

Agnieszka Dickel

Analyse von Texten aus dem Sprachbereich Wirtschaft für den Fachsprachenunterricht Wirtschaftsdeutsch für angehende Dolmetscher

Lingwistyka Stosowana / Applied Linguistics / Angewandte Linguistik nr 3,
125-137

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Agnieszka DICKEL

Uniwersytet Warszawski

Analyse von Texten aus dem Sprachbereich *Wirtschaft* für den Fachsprachenunterricht *Wirtschaftsdeutsch* für angehende Dolmetscher/ Übersetzer

0. Einleitung

Fachbezogener Fremdsprachenunterricht ist zugleich Sprach- und Fachunterricht, denn Sprache und Fach lassen sich voneinander nicht trennen. In diesem Zusammenhang bleibt es zu überlegen, über welchen Umfang von Fachwissen Dolmetscher/Übersetzer verfügen sollten, die in einem Fachsprachenunterricht *Wirtschaftsdeutsch* Fachsprachenwissen aus diesem Bereich erwerben. In Übereinstimmung mit vielen Fachsprachendidaktikern wird die Auffassung vertreten, dass Übersetzer und Dolmetscher nicht nur über Fachsprachenwissen, sondern auch über ein gewisses Maß an Fachwissen verfügen sollten, um ihrer Aufgabe adäquat nachkommen zu können. Deswegen sollte auch in ihrer Ausbildung die Vermittlung von solchem Fachwissen mitberücksichtigt werden. Sie sollen aber nicht zu Fachleuten ausgebildet werden. Daher liegt es nahe, dass sie in dem gegebenen Fach, hier *Wirtschaft*, das Grundwissen erwerben sollten. Bei der Bestimmung des Sprachmaterials für so einen Fachsprachenunterricht sollte also vor allem an die Bedürfnisse der Dolmetscher/Übersetzer gedacht werden, an eine Bereitstellung solchen Materials, das ihnen ermöglicht, ein grundlegendes Fachwissen zu erwerben. Um so wichtiger ist es, das ausgewählte Material so zu analysieren, dass daraus sowohl das Fachwissen als auch sprachliches Material für den Fachsprachenunterricht abgeleitet wird.

Zunächst wird die Konzeption zur Bestimmung des Sprachbereiches *Wirtschaft* dargestellt, dann die der angenommenen Konzeption entsprechenden Themenbereiche und Texte. Die letzten beiden Abschnitte enthalten die Beschreibung der Methode der Textanalyse sowie die durchgeführte Analyse eines ausgewählten Textes.

1. Bestimmung des Sprachbereiches *Wirtschaft* anhand von Kommunikationsstrukturen eines Modellunternehmens

Der Bereich *Wirtschaft* wird unterschiedlich verstanden und definiert. Zunächst wird die geläufige Unterteilung in *Volkswirtschaftslehre* und *Betriebswirtschaftslehre* in Frage gestellt, gemäß dem Gedanken aus dem angelsächsischen Raum, wo nur von dem Bereich *Economy* die Rede ist. Innerhalb des deutschsprachigen Raumes, wo es diese Unterteilung gibt, bildet das Verständnis dessen, was *Betriebswirtschaftslehre* ist, ein weiteres Problem. Anhand von Gliederungsvorschlägen der *Betriebswirtschaftslehre* von Wirtschaftswissenschaftlern G. Wöhe und W. Hopfenbeck sieht man deutlich, dass es ganz stark voneinander abweichende Meinungen gibt, was den Gegenstand und die Ziele der Betriebswirtschaftslehre bildet (vgl. G. Wöhe 1986: VII ff. und W. Hopfenbeck 1993: 5 ff.). Der von Sprachwissenschaftlerinnen R. Buhlmann und A. Fearn vorgeschlagene Weg, Wirtschaftssprache in einzelne Fachsprachen zu unterteilen (vgl. R. Buhlmann, A. Fearn 1987: 306) oder gemäß der Auffassung vom Sprachwissenschaftler T. Bungarten (1988: 19 ff.) einzelne Bereiche der Betriebswirtschaftslehre als Fachsprachen zu definieren, wäre schon aus diesem Grunde fraglich, da es einer höheren Übereinstimmung innerhalb der Wirtschaftswissenschaften bedürfte, was überhaupt in ihren Gegenstandsbereich gehört.

Andererseits, wenn man das Alltagsgeschehen in der Wirtschaft in Betracht zieht, stellt man fest, dass man in der tagtäglichen wirtschaftlichen Kommunikation nicht mit reinen modellhaften Fachsprachen der BWL, VWL, des Rechts usw., sondern mit einer Sprachmischung aus all diesen Bereichen konfrontiert wird. Außerdem gibt es Problembereiche in der Wirtschaft, die in den Interessenbereich sowohl von BWL und VWL als auch Recht (Lohn/Gehalt, Kredite) gehören, die also schon aus rein fachsprachendidaktischen Gründen eher eine einheitliche Eingehensweise verdienen, und nicht eine Zerstückelung auf verschiedene Bereiche/Fachsprachen.

