

Historisierende und strukturell-funktionale *Wirtschaftslinguistik* und *Wirtschaftsgermanistik*. Inhalte und Methoden sowie Relevanz für die gegenwärtige interkulturelle Wirtschaftskommunikation*

Ute Wöhrmann

Universität Hamburg

Die Ausführungen über die historischen sprachwissenschaftlichen Forschungsrichtungen *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik* sind ein Arbeitsbericht zu dem Dissertationsprojekt mit dem im Titel genannten Thema. Diese Disziplinen v.a. der 1920er und 1930er Jahre, die viele Forderungen der gegenwärtigen internationalen und interkulturellen Wirtschaftskommunikation bereits vorwegnehmen, werden hauptsächlich von Juden getragen, finden aufgrund deren persönlicher und ideologischer Verfolgung mit dem Zweiten Weltkrieg einen abrupten Abbruch und werden auch danach nicht wieder aufgenommen. Daher sind sie weitgehend in Vergessenheit geraten und weder wissenschaftlich aufgearbeitet noch bekannt. Das Promotionsprojekt hat das Ziel, die Inhalte und Methoden dieser Forschungsrichtungen zu beschreiben, die z.T. noch im Dunkeln liegenden Biographien ihrer Vertreter zu erhellen, einen Vergleich der historischen Disziplinen mit den gegenwärtigen Forschungen zur Wirtschaftssprache anzustellen sowie die Relevanz von *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik* für die aktuelle internationale und interkulturelle Wirtschaftskommunikation zu diskutieren.

Keywords: Wirtschaftslinguistik, Wirtschaftsgermanistik, Fachsprachen, Fachsprachenforschung, Wirtschaftskommunikation, Unternehmenskommunikation, Interkulturalität

1 Forschungsthema

In der gegenwärtigen internationalen und interkulturellen Wirtschaftskommunikation lassen sich folgende zentrale Forderungen ausmachen:

* Mein herzlicher Dank gilt meinem Doktorvater Herrn Prof. Theo Bungarten (Universität Hamburg). Aus der intensiven Diskussion und Zusammenarbeit mit ihm ging das vorliegende Dissertationsthema hervor.

Von besonderer Wichtigkeit sind Fremdsprachenkenntnisse und -kompetenzen der einzelnen Handelspartner. Dies scheint beinahe überflüssig zu erwähnen; die Dringlichkeit der Forderung ist jedoch ungebrochen, wie das repräsentative Beispiel des Binnenmarktes der Europäischen Union zeigt:

In der *Europäischen Union* existieren momentan [23] Amtssprachen und [zahlreiche] Sprachgemeinschaften (z.B. Bretonisch, Keltisch, Gälisch, Baskisch, Katalanisch, Niederdeutsch), woraus sich ein Kommunikationsproblem zwischen den Mitgliedern der Gemeinschaft abzeichnet. Die Erreichung der Wirtschaftsziele des Europäischen Binnenmarktes erfordert einen Abbau der Sprachbarrieren. Wie soll die Niederlassungsfreiheit im gesamten Wirtschaftsraum in die Praxis umgesetzt werden, wenn die Mehrheit der europäischen Bevölkerung nur eine Sprache spricht? Zwei Drittel der betroffenen Europäer besitzen für eine Konversation in einer Fremdsprache keine ausreichenden Kenntnisse.¹

Dieses Kommunikationsproblem kann auf den internationalen Wirtschaftsmarkt übertragen werden. Die EU begegnet den sprachlichen Hürden mit der Förderung von Fremdsprachenkenntnissen durch verschiedene Austauschaktivitäten, wie z.B. das *Erasmus*-Programm für Studenten, sowie durch schulische und wirtschaftliche Aktionsprogramme.² Obwohl die Sprachproblematik erkannt und daraufhin verschiedene Fördermaßnahmen von der EU eingeführt wurden, liegt bisher noch kein ausgearbeiteter Lösungsansatz vor. Es steht allerdings fest, dass umfassende Kommunikationsfähigkeit und -kompetenz die Voraussetzungen für die wirtschaftlichen Ziele des Europäischen Binnenmarktes sind.³ Gegenwärtig verfolgt die EU die „Sprachpolitik, daß sie das Erlernen mehrer [sic!] europäischer Sprachen fördert und in diese Förderung alle europäischen Sprachen einschließt.“⁴

Ein weiterer Anspruch an die internationale und interkulturelle Wirtschaftskommunikation im Gefolge von Globalisierung und der damit verbunde-

¹ Schuldt 1997: 81f.

