

Wirtschaftsdeutsch und sein Wortschatz

Zuzana Karabinošová, VŠMP ISM Slovakia v Prešove, karabinosova@ismpo.sk

Schlüsselwörter: Fachsprache, Wirtschaftsdeutsch, Komposita, Derivate, Abkürzungen, Anglizismen.

Kľúčové slová: odborný jazyk, hospodárska nemčina, kompozitá, deriváty, skratky, anglicizmy.

1. Einleitung

Es gibt Bereiche in unserem Leben, in denen immer wieder neue Wörter gebildet werden müssen / sollen / können und dadurch entsteht die Notwendigkeit neue Gegenstände, Vorgehensweisen und Sachverhalte zu benennen. Oft kommt es dazu, dass alte Strukturen geändert werden müssen, weil sie für die Kommunikation in einem bestimmten Bereich nicht ausreichend sind. In diesem Prozess wird Wirtschaftsdeutsch und sein Wortschatz nicht ausgeschlossen. Aufgrund neuer technologischer und soziostruktureller Entwicklung entsteht gerade im Wirtschaftsdeutschen die Notwendigkeit nach der Änderung. Dabei spielt die Wortbildung eine große und unvermeidliche Rolle und trägt zur Erweiterung und Anpassung der Sprache an die, sich ständig ändernde Verhältnisse außerhalb der Sprache, bei. Zur Erweiterung der spezifischen Lexik, und somit zur Erhöhung der kommunikativen Kompetenz können die Kenntnisse der Wortbildungscharakteristika behilflich sein. Sie ermöglichen auch eine Annäherung an das Denk- und Sprachsystem des Sprachbereiches und können in dieser Hinsicht für eine kulturelle und interkulturelle Wirtschaftskompetenz grundlegend sein. Sie bringt einen weiter, so wie Fricová (2008, 454) in Ihrem Beitrag anführt. Sie geht davon aus, dass die mit dieser Kompetenz ausgestatteten Studenten bessere Stellung auf dem Arbeitsmarkt erreichen können. Wir sind bereits heutzutage Zeugen dessen und diese Tatsache sollte von Studierenden wahrgenommen werden.

In dem vorliegenden Beitrag beschäftige ich mich mit der Definition zweier wichtigen Begriffe wie „Fachsprache“ und „Wirtschaftsdeutsch“ und verschiedenartigen Ansichten auf diese Problematik. Ich stelle typische Wortbildungsmodelle des Wirtschaftsdeutschen vor. Der Schwerpunkt wird dabei auf die Häufigkeit des Vorkommens in den heutzutage verwendeten Lehrwerken zum Erwerb des Wirtschaftsdeutschen als auch in der Umgangssprache gelegt.

2. Fachsprache vs. Wirtschaftsdeutsch

Man kann sagen, dass „Wirtschaftsdeutsch“ ein extrem heterogener Begriff ist. Heterogenität ist hier in diesem Fall als ein Begriff zu verstehen, der versucht mehrere Bereiche zu umfassen. Es gehören Wirtschaftspolitik, Wirtschaftswissenschaften aber auch Handel, Börse, Industrie und viele andere Bereiche dazu. Deshalb ist es schwierig eine präzise Definition aufzustellen. Hierdurch „resultiert eine weitaus höhere Verflechtung mit dem Alltagsleben als bei anderen Bereichen“ (Horst, 1998, 49). Dadurch, dass dieser Begriff so schwierig zu definieren ist, lässt sich zum Beispiel die ältere Definition von Hoffmann problematisch erscheinen. Demnach wird Wirtschaftsdeutsch als „die Bindung der Fachsprache an den Fachmann“ (1985, 31) dargestellt. Bolten (1992, 62) betont wieder, dass die Definition deshalb problematisch sei, weil sich beim Wirtschaftsdeutschen nicht um ein festumrissen-abstraktes Fach, sondern um ein reales Handlungsfeld handelt. Er fordert dementsprechend den Begriff

„Fachsprache“ aufzugeben und stattdessen den Terminus „Sprachbereich“ zu verwenden. Diesem Begriff wird das ideale Organisationsmodell eines Industrieunternehmens zugrunde gelegt, weil einige Bereiche wie Geschäftsleitung, Organisation, Verwaltung, Finanzen, Absatz, Produktion, Forschung, Entwicklung auch in sprachlicher Hinsicht branchenübergreifenden Charakter haben. Darüber hinaus werden z.B. bei einem Großunternehmen nicht nur betriebswirtschaftliche (mikroökonomische), sondern auch makroökonomische Aspekte mitbetrachtet, da das Unternehmen selbst aufgrund seiner Einbindung an die Makro- und Mikroökonomie auch Einzel- und Weltwirtschaft repräsentiert wird. Entsprechend werden Unternehmen in drei Hierarchiestufen gegliedert:

- strategischen Management
- operativen Management und
- die Ausführungsebene.

Einer solchen Dreigliederung des Unternehmens entspricht die Einteilung von Wirtschaftsdeutsch in:

- Theoriesprache
- Berufssprache und
- fachbezogene Umgangssprache.