Der optimale Weg, auf den Bereich *Wirtschaft* einzugehen und den Sprachbereich *Wirtschaft* zu bestimmen, besteht demzufolge nicht darin, eines von den schon innerhalb der Wirtschaftswissenschaften umstrittenen Konzepten der Gliederung des Bereiches *Wirtschaft* anzunehmen oder sich auf diese Konzepte bildende Teilbereiche zu konzentrieren, sondern einen Ausschnitt aus dem wirtschaftlichen Leben zu untersuchen, und zwar einen solchen, der für das ganze wirtschaftliche Geschehen repräsentativ ist.

Gemäß dem Vorschlag von J. Bolten (1991: 77) erfüllt ein Großunternehmen der Industrie diese Bedingung, da es ein Teil des wirtschaftlichen Kreislaufes bildet und mit allen seinen Teilen verknüpft ist.

Ebenso repräsentativ für den Bereich *Wirtschaft* - obwohl um den wirtschaftlich-technischen Bereich gekürzt - ist ein Handelsunternehmen, was in der vorliegenden Konzeption als Modell eines als Organigramm der Wirtschaft verstandenen Unternehmens angenommen wird.

Hier wird auf die letzte Auffassung Bezug genommen, indem die komplexen Kommunikationsstrukturen eines im Rahmen einer komplexen Umwelt tätigen Unternehmens anhand seines Schriftverkehrs dargestellt werden. Dadurch lässt sich, gemäß der Konzeption von J. Bolten (1991: 77), ein Korpus von sprachlichem Material erfassen, das repräsentativ für das gesamtwirtschaftliche Handlungsfeld ist.

Im Unterschied zur Konzeption von J. Bolten erfolgt die vorgenommene Darstellung der Kommunikationsstrukturen eines Unternehmens jedoch nicht durch Analyse der Arbeit einzelner Abteilungen eines Unternehmens samt ihrer schriftlichen Kommunikation, sondern der für ein Unternehmen üblichen Stufen des Unternehmensprozesses. Es werden demgemäß Texte analysiert, die in einer für bestimmte Stufen des Unternehmensprozesses typischen Folge angeordnet werden (vgl. G. Nickolaus, H. Bock-Schweiger 1989: 58). Auf diese Weise können zu solch einer „Kette“ von Texten Schriftstücke aus verschiedenen Abteilungen eines oder sogar zwei/mehreren Unternehmen gehören, abhängig davon, ob es sich um innerbetriebliche Kommunikation, Kommunikation von Betrieb zu Betrieb, oder von Betrieb zu einer Institution (wie z.B. das Steueramt) handelt. Bei der Anordnung der Stufen des Unternehmensprozesses wurde darauf geachtet, die Tätigkeit eines Unternehmens von seiner Gründung an, bis zu seiner Liquidation widerzuspiegeln. Die angenommene Vorgehensweise soll zur Darstellung der Kommunikationsstrukturen eines Unternehmens in ihrer Komplexität führen, die ihrerseits als Grundlage der Ausarbeitung einer didaktischen Konzeption des Fachsprachenunterrichts *Wirtschaftsdeutsch* dienen soll.

2. Bestimmung der Texte im Hinblick auf die Zielgruppe Dolmetscher/Übersetzer

Die vorgenommene Darstellung der komplexen Kommunikationsstrukturen eines Unternehmens erhebt kein Anspruch auf Vollständigkeit im quantitativen Sinne, so wurde der ganze Bereich der mündlichen Kommunikation weggelassen. Zum einen decken sich jedoch inhaltlich in großem Umfang die Bereiche der mündlichen und schriftlichen Kommunikation, wobei oft Texte als schriftliche Repräsentation der mündlichen Absprachen aufgefasst werden können (z.B. Verträge, die Ergebnisse der vorhergehenden mündlichen Absprachen sind). Zum anderen wurden die Stufen des Unternehmensprozesses so ausgewählt, dass die wichtigsten Problembereiche der Arbeit eines Unternehmens und des Umfeldes dieser Arbeit abgedeckt werden können. Auf diese Weise lässt sich ein repräsentatives Korpus von acht, auf das Handlungsfeld Unternehmen bezogenen Stufen des Unternehmensprozesses feststellen, denen entsprechende Texte zugeordnet werden. Der Korpus kann eventuell sowohl um weitere Stufen des Unternehmensprozesses als auch Textsorten ergänzt werden.