² Ebd.: vgl. 83.

³ Ebd.: vgl. 85.

⁴ Ebd.

nen Bildung einer multikulturellen Gesellschaft ist wechselseitige Kulturkenntnis verbunden mit Verständnis und Wertschätzung der jeweils anderen Kultur. Da jede Kultur spezifische Eigenheiten, auch sprachlicher und kommunikativer Art, aufweist, die bei gegenseitigen Kontakten Konfliktpotential in sich bergen können, muss interkulturelles Verständnis gefördert und gesichert werden. In diesem Zusammenhang wird steht die Forderung nach einer sogenannten *Interkulturkunde*, deren Berechtigung und Ziele Christian Ax beschreibt:

[D]ringliche Aufgabe für die Zukunft ist die Beschäftigung mit kulturellen Phänomenen in allen Bereichen, nicht zuletzt im wirtschaftlichen; die Beschäftigung mit Phänomenen, die das Verständnis der Menschen untereinander in einer zusammenwachsenden Welt fördern helfen können.⁵

Ausgehend von der Vorstellung, daß einzelnen Kulturen spezifische Phänomene zu eigen sind, die Konfliktpotentiale im Falle von Kulturkontakten – in unserer Fragestellung: in internationalen Wirtschaftskontakten – aufweisen, muß das Ziel der „Interkulturkunde“ die Herausarbeitung kulturell signifikanter Erscheinungen in der Praxis internationaler Beziehungen sein, die das Verstehen und die Verständigung über kulturelle Grenzen hinweg ermöglichen.⁶

Mit der Globalisierung hängt das Problem des Produktabsatzes auf dem internationalen Wirtschaftsmarkt zusammen. Wer für seine Produkte in fremden Kulturen einen absatzfähigen Markt schaffen will, ist auf deren jeweilige, auch sprachliche, Kenntnis, angewiesen. Werbung und Marketing müssen den entsprechenden Kulturen und Sprachen angeglichen werden, um die gewünschte Zielgruppe zu erreichen. Andreas Koch merkt hierzu an:

Die eng miteinander verknüpften Beziehungen und Abhängigkeiten zwischen den Völkern und die zunehmende Konkurrenz auf dem Weltmarkt mach[en] es unumgänglich für die Wirtschaft, sich mit den Kulturen anderer Völker zu beschäftigen. Einfacher ausgedrückt: Wenn man etwas an einen Kunden verkaufen möchte, muß man sich vorher ein Bild von dessen politischen, sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Vorstellungen machen.⁷

Auch auf diesem Gebiet stellt sich die Wichtigkeit einer *Interkulturkunde* und entsprechender interkultureller Ausbildung dar.

⁵ Ax 1997: 11.

⁶ Ebd.: 29.

⁷ Koch 1997: 42.

Im Bereich Unternehmenskultur⁸ zeigen sich Forderungen der internationalen und interkulturellen Wirtschaftskommunikation besonders hinsichtlich der wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit. Wie jede menschliche Kultur spezifische, auch spezifisch sprachliche, Charakteristika besitzt, so weist auch jedes Unternehmen ihm zugehörige (sprachliche) Eigen- und Besonderheiten auf:

Für jede Gesellschaft, ihre sozialen Gruppen und Institutionen ist die Kommunikation eine maßgebliche Grundlage innerhalb ihres sozialen Umfeldes bzw. ihrer Umkultur. Diese Kommunikationsprozesse sind kulturgebunden, d.h., immer auch Ausdruck der charakteristischen Kultur der jeweiligen Gesellschaft. Genauso ist auch ein Unternehmen eingebettet in das kulturelle Gefüge einer Gesellschaft und begründet seine Identität durch gesellschaftliche, kulturhafte Kommunikationsprozesse. Es ist selbst ein soziokulturelles Gebilde, das durch sein sprachliches und kommunikatives Verhalten soziale und kulturelle Beziehungen zu seiner Umkultur herstellt.⁹