Als problematisch und dadurch auch kritisch anzusehen ist, dass die Lerninhalte zur Vermittlung vom Wirtschaftsdeutschen noch lange nicht so präzise erarbeitet wurden. Eine Übertragung auf die Lehre könnte unmittelbar erfolgen. Es sollten nicht nur lexikalische, sondern auch morphologische und syntaktische Aspekte, kommunikative natürlich mit einbezogen, vermittelt werden.

3. Wortbildungsstrukturen des Wirtschaftsdeutschen

3.1 Nomina

An den Wortschatz in diesem Beitrag vorgeführten Bereichs werden bestimmte spezifische Anforderungen gestellt. Die neu entstandenen Wörter sollen außer Eindeutigkeit und Unmissverständnis auch die Kürze und Ökonomie in sich tragen. Das führt zur Tendenz **der Nominalisierung**. Die Wortbildung konzentriert sich vor allem auf:

- Fachbezogenheit
- Begrifflichkeit
- Exaktheit
- Eindeutigkeit
- Knappheit
- Selbstdeutigkeit
- Neutralität .

3.1.1 Komposita

Termini werden meist aus mehreren Elementen zusammengesetzt, wobei sich **Komposita** als besonders produktives Wortbildungsmittel erweisen, denn sie stellen die Mehrheit der substantivischen Konstruktionen dar. Ein Grund dafür, dass gerade diese Wortbildungsstruktur so groß vertreten ist, ist die Tatsache, dass Komposita relativ feste Regeln zur Bildung haben und so die Anforderung der Knappheit gut erfüllen können. Man kann aber behaupten, dass ihre kommunikative Verwendbarkeit nicht immer unproblematisch verläuft. Manchmal entstehen Zusammensetzungen, die nur der Regel der Sprachökonomie entsprechen, z.B. *Preisfestsetzungsautorität*, oder *Geldmengenwachstum* (Desinger, 1999, 144, 147), die aber in der Gemeinsprache nie so gebildet werden. Für einen Fachmann liegen

sie selbstverständlich leichter als Relativsätze, Präpositionalgruppen, attributive Verbindungen oder komplexe Erklärungssätze zur Hand. Solche Bildungen sind in der Umgangssprache wirklich extrem selten zu sehen. Ungleich weniger kommen Zusammensetzungen, die aus zwei Wörtern entstehen, vor. Während die zweigliedrigen Komposita in der Alltagssprache gegenüber einfachen Nomen weniger vorkommen, dominieren sie im Wirtschaftsdeutschen.

3.1.2 Derivate

Sehr oft werden in der Fachsprache **Derivate** gebildet. Es geht hier um die Suffigierung, oder Präfigierung, die als häufige Wortbildungstendenz gesehen werden. Die Untersuchungen erweisen, dass Derivate sogar häufiger als Komposita in den Fachtexten vorkommen. Suffixe erfüllen eine grammatische Funktion, deshalb werden im größeren Maße verwendet und finden eher ihre Anwendung. Als besondere Charakteristika des Wirtschaftsdeutschen können Suffixe *-lich* (*verantwortlich, rechlich, gesetzlich*) und *-ig* (*abhängig, zuständig*) nicht präsentiert werden, sollten trotzdem nicht ausgeklammert sein. Von den Präfixen kommt im Lehrwerk Unternehmen Deutsch am meisten un- (*unverbindlich, unverzüglich*) vor.

Es lässt sich vermuten, dass es hierfür um Spezifika des Unternehmensdeutschen geht, da zur Analyse das Lehrwerk Unternehmen Deutsch verwendet wurde. Hier bietet sich die Gelegenheit, das Thema anzusprechen, ob es nicht Sinn machen würde, Verhältnis zwischen dem Wirtschaftsdeutschen und der Allgemeinsprache auf so eine Ebene zu stellen, dass es zu der Erhöhung allgemeiner Sprachkompetenz gleich beim Erlernen kommen kann. Es sollte vor allem bei den Studenten eingesetzt werden, die ausschließlich Seminare von Wirtschaftsdeutsch und keinen Allgemeindeutsch-Unterricht mehr besuchen.

3.2 Kurzwortbildungen

Neben Komposita und Derivate kann in diesem Zusammenhang auf eine relativ kleine Gruppe hingewiesen werden, die aber von großer Bedeutung für das Wirtschaftsdeutsche ist. Man spricht hier über die **Kurzwortbildungen** (z.B. *TÜV – Technischer Überwachungsdienst; HGB – Handelsgesetzbuch*). Tomášiková (2006, 129) führt in ihrem Beitrag, in dem sie sich mit einigen Spezifika des Wirtschaftsdeutschen beschäftigt, Beispiele wie *ÖMV – Österreichische Mineralölverwaltung; AUA – Austrian Airlines; BA – Bank Austria; ABS – Antiblockiersystem* u.ä. auf. Vieregge formuliert bereits (1978, 25), dass „wenn zu anderen Zeiten bestimmte Präfixe oder Suffixe in der Wortbildung `Mode` waren, liegt die `Wortbildungsmode` unserer Zeit in den Kurzformen“. Hier liegt auch der Hauptgrund, warum sich diese Wortbildungsform im Wirtschaftsdeutschen solcher Produktivität erfreut.