1. Anmeldung eines Unternehmens: Anmeldung zum Handelsregister
2. Abwicklung eines Kaufgeschäfts: Anfrage, Angebot, Bestellung, Bestellungsannahme (Auftragsbestätigung), Kaufvertrag, Mängelrüge, Lieferungsverzug, Annahmeverzug, Zahlungsverzug
3. Das gerichtliche Mahnverfahren: Mahnbescheid, Zwangsvollstreckung
4. Der Produktionsfaktor Arbeit: Berufsausbildungsvertrag, Arbeitsvertrag Zeugnis, Generalvollmacht, Prokura, Kündigung
5. Der Absatz von Gütern: Agenturvertrag, Kommissionsvertrag
6. Zahlungsverkehr: Quittung, Wechsel, Kreditantrag, Kreditvertrag, Kreditzusage
7. Steuern und Versicherungen: Steuerbescheid, Steuererklärung, Anmeldung bei der Berufsgenossenschaft
8. Sanierung, Vergleich, Konkurs, Liquidation: Konkursantrag, Aussonderung aus der Konkursmasse

Die aufeinander folgenden einzelnen Themenbereiche sind nach dem *Ursache - Folge* Prinzip dargestellt. Ähnlich werden die Texte innerhalb eines Themenbereiches angeordnet. Auf diese Weise stellen sie ein Abbild einiger, in einem Unternehmen üblicher, Stufen des Unternehmensprozesses in ihrer Vernetzung dar. Eine solche Anordnung dieser Stufen und Texte ist in dem Fall vorrangig wichtig, wenn daraus abgeleitetes Fach- und Sprachmaterial an fachlich nicht kompetente Lerner vermittelt werden soll, die den fachlichen Hintergrund der Texte und die Zusammenhänge zwischen ihnen nicht kennen, so wie das im Fall von Dolmetschern/Übersetzern ist.

3. Gewählte Methode der Textanalyse von Fachtexten

Mit Hilfe der in der Arbeit gewählten Methode der Textanalyse werden die Funktionen von Fachtexten in Teilbereichen fachlichen Handelns sowie die fachlichen Situationen, und nicht nur die sprachsystematischen Einheiten aufgezeigt. Dementsprechend werden die analysierten Texte zunächst funktional und situativ eingeordnet, um erste Anhaltspunkte für ihre sprachlichen Besonderheiten zu gewinnen.

Da nahezu alles Geschehen in einem Unternehmen einen juristischen Hintergrundbezug besitzt, schaffen fast alle Texte aus dem Schriftverkehr eines Unternehmens rechtliche Tatbestände. In den Textanalysen werden daher viele Rechtszustände sowie auch der betriebswirtschaftliche Hintergrund mitberücksichtigt. Darüber hinaus erfolgt eine lexikalische und grammatikalische Analyse, um die typischen lexikalischen und grammatikalischen Strukturen des analysierten sprachlichen Korpus zu eruieren.

Die Analyse wurde nach dem von B. Schaefer (1995: 45 ff.) ausgearbeiteten Analyseraster durchgeführt und besteht aus folgenden drei Bausteinen:

1. Kommunikationskonstellation: Gegenstand, Textfunktion, Textsorte, Textrezipient, Rezeptionssituation, Textproduzent
2. Textmakrostruktur: Textdeklaration, Textfunktion; Überschrift, Textaufbau und Textinhalt; Art und Funktion nichtsprachlicher Mittel
3. Textmikrostruktur: Grammatik; Lexikalische Analyse

Ad 1: Der erste Punkt, die Kommunikationskonstellation, behandelt die Frage, in welcher Angelegenheit (Gegenstand/Sachverhalt) und mit welcher Intention (Textfunktion) wer (Textproduzent) sich an wen (Textrezipient) wendet. In diesem Teil wird dementsprechend näher auf die folgenden Fragen eingegangen: (1) Um welchen Gegenstand/Sachverhalt geht es im Text, welchem Fach ist er zuzuordnen? (2) Welche Intention hat der Textproduzent, welche Funktion(en) somit der Text. Spielen rechtliche Bestimmungen eine Rolle, wenn ja, welche? Welche Textsorte wird zur Umsetzung der primären Textfunktion benutzt? (3) An welche Art von Rezipienten wendet sich der Text und was wird von der Rezeption des Textes erwartet? (4) Für welchen Anlass ist die Rezeption des Textes gedacht, zu welcher Zeit, an welchem Ort findet die Rezeption normalerweise statt? (5) Wer ist der Textproduzent, welche Erwartungen hat er im Hinblick auf die Textrezipienten?