Nach Alfons Schnyder lassen Untersuchungen des Vokabulars eines Unternehmens dessen spezifisches Wertesystem erkennen; die „Seele“ eines Unternehmens kann damit über seine Sprache erschlossen werden. Deshalb spielt die interne und externe Unternehmenskommunikation, v.a. hinsichtlich des nationalen und internationalen Wettbewerbs, eine immense Rolle, denn „[z]ukünftige Erfolge ergeben sich (...) aus den kommunikativen Qualitäten, die ein jedes Unternehmen sowohl nach außen als auch nach innen entwickelt. Der ‚Geist des Hauses‘ wird zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor.“¹⁰ Deshalb muss bei der Präsentation von Unternehmen auf dem (inter)nationalen Wirtschaftsmarkt deren Sprache und Kommunikationsverhalten eine herausragende Rolle beigemessen werden.

⁸ Unternehmenskultur wird hier mit Alfons Schnyder definiert als „soziokulturelles, immaterielles, unternehmensspezifisches Phänomen, welches die Werthaltungen, Normen und Orientierungsmuster, das Wissen und die Fähigkeiten sowie die Sinnvermittlungspotentiale umfaßt, die von einer Mehrzahl der Organisationsmitglieder geteilt und akzeptiert werden.“ Schnyder 1989: 61.

⁹ Hansen 1997: 107. Aufgrund eines Fehlers bei der Paginierung in Bungarten (Hg.) 1997 wird hier Seite 107 zitiert.

¹⁰ Seidler 1997: 91.

Die vorgestellten Forderungen an die gegenwärtige internationale und interkulturelle Wirtschaftskommunikation werden in aller Regel als neu und innovativ angesehen, als Ansprüche, die sich aus der Globalisierung und der damit verbundenen Bildung einer multikulturellen Gesellschaft und Öffnung des Weltmarktes ergeben. Jedoch sind diese Forderungen nicht so neu, wie sie vielleicht erscheinen mögen: Um die 1920er und 1930er Jahre entwickeln sich in den Niederlanden, v.a. Amsterdam und Rotterdam, sowie im tschechischen Prag die sprachwissenschaftlichen Richtungen *Wirtschaftslinguistik* und *Wirtschaftsgermanistik*, die die aktuellen Forderungen in ihren Arbeiten bereits vorwegnehmen. Dennoch finden sie in der derzeitigen internationalen und interkulturellen Wirtschaftskommunikation keinerlei Erwähnung, ja selbst die meisten Linguisten wissen bis heute nichts von ihrer historischen Existenz.¹¹ Entsprechend mangelhaft stellt sich die Forschungslage dar: Arbeiten zu *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik* stellen ein enormes Defizit und damit großes Desideratum in der Sprachwissenschaft dar, worauf z.B. Andreas Koch und Theo Bungarten hinweisen: Die Forschungslage ist „sehr dürftig“,¹² es bedarf „einer generellen und systematischen wissenschaftshistorischen Aufarbeitung“.¹³

2 *Wirtschaftslinguistik und Wirtschaftsgermanistik*

Der Forschungszeitraum von *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik* reicht von etwa 1920 bis circa 1939. Wenn die Vorläufer der Disziplinen mit eingerechnet werden, dann liegen ihre Anfänge bereits in der Mitte des 19. Jahrhunderts.

Es bestehen drei Ausprägungen, die sich – grob umrissen – mit (i) der Wechselwirkung zwischen Sprachwandel und Wirtschaftsentwicklung sowie der

¹¹ Kamiya 1997: vgl. 49.

¹² Koch 1997: 46.

¹³ Bungarten (Hg.) 1997: 7.

Kulturverständigung (historisierende *Wirtschaftslinguistik*), (ii) der Erscheinungsform der Wirtschaftssprache in der Dichtung bzw. spezifischen Ausprägungen der kaufmännischen Sprache (*Wirtschaftsgermanistik*) als auch (iii) der Wirtschaftssprache als Kommunikationsmittel und strukturiertem System innerhalb der „Gesamtsprache“ (strukturell-funktionale *Wirtschaftslinguistik*) beschäftigen.¹⁴