3.3 Anglizismen

Man findet heutzutage neben der Kurzwortbildung sehr häufig die Einflüsse der anderen Fremdsprachen. Dominierend ist im Wirtschaftsdeutschen das Englische. Auffällig ist das Vorkommen der **Anglizismen** beim Marketing und hier insbesondere im Bereich Werbung, wo Komposita aus englischen und deutschen Elementen gebaut werden. Kášová (2006, 61) spricht diese Problematik so an, dass ihrer Einsicht nach eine bedeutende und unverwechselbare Rolle auf der lexikalischen Ebene der Werbung verschiedene Sprachspiele, sogar Witze spielen, in denen Englisch eine prestige Funktion erfüllt, weil Anglizismen modern wirken (*A good Frühstück is verrückt wichtig for a good Tag – McDonald`s; Mild but wild – Southern Comfort Kognak*). „Ein anderes interessantes Element ist die Kombination der

Wörter wie z.B. *DNA und Age*, als ein Zeichen des Durchdringens der Fremdwörter in die Werbesprache und folglich auch in die Alltagssprache“ (Tomášiková, 2008, 475).

4. Schlusswort

All diese Ausführungen machen deutlich, dass sich die Wortbildungsmittel im Wirtschaftsdeutschen nicht qualitativ, sondern sehr wohl auch quantitativ von denen, die in der Allgemeinsprache vorkommen, unterscheiden. Innerhalb der spezifischen Gruppen sind vor allem morphologische Wortbildungen von besonderem Interesse. Nur hier ist eine mehr oder weniger vollständige Erschließbarkeit der Bedeutung aus der Bedeutung ihrer Bestandteile möglich. Damit entspricht es unmittelbar der Forderung nach Eindeutigkeit von Termini, während in anderen Fällen (z.B. Marketing) das Fachwissen vorhanden sein muss. Die Erschließbarkeit der Termini sollte im Wirtschaftsdeutsch-Unterricht als grundlegende Fähigkeit vermittelt werden, damit die kognitiven Lernprozesse eingeleitet werden können. Sie werden dann dem schnelleren Verständnis und einem dauerhaften Erwerb der neuen Wortbildungsstrukturen einen guten Dienst erweisen.

Literatur

BOLTEN, J.: Fachsprache oder Sprachbereich? Empirisch pragmatische Grundlagen zur Beschreibung der deutschen Wirtschafts-, Medizin- und Rechtssprache. In: Bungarten. 1992, 57 – 62.

DESINGER, B. – FRISCHKOPF, H.-W., - SCHECK, U. – SELIGER, H. : Basiswissen – Wirtschaftsdeutsch. Stoffgebiete und Wortschatz. München: Iudicium, 1999

FRICOVÁ, J.: Das Wirtschaftsdeutsch an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät. Praktische Bedeutung der Fachspracheaktivität. In: Pribula, M. (ed.): *Inovácie, podnikanie, spoločnosť*. Prešov: Vysoká škola medzinárodného podnikania ISM Slovakia v Prešove, 2008, S. 453 - 456.

HOFFMANN, L.: Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung. Tübingen, 1985

HORST, S.: Wortbildung in der Wirtschaftskommunikation. Linguistische Modelle und fremdsprachendidaktische Perspektiven. Waldsteinberg: Heidrunn Popp, 1998

KÁŠOVÁ, M.: K významu lingvistiky v podnikateľskej praxi – reklamná komunikácia. In: Daňková, A.: *Podnikanie a inovácie podnikateľských aktivít*. Prešov: Vysoká škola medzinárodného podnikania ISM Slovakia v Prešove, 2006, S. 58-65.

TOMÁŠIKOVÁ, S.: K niektorým špecifikám hospodárskej nemčiny. In: Daňková, A.: *Podnikanie a inovácie podnikateľských aktivít*. Prešov: Vysoká škola medzinárodného podnikania ISM Slovakia v Prešove, 2006, S. 127-132.

TOMÁŠIKOVÁ, S.: Sondersprachliche Merkmale der Werbesprache. In: Pribula, M.: *Inovácie, podnikanie, spoločnosť*. Prešov: Vysoká škola medzinárodného podnikania ISM Slovakia v Prešove, 2008, S. 473 – 477.

VIEREGGE, W.: Aspekte des Gebrauchs und der Einordnung von Kurz- und Kunstwörtern in der deutschen Sprache. Münster: unveröffentlichte Dissertation, 1978

Abstrakt

V príspevku sa zaoberám definíciou dvoch pojmov ako „odborný jazyk“ a „hospodárska nemčina“ a rozoberám rôzne pohľady na danú problematiku. Ide tu taktiež o opis modelov tvorby slov v hospodárskej nemčine, o jej základné znaky a najčastejší výskyt špecifických štruktúr. Text je zameraný na analýzu výskytu jednotlivých štruktúr a slov v učebniciach používaných pri výučbe hospodárskej nemčiny, ako aj na osvojovanie si týchto konštrukcií všeobecného jazyka.