Ad 2: Mit Textmakrostruktur wird die Struktur eines Gesamttextes bezeichnet. Sie wird durch Inhalt, Aufbau und Gestaltung eines Textes realisiert. Es geht vorrangig um die Frage, welche Bedingungen die Textmakrostruktur erfüllen muss, um der Kommunikationskonstellation optimal zu entsprechen. Bei der Analyse des Textes unter diesem Gesichtspunkt ergeben sich folgende Problemfelder: (1) Grad der Standardisierung: Die Texte unterscheiden sich u.a. dadurch, dass sie mehr oder weniger strenge Anforderungen an ihren formalen und inhaltlichen Aufbau haben. Es muss mithin die Frage beantwortet werden, ob der zu analysierende Text hochgradig (z.B. Protokoll), mäßig (z.B. Bedienungsanleitung) oder gering (z.B. Bericht) standardisiert ist. (2) Inhalt des Gesamttextes: Besitzt der Text eine Textdeklaration (als Zuordnung zu einer Textsorte), einen Titel, wie bezieht er sich auf das Thema des Textes? (3) Aufbau des Gesamttextes: Wie ist der Text gegliedert, mit Hilfe welcher Mittel; wie viele und welche Informationseinheiten enthält der Text, in welcher Abfolge, mit welcher Funktion; welche Mittel der Textgliederung werden verwendet (Einteilung in Abschnitte bzw. Kapitel, Unterkapitel, Zwischenüberschriften, Nummerierung, Hervorhebung durch typographische Mittel); in welchem Maße stimmen inhaltliche und formale Gliederung des Textes überein; nach welchen Kriterien ist die Informationsprogression organisiert (beispielsweise chronologisch in Anlehnung an den Handlungsablauf)? (4) Abbildungen: Enthält der Text Abbildungen, Tabellen, Graphiken, was stellen sie dar, welcher Art sind sie, welche Funktion haben sie (Ersetzung, Ergänzung, Illustration), wo sind sie jeweils platziert, warum gerade dort, welche Gründe könnte es für die Auswahl und Art der Abbildungen geben?

Ad 3: Bei der quantitativen mikrostrukturellen Analyse sollen jene sprachliche Mittel erkannt und beschrieben werden, die für die betreffende Textsorte und ihre Funktion charakterisierend sind. Der Weg führt dabei nicht von den Formen zu den Funktionen, sondern umgekehrt von den Funktionen zu den Formen. Die Mikrostrukturanalyse setzt sich aus zwei Teilen zusammen:

(1) Grammatische Analyse. (i) Welche Satzformen, Satzarten, Satzbaupläne werden gebraucht? Die Analyse der Satzformen kann Aufschlüsse über die jeweils gewählten Strategien der Textverdichtung und zugleich über den Grad der Verständlichkeit eines Textes liefern. Die Analyse der Satzarten (Aussagesatz, Fragesatz, Aufforderungssatz) kann Aufschlüsse über die Übereinstimmung von Satzart und intendierter Funktion der Mitteilung an die Hand geben. Die Analyse der Satzbaupläne, d.h. der Abfolge von Satzgliedern (Subjekt, Prädikat, Objekt, Adverbial) kann – vor allem bei Abweichung von der normalen Abfolge – Aufschlüsse über den Grad der Verständlichkeit eines Textes liefern. (ii) Inwiefern erfüllen die Strukturen der Nominalgruppen die Forderung nach Knappheit des Ausdrucks einerseits und nach Präzision und Verständlichkeit andererseits? Sie tragen zur Verdichtung eines Fachtextes bei, bei einem hohen Grad der Verdichtung können sie jedoch das Verständnis erschweren. (iii) Welche grammatikalische Mittel werden zur sprachlichen Realisierung der Textfunktion (Information, Instruktion, Direktion) benutzt? Es handelt sich hier um persönliche vs. unpersönliche Ausdrucksweise, imperativische Ausdrucksweise.

(2) Lexikalische Analyse. (i) Die lexikalische Analyse dient zum einen der Bestimmung der Art sowie des Grades an Fachlichkeit eines Textes, zum anderen der Bestimmung des Grades an Verständlichkeit eines Fachtextes. Im Besonderen handelt es sich hierbei um folgende Fragenkomplexe: Verteilung von gemeinsprachlicher und fachsprachlicher Lexik, Verteilung der Fachlexik auf verschiedene Fachbereiche, auf lexikalische Felder, Grad der Fachlichkeit der Fachlexik (Theorie-, Fachumgangs-, Verteilersprache), Art der fachlichen Lexik (Fremdwörter, Zusammensetzungen, Ableitungen), Einführung, Definition, Erläuterung fachlicher Lexik.

Als Beispiel für die textlinguistische Analyse von fachsprachlichen Texten entsprechend der oben dargestellten Methode wurde aus dem Korpus von Stufen des Unternehmensprozesses der zweite Themenbereich *Abwicklung eines Kaufgeschäfts* gewählt und in dem folgenden Abschnitt der Text *Angebot* analysiert.

4. Beispiel der Analyse der ausgewählten Textsorte: *Angebot*

Möbelhaus
Werner Arnold
Postfach 2 24

6800 Mannheim 1

Ihre Zeichen, Ihre Nachricht vom Unsere Zeichen, Unsere Nachricht vom
Ortsname

Angebot

Sehr geehrter Herr Arnold,

vielen Dank für Ihre Anfrage. Wir bieten Ihnen an:

150 Wirtshaustische, aus fehlerfreiem gebleichtem Ahornholz, 80 x 80 cm, Fertigtstärke 30 mm. Zargen aus 26 mm gedämpftem Rotbuchenholz, 15 cm hoch. Füße 80 cm hoch, 60 x 60 mm gedämpfte Rotbuche. Kanten gebrochen, farblos lackiert, ab Werk je Stück 96 Euro.