2.1 Historisierende *Wirtschaftslinguistik*

Diese Richtung entsteht um 1850 und ist hauptsächlich mit den Namen Ewald Eberhard Johannes Messing, Leo Jordan und Hermann Levy verbunden. Sie entwickelt sich weniger aus sprachwissenschaftlichem Interesse,¹⁵ sondern vielmehr aus den zeitgenössisch gegebenen politischen, wirtschaftlichen und soziokulturellen Entwicklungen. Denn im 19. Jahrhundert als dem Zeitalter der Industrialisierung und des Wirtschaftswachstums nimmt der Welthandel an Bedeutung zu, und die Notwendigkeit von Fremdsprachkenntnissen zu dessen Gewährleistung und reibungsloser Abwicklung steigt.¹⁶ Nach Auffassung der Wirtschaftslinguisten historisierender Ausrichtung gestattet die intime Kenntnis der Sprache des jeweiligen Handelspartners Einblick in dessen Denkweise und kulturelle Charakteristika,¹⁷ da die Sprache die Vorstellungen der Menschen in Worte fasst und ihre Denkart auf diese Weise widerspiegelt. Und eben diese Denkweise ist unerlässlich für erfolgreiche nationale und internationale Handelsbeziehungen. Im selben Zusammenhang wird auf die idealistische und sach-

¹⁴ Drozd/Seibicke 1973: vgl. 68–78. Hundt 1995: vgl. 16–24. Nycz 2009: vgl. 19–28.

Eine andere als die hier angegebene Gliederung nimmt Heribert Picht vor, der zwischen diachronischer und synchronischer *Wirtschaftslinguistik* unterscheidet und die *Wirtschaftsgermanistik* unter die diachronische *Wirtschaftslinguistik* einordnet. Picht 1998: vgl. 336–339.

¹⁵ Nycz 2009: vgl. 17.

¹⁶ Nycz 2009: vgl. 17f. Drozd/Seibicke 1973: vgl. 68f.

¹⁷ Messing (Hg.) 1932: vgl. 6.

zwecklich gerichtete Doppelnatur der Sprache hingewiesen: In ihr spiegelt sich der kulturelle Hintergrund der Menschen, daneben dient sie als Mittel zum Erreichen wirtschaftlicher Ziele:

- a. *Idealistisch gerichtet*: Hinter und in den Worten leuchtet der Geist und die Seele des sprechenden Menschen auf, der allgemeinen, nationalen und persönlichen Idealen nachstrebt, wie sie von National-Religion, -Recht und -Sitte, -Kunst, -Literatur und -Wirtschaft aufgestellt werden.
- b. *Sachzwecklich gerichtet*: Mit den Worten seiner Sprache und durch sie trachtet der Mensch seine auf bestimmte privat- und volkswirtschaftliche Zwecke gerichteten Absichten der Verwirklichung durch andere näher zu bringen. Diese Zwecksprache steht im allgemeinen auf den Lehrplänen der wirtschaftlich orientierten mittleren Schulen im Vordergrund.¹⁸

Historisierende *Wirtschaftslinguistik* in diesem Sinn versteht sich selbst als „Nationenwissenschaft“, die sich auch anderer Disziplinen bedient. Denn zusätzlich zu den rein sprachlichen Kriterien sollen auch fachspezifische Bezüge hergestellt werden:

Die wirtschaftswissenschaftliche orientierte *Hochschule* erhebt sich in ihrem Unterricht über die bloße Zweckmäßigkeit des von ihr vermittelten Wissensstoffes hinaus, indem sie das geistige Band aufzeigt, dessen rote Fäden diesen Wissensstoff durchziehen und festhalten.¹⁹

Heribert Picht merkt dazu an, dass „neben das historisierende Element eine stark ausgeprägte kulturvergleichende Sichtweise“²⁰ tritt. Die historisierende *Wirtschaftslinguistik* bildet also einen

komplexen und fachgrenzenüberschreitenden Forschungsgegenstand (...), dessen Umfang weit über rein sprachwissenschaftliche Zielsetzungen hinausgeht und mentalitätsgeschichtliche Elemente im Sinne der Völkerverständigung durch Handelsbeziehungen und der wissenschaftlichen Kommunikation einbezieht.²¹

Darüber hinaus ist die Verknüpfung von Sprachgeschichte und -wandel mit der Wirtschaftsgeschichte ein wesentliches Anliegen der Wirtschaftslinguisten historisierender Ausrichtung. Sie wollen

¹⁸ Messing 1930: 116.

¹⁹ Ebd.

²⁰ Picht 1998: 337.

