreichbar unter: <<https://www.vgn.at/a/trend-digital>>
- [33] TREND – MAGAZIN. vgn.at [online]. [Stand 2016-04-06]. Erreichbar unter: <<https://www.vgn.at/a/trend-magazin>>
- [34] TREND – MEDIADATEN. vgn.at [online]. [Stand 2016-04-06]. Erreichbar unter: <<https://www.vgn.at/a/trend-mediadaten>>
- [35] TREND (ZEITSCHRIFT). austria-forum.org [online]. [Stand 2016-04-03]. Erreichbar unter: <[http://austria-forum.org/af/AustriaWiki/Trend_\(Zeitschrift\)](http://austria-forum.org/af/AustriaWiki/Trend_(Zeitschrift))>
- [36] TÜRKEI: ÖSTERREICHS AUSSENHANDEL. trend.at [online]. [Stand 2016-04-10]. Erreichbar unter: <<http://www.trend.at/wirtschaft/tuerkei-oesterreichs-handel-krisen-6307386>>
- [37] ÜBERSETZUNGSPROBLEME IN DER WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION. deutsche-digitale-bibliothek.de [online]. [Stand 2016-03-06]. Erreichbar unter: <<https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/binary/U45YDM7R7TDJ6CW6RUZWGL2IT5W53DHO/full/1.pdf>>
- [38] VGN VERLAGSGRUPPE NEWS. vgn.at [online]. [Stand 2016-04-03]. Erreichbar unter: <<https://www.vgn.at/>>
- [39] WERBETRÄGER. oewa.at [online]. [Stand 2016-05-06]. Erreichbar unter: <<http://www.oewa.at/index.php?id=2>>
- [40] WIR BEWEGEN WIRTSCHAFT. vgn.at [online]. [Stand 2016-04-01]. Erreichbar unter: <<https://www.vgn.at/medienmarken-trend>>
- [41] ZEITENBLICKE. zeitenblicke.de [online]. [Stand 2016-02-15]. Erreichbar unter: <<http://www.zeitenblicke.de/2003/02/pdf/keller.pdf>>

SYMBOL- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Abb.	Abbildung
ACSI	American Standard Code for Information Interchange
ARL	Association of Research Libraries
BLEND	Birmingham and Loughborough Electronic Network Development
bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
et al.	unter andere
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
LSE	London Stock Exchange
Nr.	Nummer
ÖWA	Österreichische Webanalyse
PDF	Portable Document Format
S.	Seite
SNB	Schweizerische Nationalbank
Tab.	Tabelle
u.a.	unter anderem
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
VGN	Verlagsgruppe News
z.B.	zum Beispiel
zit.	zitiert

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

<i>Abb. 1.: Die wichtigsten informations- und meinungsbetonten Textsorten im Überblick....</i>	13
<i>Abb. 2.: Merkmale des Zeitschriftenberichtes</i>	15
<i>Abb. 3.: Horizontale Gliederung von Fachsprachen in Wissenschafts-, Technik- und Institutionensprache.....</i>	25
<i>Abb. 4.: Typisches Organisationsmodell eines Großunternehmens</i>	29
<i>Abb. 5.: Gliederung der deutschen Wirtschaftssprache</i>	30
<i>Abb. 6.: „Mediamil-Komplex“</i>	34

TABELLENVERZEICHNIS

<i>Tab. 1. :Zusammenfassung der fünf Analysen</i>	<i>61</i>
---	-----------