Der Preis enthält noch keine Mehrwertsteuer.

Da eine Sonderanfertigung vorliegt, müssen wir auf folgenden Zahlungsbedingungen bestehen: 1/3 bei Erteilung des Auftrags, 1/3 bei Lieferung der Tische und 1/3 30 Tage nach Lieferung netto.

Wir können 4 Wochen nach Auftragseingang liefern.

Dieses Angebot gilt bis zum 30. April d. J. Erfüllungsort für beide Teile ist Herford.

Wir würden uns freuen, Ihren Auftrag zu erhalten.

Mit freundlichen Grüßen
Möbelfabrik Berger & Redlich
ppa.
Bergmann

4.1. Kommunikationskonstellation: Gegenstand, Textfunktion, Textsorte, Textrezipient, Rezeptionssituation, Textproduzent

Nachdem die *Anfrage* beim Lieferanten eingegangen ist, wird dessen Verkaufsabteilung prüfen, ob und zu welchen Bedingungen die gewünschten Güter geliefert werden können. Es ist auch möglich, dass aus verschiedenen Gründen (schlechte Bonität des Anfragenden, zu lange Lieferzeit) der Lieferant an einer Geschäftsbeziehung nicht interessiert ist. Falls jedoch ein Geschäft zustande kommen soll, verfasst der Textproduzent, ein Mitarbeiter der Verkaufsabteilung, das *Angebot*, das die Funktion des verbindlichen Anbietens und zugleich des Mitteilens der Bedingungen hat.

Im rechtlichen Sinne (§ 145 BGB) ist das *Angebot* eine an den Anfragenden gerichtete Willenserklärung des Lieferanten, eine bestimmte Ware zu den im *Angebot* genannten Bedingungen zu liefern. Im Fall der *Anfrage* fungiert dementsprechend der Verkäufer einer Ware als Textproduzent und der Käufer als Textrezipient. Das *Angebot* sollte folgende Daten enthalten: (1) Angaben über Menge, Art, Beschaffenheit und Güte der Ware, (2) Angaben über den Preis, (3) Lieferungs- und Zahlungsbedingungen, (4) Angaben über den Erfüllungsort. Formvorschriften für das *Angebot* bestehen nicht, es kann mündlich, schriftlich, oder per Fax bzw. per Email abgegeben werden. Im Fall von mündlichen Angeboten wird man eine schriftliche Bestätigung folgen lassen, um so Irrtümer in der Übermittlung zu vermeiden und im Fall eines Rechtsstreits auch schriftliche Beweismittel vorlegen zu können. Nach § 145 BGB ist derjenige, der einem Anderen die Schließung eines Vertrages anträgt, also ein *Angebot* unterbreitet, der Textproduzent also, an dieses *Angebot* gebunden.

Weitere rechtliche Bestimmungen beziehen sich auf Bindungsfristen des *Angebots*. In zeitlicher Hinsicht unterscheidet das Gesetz: (1) Gesetzliche Bindungsfrist (§ 147 BGB): (a) Das einem Anwesenden gemachte *Angebot* ist nur während der Dauer der Unterredung (auch beim Telefongespräch) wirksam, d.h. der Anbieter ist nur während dieser Zeit an sein *Angebot* gebunden. Folglich müssen mündliche *Angebote* während des Verkaufsgesprächs angenommen oder abgelehnt werden; (b) Wird das *Angebot* einem Abwesenden unterbreitet (im Fall von schriftlicher Übermittlung), so ist der Anbieter so lange an seinen Antrag gebunden, wie man unter verkehrsüblichen Umständen auf eine Antwort warten kann (bei Briefen in der Regel eine Woche). (2) Vertragliche Bindungsfrist (§ 148 BGB): unabhängig davon, ob das *Angebot* einem Anwesenden oder einem Abwesenden gemacht wurde, kann der Anbieter eine Frist für die Annahme des Angebots bestimmen (z.B. gültig bis 05.11.20..). Durch eine sogenannte Freizeichnungsklausel kann der Anbieter seine Bindung an das Angebot einschränken oder ganz ausschließen. Man unterscheidet folgende Freizeichnungsklauseln: 1. *Preis freibleibend* (Menge, Art, Güte, Beschaffenheit verbindlich - Preis unverbindlich); 2. *Solange Vorrat reicht* (Preis, Güte, Art, Beschaffenheit verbindlich - Menge unverbindlich); 3. *Unverbindlich* oder *freibleibend* oder *ohne Obligo* (Menge und Preis unverbindlich). Will der Anbieter sein *An-*

gebot widerrufen, so muss der Widerruf spätestens mit dem *Angebot* beim Kunden eintreffen. Andernfalls ist der Anbieter an sein *Angebot* gebunden.

4.2. Textmakrostruktur

(i) Textdeklaration, Textfunktion.