²¹ Ebd.: 340.

spezifische Spracherscheinungen in Verknüpfung mit wirtschaftlichen Entwicklungen untersuchen [und versuchen], spezielle Erscheinungen des Sprachwandels und des Sprachvergleichs mit den Entitäten der Geschichtsentwicklung der materiellen Welt, mit der Produktions-, Waren- und Handelssphäre, zu belegen, und in umgekehrter Weise die historischen Gegebenheiten der Wirtschaft durch die sprachlichen Faktoren zu klären oder zu begründen.²²

Außerdem ist für die Wirtschaftslinguisten von Bedeutung, dass unterschiedliche Kommunikationssituationen unterschiedliche Spracherscheinungen hervorrufen. Hier werden die einzelnen Sprachfunktionen und die soziale Schichtung der Sprache thematisiert, was die Terminologielehre noch heute beschäftigt.²³

Deutlich werden hier bereits Forderungen nach Fremdsprachenkenntnissen und gegenseitigem kulturellen Verständnis formuliert. Behandelt werden daneben Absatzprobleme und die damit verbundene Erziehung des Verbrauchers über die Sprache („Selling Talk“, Ewald Messing) sowie die Rolle der Sprache bei der Manifestation des Wesens eines Kaufmanns bzw. Unternehmens.²⁴ Es wird deutlich, dass es sich bei den Ideen und Theorien der Wirtschaftslinguisten nicht um zeitverhaftete Ansprüche, sondern grundlegende Vorstellungen handelt.

2.2 *Wirtschaftsgermanistik*

Dieser Zweig wird von dem Prager Germanistik-Professor Hugo Siebenschein in den 1930er Jahren entwickelt.²⁵ Er untersucht die gegenseitige Beeinflussung von Literatur- und Wirtschaftssprache und die Ausprägungen des kaufmännischen Wortschatzes. Nach Krzysztof Nycz stellt die *Wirtschaftsgermanistik* eine Forschungsrichtung dar, die „die Erkenntnisse einer konkreten geisteswissen-

²² Drozd/Seibicke 1973: 68f.

²³ Ebd.: vgl. 69f.

²⁴ Messing 1930: vgl. 119. Messing 1921: vgl. 79ff.

²⁵ Drozd 1978: vgl. 206.

schaftlichen (linguistischen) Disziplin – der Germanistik – mit einem praktischen Tätigkeitsbereich – der Wirtschaft – verknüpft“.²⁶ Siebenscheins Vorgehensweise ist vorwiegend etymologisch und historisch bestimmt.²⁷ Im Vorwort zu seinen *Abhandlungen zur Wirtschaftsgermanistik* formuliert er seine Erkenntnisinteressen und Fragestellungen:

Es wird sich demnach eine doppelte Fragestellung ergeben. Die nach den Spiegelungen des Handels und des Kaufmannes in der Dichtung, in unserem spezifischen Falle in der deutschen Dichtung und natürlich vor allem in jener deutschen Dichtung, die dem tschechoslowakischen Boden entsprungen ist; die Frage der etwaigen gegenseitigen Einwirkungen zwischen Poesie und Wirklichkeit. Zweitens die Frage nach den spezifischen Formgebungen der Spracherscheinungen kaufmännischen Inhalts (...). Diese doppelte Fragegliederung wäre somit vom Standpunkt einer tschechischen Wirtschaftsgermanistik für einige Zeit die gegebene und sie ließe sich auf jedes Zeitalter, auf jedes Problem und auf jede stofflich in Betracht kommende Persönlichkeit anwenden.²⁸

Wie aus den *Abhandlungen* ersichtlich ist, sollen die angesprochenen Fragen über literarische Quellen erschlossen werden. Dazu wendet Siebenschein die literarhistorische Methode an, bei der über literarische Werke Rückschlüsse auf die zeitgenössische soziale und wirtschaftliche Situation gezogen werden.²⁹

2.3 Strukturell-funktionale *Wirtschaftslinguistik*

Diese entwickelt sich Anfang der 1930er Jahre in Prag und wird v.a. durch Josef Čada, Zdeněk Vančura und Leontij Vasil'jevič Kopeckij repräsentiert.³⁰ Sie zeichnet sich durch ihre – bewusst im Gegensatz zur historisierenden Richtung gehaltene – synchronische Orientierung aus. Dabei knüpft sie an die strukturelle und funktionale Sprachwissenschaft des Prager Linguistischen Zirkels an, einer Richtung des europäischen Strukturalismus Ende der 1920er Jahre. Sie versteht Sprache hauptsächlich als funktionierendes Kommunikationsmittel und möchte

²⁶ Nycz 2009: 24.