Die Überschrift *Angebot*, mithin die Textdeklaration, deutet auf die Textfunktion - Anbieten. Der Produzent des Textes, Mitarbeiter der Verkaufsabteilung, bietet eine bestimmte Ware an und teilt zugleich mit, informiert über die Lieferbedingungen, was auf die zweite Textfunktion deutet - Mitteilen. Der Textrezipient ist an sein *Angebot* gebunden, er kann es nur unter gewissen Bedingungen, gemäß den gesetzlichen Bestimmungen, widerrufen.

(ii) Überschrift, Textaufbau und Textinhalt.

Das Angebot gehört wie viele andere Texte der Handelskorrespondenz zu den mäßig standardisierten Texten. Die *Anfrage* wird auf dem Anfrageformular geschrieben, mit einigen vorgegebenen Daten, die Form der Mitteilung ist frei.

Die Textüberschrift bezeichnet den Gegenstand der Anleitung: *Angebot*. Oberhalb der Überschrift auf der linken Seite des Textes befindet sich die Anschrift des Rezipienten. Unter der Firmenbezeichnung folgen die Postfachnummern, die man von rechts nach links in Zweiergruppen gliedert. Abgesetzt durch eine Leerzeile stehen Postleitzahl und Bestimmungsort. Unter der Anschrift, getrennt durch einige Leerzeilen, beginnt die Bezugszeichenzeile mit dem Leitwort *Ihre Zeichen, Ihre Nachricht vom*. In derselben Zeile folgen weiter: *Unsere Zeichen, Unsere Nachricht vom* und dann der *Ortsname*. Unter der Überschrift folgt die Anrede, unter der Anrede die Mitteilung. Der Inhalt des Briefes ist kurz und klar formuliert, der Text ist engzeilig geschrieben. Der Inhalt des *Angebots* kann man in folgende inhaltlich gegliederte Abschnitte unterteilen: Bezeichnungen der angebotenen Ware samt Preis, Zahlungsbedingungen, Lieferungsbedingungen, Bindungsfrist des Angebots und Erfüllungsort.

Inhaltlich voneinander abweichende Abschnitte werden durch je eine Zeile voneinander getrennt. Wichtige Stellen wie hier z.B. die Bezeichnung des angebotenen Guts, *150 Wirtshaustische*, und die Angaben zu ihrer Ausführung, z.B. *Zargen aus 26 mm gedämpften Rotbuchenholz gehobelt* und der Preis, werden hervorgehoben, indem sie einen Block von engzeilig geschriebenem Text bilden. Die Bezeichnung der Ware und der Preis sind zusätzlich unterstrichen. Nach dem Ende der Mitteilung folgt der Gruß und darunter der Name der Firma.

(iii) Art und Funktion nicht-sprachlicher Mittel.

In dem Text ist eine eindeutige, klare Struktur zu entdecken. Der Text ist in inhaltlich abgegrenzte Textabschnitte aufgegliedert, um die verschiedenen Infor-

mationseinheiten voneinander zu trennen (das angebotene Produkt, der Preis, die Zahlungsbedingungen, die Bindungsfrist und der Erfüllungsort). Die gesonderte Stellung der Produktbezeichnung sowie Unterstreichungen dienen der Hervorhebung der wichtigsten Daten.

4.3. Textmikrostruktur

Aus der Textsorte und ihrer Funktion resultiert die Wahl der grammatischen und lexikalischen Mittel.

(i) Grammatik.

Der Text besteht aus acht Sätzen. Der erste Satz ist ein unvollständiger Satz, eine Einleitung der darauf folgenden Mitteilung, in der man für die zugeschickte Anfrage dankt, somit Bezug auf sie nimmt und zugleich den Inhalt der Mitteilung signalisiert: Anbieten der in der Anfrage angefragten Ware. Der zweite Satz ist ein erweiterter Satz mit Akkusativobjekt, der die Bezeichnung des angebotenen Guts, seine Ausführungseinzelheiten und den Preis pro Stück enthält. Dann folgen noch vier einfache Sätze, die Informationen über die Zahlungs- und Lieferungsbedingungen, Bindungsfrist und Erfüllungsort enthalten. Eine Ausnahme bilden zwei komplexe Sätze, der vierte und der achte. Der vierte Satz ist ein komplexer Kausalsatz mit Präpositionalobjekt im Hauptsatz, der die Zahlungsbedingungen enthält - sie folgen als eine Aufzählung, die aus Nominalphrasen gebildet wird. Der achte Satz besteht aus einem Hauptsatz und einem Nebensatz in Form eines Infinitivsatzes, der als eine Ergänzung des Hauptsatzes dient. Dieser Satz drückt eine Erwartung aus, für die angebotene Ware einen Auftrag zu erhalten. Die hier benutzte *würde Form* betont den höflichen Ton des Satzes.

Mit Ausnahme von zwei Sätzen besteht der Text aus einfachen Sätzen. Die geringe Zahl der komplexen Sätzen deutet daraufhin, dass es sich um einen Text handelt, in dem knappe, klare und verständliche Formulierungsweise eine wichtige Rolle spielt, mit deren Hilfe am besten die Textfunktion, Anbieten der Ware und Informieren über sie, erfüllt werden kann.