²⁷ Hundt 1995: vgl. 20f.

²⁸ Siebenschein 1936: 6.

²⁹ Kamiya 1997: vgl. 61, 70.

³⁰ Drozd/Seibicke 1973: vgl. 74. Nycz 2009: vgl. 25.

sie daher mit der wissenschaftlichen Methode des Funktionalismus beschreiben, d.h. von der Funktion einer Äußerung her deren Form bestimmen.³¹ In diesem Sinne ist „Wirtschaftssprache (...) eine *Funktionsprache*, die immer zweckgebunden ist und der Erfüllung spezieller Sprachbedürfnisse dient.“³²

Von zentralem Interesse in der strukturell-funktionalen *Wirtschaftslinguistik* ist eine sprachtheoretische Fundierung des wirtschaftssprachlichen Gegenstands- und Forschungsbereichs,³³ was bis in die gegenwärtige Forschung hinein noch ungeklärt ist. Außerdem soll ihre Stellung innerhalb anderer Wissenschaftsdisziplinen abgegrenzt und definiert werden. Daneben versteht sie sich nicht als „Nationenwissenschaft, die fachfremde Aufgaben zu übernehmen und zu lösen hat, sondern als eine pragmatische Forschungsrichtung von ausschließlich linguistischem Charakter.“³⁴ Es interessieren also lediglich linguistische, aber keine fachfremden bzw. interdisziplinären Fragestellungen wie in der historisierenden Ausrichtung.

Drozd/Seibicke fassen prägnant Auffassung, Verdienst und Ausgangspunkte der strukturell-funktionalen *Wirtschaftslinguistik* zusammen, weshalb ihnen an dieser Stelle Platz für ein längeres Zitat gewährt wird:

Die SFW [=strukturell-funktionale *Wirtschaftslinguistik*, U. W.] hat durch ihre bewußte Abkehr von der traditionellen Sprachwissenschaft, vor allem von den historisierenden und philologisierenden Richtungen, und durch ihre Zuwendung zum Strukturalismus, insbesondere zur strukturellen und funktionalen Sprachwissenschaft, eine bedeutsame Wende in der fachsprachlichen Betrachtungsweise eingeleitet, eine Wende in der Auffassung des Gegenstandes sowie in den Methoden. Für die SFW sind folgende Ausgangspunkte entscheidend:

- a) Der Gegenstand der SFW ist die Sprache in einer besonderen Funktion, die Wirtschaftssprache.
- b) Die Wirtschaftssprache ist als ein strukturiertes und funktionelles Ganzes zu betrachten, das wirtschaftlichen Zwecken dient.
- c) Die Wirtschaftssprache ist als Kommunikationsmittel zu betrachten.

³¹ Bußmann 2002: vgl. 533.

³² Nycz 2009: 26f.

³³ Ebd.: vgl. 25. Hundt 1995: vgl. 14, 21.

³⁴ Nycz 2009: 25f.

d) Die Synchronie ist in der wirtschaftslinguistischen Forschung zu betonen.³⁵

Wirtschaftslinguistik und *-germanistik* erfahren mit dem Zweiten Weltkrieg einen jähen Abbruch und werden auch danach nicht wieder aufgenommen bzw. fortgesetzt. Ein wesentliches Anliegen des vorliegenden Dissertationsprojektes ist die Suche nach Gründen hierfür. Sie liegen wahrscheinlich darin, dass die vorwiegend jüdischen Vertreter dieser Forschungsrichtungen nicht nur persönlich, sondern auch aufgrund ihrer vom Nationalsozialismus diametral abweichenden Anschauungen verfolgt werden.³⁶