Die in dem Text verwendeten Satzbaupläne weisen auf das Bemühen hin, den Inhalt in möglichst verdichteter Form darzustellen, z.B. der erste unvollständige Satz und der zweite einfache Satz, der aus Subjekt, Prädikat und Akkusativobjekt besteht. Der Akkusativobjekt ist aus einer Reihe von Nominalphrasen und Partizipialkonstruktionen gebildet, die eine Aufzählung ausmachen.

Der vierte Satz, der ein Kausalsatz ist, fängt nicht mit dem Hauptsatz, sondern mit einem Nebensatz an, um die Begründung für die Zahlungsbedingungen zu verdeutlichen. Außerdem kommt die im Hauptsatz zu findende Aufzählung von Zahlungsbedingungen, bestehend aus Nominalphrasen, durch ihre gesonderte Stellung

am Ende des Satzes augenscheinlicher zur Geltung und der ganze Satz gewinnt an Klarheit und Überschaubarkeit.

Der Textproduzent verwendet im Text eine persönliche *wir Form*, der Leser aber wird in der *Sie Form* angesprochen, da ein Angebot eine Antwort auf zuvor geschickte Korrespondenz ist, die durch einen konkreten Mitarbeiter ausgearbeitet wurde.

(ii) Lexik

Die Lexik im Text ist fachsprachlicher und gemeinsprachlicher Art, obwohl selbst dann im fachsprachlichen Sinne gebraucht, wie z.B.: *anbieten, der Preis, liefern*. Die fachsprachliche Lexik kann in zwei Gruppen unterteilt werden: wirtschaftliche und technische. Zu den wirtschaftlichen Ausdrücken gehört schon die Überschrift: *Angebot*, dann folgen: *Anfrage, Lieferungs- und Zahlungsbedingungen, ab Werk, Mehrwertsteuer, Erfüllungsort*. Technische Ausdrücke beziehen sich auf die Bezeichnung des benötigten Guts, *Wirtshaustische*, und die Angaben zu ihrer Ausführung: *gebleichtes Ahornholz, Fertigstärke, gedämpftes Rotbuchenholz, Sonderanfertigung*. Typisch für die fachsprachlichen Ausdrücke sind Zusammensetzungen, z. B.: *Wirtshaustisch, Zahlungsbedingungen, Sonderanfertigung, Erfüllungsort, Mehrwertsteuer, Auftragseingang* sowie Nominalisierungen: *Lieferung, Sonderanfertigung, Erteilung des Auftrags*. Technische Ausdrücke bilden u.a. adjektivisch gebrauchte Partizipien: *gebleicht, gedämpft, lackiert*.

Da sich diese Analyse auf den Gebrauch der Fachsprache *Wirtschaft* konzentriert, werden Erläuterungen von technischen Begriffen weggelassen. Im Text findet man außerdem folgende wirtschaftliche Ausdrücke:

- *ab Werk, ex works (EXW), ab Fabrik, ex factory, ab Lagerhaus.*: der Käufer trägt alle Beförderungskosten. Er verpflichtet sich, die zum vereinbarten Zeitpunkt zur Verfügung gestellte Ware abzunehmen, sie zu bezahlen. Der Verkäufer dagegen verpflichtet sich, dem Käufer die Ware zu der vertraglich vereinbarten Zeit an den benannten Lieferungsort auf das vom Käufer zu beschaffende Beförderungsmittel zur Verfügung zu stellen.

- *Mehrwertsteuer: Umsatzsteuer*, bei der nur der mit jeder Handelsstufe entstehende Mehrwert steuerlich berechnet wird. Eine indirekte Steuer, die Traglast liegt also beim Endverbraucher. Diese Art von Steuer ist kein Kostenfaktor für den Unternehmer; er zieht sie lediglich für das Finanzamt ein. Der *Mehrwertsteuersatz* betrug 2010 in der Bundesrepublik i.d.R. 22%.

- *Erfüllungsort, Leistungsort*: Ort, an dem die Vertragspartner ihre Leistung erbringen.

Es gibt drei Arten von Erfüllungsorten: (i) *Gesetzlicher Erfüllungsort* (gilt immer dann, wenn weder ein vertraglicher noch natürlicher Erfüllungsort vorhanden ist): Wohn- oder Geschäftssitz des Verkäufers für die Lieferung der Ware (BGB § 169); Wohn- oder Geschäftssitz des Käufers für die Zahlung des Kaufpreises (BGB § 269, 270). (ii) *Vertraglicher Erfüllungsort* (gilt nur bei besonderer vertraglicher

Vereinbarung für beide Vertragspartner): für beide Leistungen der Wohn- oder Geschäftssitz des Lieferers; für beide Leistungen der Wohn- oder Geschäftssitz des Käufers; (iii) *Natürlicher Erfüllungsort* (gilt immer dann, wenn die Leistung ihrer Natur nach nur an einem festen Ort erbracht werden kann): Reparatur einer ortsfesten Maschine, Instandsetzung eines Wohnhauses; (vi) *Angebote* handeln von wirtschaftlichen Gütern. Die dafür zuständige Wissenschaft ist die Betriebswirtschaftslehre sowie Handelsrecht und entsprechender technischer Wissenschaftszweig wie hier z.B. die Holzverarbeitung.

5. Schlussbemerkungen

Oben wurde die Konzeption der Bestimmung des Sprachbereiches *Wirtschaft* anhand der in den Stufen des Unternehmensprozesses sich widerspiegelnden Kommunikationsstrukturen eines Unternehmens dargestellt. Dabei soll bemerkt werden, dass bei der Ausarbeitung dieser Konzeption daran gedacht wurde, eine unter den fachsprachendidaktischen Gesichtspunkten für den Fachsprachenunterricht *Wirtschaftsdeutsch* für angehende Dolmetscher/Übersetzer geeignetste Lösung zu finden. Die angehenden Dolmetscher/Übersetzer bilden eine ganz spezifische Zielgruppe, da sie üblicherweise über eine hohe Sprachkompetenz und fehlendes Fachwissen verfügen. An den Fachsprachenunterricht mit dieser Zielgruppe wird demzufolge eine besondere Anforderung gestellt, zugleich mit dem Sprachwissen auch einen gewissen Grad an Fachwissen zu vermitteln. Durch Auseinandersetzung mit den eine logische Reihenfolge bildenden Stufen des Unternehmensprozesses eines Unternehmens und zugleich diese Stufen repräsentierenden Texten, vor allem mit Hilfe der verwendeten Textanalyse, die sowohl die Kommunikationskonstellation und damit verbundenes Fachwissen als auch die sprachlichen Besonderheiten der untersuchten Texte ermitteln lässt, kann man der oben genannten Anforderung Rechnung tragen.

6. BIBLIOGRAPHIE

- BOLTEN, J. (1991). „Fremdsprache Wirtschaftsdeutsch: Bestandsaufnahme und Perspektiven,„. In: Müller, B.-D. (Hg.) (1991). *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. München. S. 71-92.
- BUHLMANN, R., FEARNES, A. (1987). *Handbuch des Fachsprachenunterrichts. Unter besonderer Berücksichtigung naturwissenschaftlich-technischer Fachsprachen*. Berlin et al.
- BUNGARTEN, T. (Hg.) (1988). *Sprache und Information in Wirtschaft und Gesellschaft*. Toestedt.
- FLUCK, H.-R. (1992). *Didaktik der Fachsprachen*. Forum für Fachsprachen-Forschung. Tübingen.
- GNUTZMANN, C. (Hg.) (1988). *Fachbezogener Fremdsprachenunterricht*. Forum für Fachsprachen-Forschung. Tübingen.

- HOPFENBECK, W. (1993) *Allgemeine Betriebswirtschaft- und Managementlehre*. Landsberg am Lech.
- MÜLLER, B.-D. (Hg.) (1991). *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. München.
- NICKOLAUS, G., BOCK-SCHWEIGER, H. (1989). *Schriftverkehr, rechtskonform und normgerecht. Ein Lehrbuch, das Theorie und Praxis verbindet*. Frankfurt.
- SCHAEDER, B. (1995). *Grundkurs Angewandte Sprachwissenschaft*. SISIB-Schriftenreihe: Skripten 1. Siegen.
- SCHRÖDER, H. (1986). „Zur Arbeit mit sozialwissenschaftlichen Fachtexten in Sprachlehrveranstaltungen Deutsch als Fremdsprache,„ In: Wierlacher, A. (Hg.) *Jahrbuch DaF* 12/1986. S. 252-263.
- THOMSEN, K.T. (1991). „Technisches Denken,„ In: Müller, B.-D. (H.) (1991). *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. München. S. 423-433.
- WÖHE, G. (1986). *Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. München.
- WIERLACHER, A. (Hrsg.) *Jahrbuch DaF* 1983 ff.

An analysis of texts from the field of economics to be used in teaching the German language of economics to the budding translators and interpreters

The main aim of this article is to present a method of analysis of texts from the field of languages for special purposes, worked out by a Burkhard Schaefer, and to use this method to analyze one chosen text from the field of economics: *an offer*. The conclusions from this analysis are thought to be used in teaching the German language of economics to the budding translators and interpreters. Budding translators and interpreters are a very specific target group in teaching specialized languages, because they have a very high competence in the sphere of general language, but not in the sphere of specialized languages and specific areas. That is why teaching the language for this target group means teaching a specialized language and at the same time teaching a certain part of specialist knowledge, because language and the specialized area cannot be separated from each other. When determining which didactic materials to choose, one should consider such materials which would allow the budding translators or interpreters to acquire the basics of specialist knowledge. In the case of this conception at stake are texts used in an economic enterprise and the analysis of their communication contexts, forms, grammar and vocabulary, according to the chosen method of analysis.