Nach der pragmatischen Wende zu Beginn der 1970er Jahre setzen zwar wieder Untersuchungen zur Wirtschaftssprache ein, diese sind jedoch gänzlich anders ausgerichtet als *Wirtschaftslinguistik* und *Wirtschaftsgermanistik* und zeigen eine Vielzahl unterschiedlicher Interessen und heterogener Tendenzen. Der Fokus liegt auf Untersuchungen zu (i) Syntax und Morphologie, (ii) Sprach- und Ideologiekritik, zur (iii) Sprachdidaktik, besonders Arbeiten zum Wirtschaftsdeutschen als Fremdsprache, sowie zur (iv) Betriebslinguistik, d.h. unternehmensinterne und -externe Kommunikation(sprozesse).³⁷ Zudem knüpfen die neueren Arbeiten praktisch nicht an diejenigen aus der Zeit vor dem Zweiten Weltkrieg an, obwohl die zweite Forschungsperiode zur Wirtschaftssprache immer wieder als Fortführung der ersten gesehen wird.³⁸ Ein konziser Vergleich

³⁵ Drozd/Seibicke 1973: 74. Im Anschluss daran geben Drozd/Seibicke weiterführende Informationen zu jedem der unter a) bis d) aufgeführten Punkte. Vgl. hierzu 74–77.

³⁶ Bungarten (Hg.) 1997: vgl. 7.

³⁷ Hundt 1995: vgl. 24–49.

³⁸ Dies tut z.B. Heribert Picht: nach ihm kann mit Rückbezug auf Hoffmann 1985 „sehr wohl von einer Fortführung der Wirtschaftslinguistik, doch unter anderem Namen und mit den erforderlichen Änderungen, gesprochen werden.“ Durchaus lässt sich ein Einfluss zahlreicher „grundlegende[r] Gedanken der Wirtschaftslinguistik [auf] die heutige Fachkommunikations-, Fachsprachen- und Terminologieforschung“ feststellen. Beide Picht 1998: 340.

hierzu, was Theorien, Methoden, Analysen und Ergebnisse anbelangt, steht allerdings noch aus.

3 Zielsetzungen

Zunächst werden die wesentlichen Forderungen der internationalen und interkulturellen Wirtschafts- und Unternehmenskommunikation dargestellt, wie sie bereits oben (siehe Punkt 1) exemplarisch benannt sind.³⁹

Die zentralen Ideen, Theorien, Aussagen und Methoden von *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik* werden herausgearbeitet und erörtert, was bis heute ein immenses Desideratum in der Sprachwissenschaft darstellt. Zwar finden sich Überblicksdarstellungen,⁴⁰ aber keine grundlegenden und ausführlichen Auseinandersetzungen mit der Thematik. Begonnen wird mit den bedeutenden, die die Richtungen konstituierenden, Primärwerken *Zur Wirtschafts-Linguistik* von Ewald Messing⁴¹ und *Abhandlungen zur Wirtschaftsgermanistik* von Hugo Siebenschein⁴²; im Verlauf werden weitere wirtschaftslinguistische bzw. -germanistische Publikationen hinzugezogen.⁴³ Besonders wichtig ist die Einbeziehung des zeitgenössischen politischen, wirtschaftlichen und soziokulturellen Kontextes, um die geschilderten Standpunkte entsprechend aussagekräftig einordnen und bewerten zu können – und dies umso mehr, als viele Vertreter von *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik* Juden sind, die infolgedessen von den Nationalsozialisten verfolgt werden. Denn sie stehen mit ihrer Zustimmung zum Welthandel und ihrer Kulturwertschätzung in deutlichem Gegensatz zur natio-

³⁹ Dabei wird ausgegangen von: Birkigt/Stadler, Funck (Hg.) 2002, Bungarten (Hg.) 1988, 1991, 1994a, 1994b, 1997, Derieth 1995, Moss (Hg.) 2009, Müller (Hg.) 1993, Redder/Rehbein (Hg.) 1987, Rehbein (Hg.) 1985 und Schmidt/Neuendorff (Hg.) 2007.

⁴⁰ Z.B. Picht 1998 oder Drozd/Seibicke 1973, vgl. 68–78.

⁴¹ Messing (Hg.) 1932.

⁴² Siebenschein 1936.

⁴³ Vgl. hierzu die Auswahl der in der Bibliographie genannten Quellen.

nalsozialistischen Ideologie, deren Credo wirtschaftliche Sicherheit Deutschlands durch wirtschaftliche Autarkie war. Solche Fakten müssen bei einer Darstellung von *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik* miteinbezogen werden, um ein abgerundetes und vollständiges Bild dieser Forschungsrichtungen zu erhalten.⁴⁴ Dies weist auf den interdisziplinären Zugang der Dissertation hin.

Bis heute sind die Biographien der zentralen Vertreter von *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik* ungeklärt. Wahrscheinlich wurden sie von den Nationalsozialisten vertrieben oder in Konzentrationslager deportiert. Zur Erhellung ihrer Lebensläufe soll in Archiven und Bibliotheken der tschechischen Städte Prag, Brünn, Pilsen und Krummau sowie der holländischen Städte Amsterdam und Rotterdam recherchiert werden, ob sich aussagekräftige Dokumente zu den entsprechenden Personen finden, wobei eventuell sogar bislang unveröffentlichte Schriften von *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik* auftauchen. Zur weiteren Klärung der Vitae soll bei Bedarf auch in ehemaligen deutschen und tschechischen Konzentrationslagern nachgeforscht werden, ob Nachweise über Aufenthalte von Wirtschaftslinguisten vorliegen. Die Beschäftigung mit den Biographien ist von soziolinguistischem, sozialpsychologischem und wissenschaftsgeschichtlichem Interesse, da sich die jeweiligen Lebenswege zweifellos auf die wissenschaftlichen Anschauungen und die Ideenentwicklung der Wirtschaftslinguisten ausgewirkt haben.

Es wird erörtert, ob die Forschungsphase nach 1970 tatsächlich als Fortführung von *Wirtschaftslinguistik* und *Wirtschaftsgermanistik* gelten kann, was bis jetzt nicht geleistet wurde. Dazu wird ein Überblick über die Forschungsrichtungen, -interessen und -tendenzen zur Wirtschaftssprache seit 1970 erfolgen. Auf dieser Grundlage werden die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen

⁴⁴ Auch Nycz weist auf eine Einbeziehung des historischen Kontextes hin, u.a. zum tieferen Verständnis der Entstehungsursachen von *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik*. Nycz 2009: vgl. 17f.

beiden Epochen herausgearbeitet, so dass eine begründete Erläuterung der Frage möglich ist.⁴⁵

Schließlich wird diskutiert, ob die Ideen und Ansätze der *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik* für die heutige Fachsprachenforschung sowie die wirtschaftliche kommunikative Realität gewinnbringend eingesetzt werden können. Während sich die Arbeiten vor dem Zweiten Weltkrieg mit handlungs- und anwenderorientierten Fragestellungen, wie z.B. dem Fremdsprachenunterricht und dessen Didaktik, auseinandersetzen, verbleiben zahlreiche Werke aus der Zeit nach 1970 auf einer rein deskriptiven Ebene.⁴⁶ Ein Ziel des Promotionsprojektes ist die Beantwortung der Frage, inwiefern *Wirtschaftslinguistik* und *-germanistik* für die praktische wirtschaftliche nationale, internationale und interkulturelle kommunikative Handlungskompetenz relevant sind und fruchtbar gemacht werden können. Zeigt sich, dass sie zur Bewältigung des wirtschaftskommunikativen Aufgabenfeldes sinnvolle Anregungen und Hilfestellungen liefern, wäre ihre Wiederaufnahme als angewandte Sprachwissenschaft von großem Nutzen für die Wirtschaftspraxis.

4 Gliederungsentwurf

Der grobe Gliederungsentwurf für das Dissertationsprojekt sieht folgendermaßen aus:

⁴⁵ Ein nach Interessen gegliederter Überblick zur Forschungsphase nach 1970 findet sich z.B. bei Hundt 1995: 24–49.

⁴⁶ Vgl. etwa die Untersuchung von De Cort/Hessmann 1977, 1978, 1979.

1. Einführung in die Thematik
2. Forderungen der gegenwärtigen internationalen und interkulturellen Wirtschaftskommunikation
 - 2.1. Fremdsprachenkenntnisse
 - 2.2. Kulturkenntnis, -verständnis und -wertschätzung
 - 2.3. Werbung und Marketing
 - 2.4. interne und externe Unternehmenskommunikation
3. *Wirtschaftslinguistik und Wirtschaftsgermanistik*
 - 3.1. Historisierende *Wirtschaftslinguistik*
 - 3.2. *Wirtschaftsgermanistik*
 - 3.3. Strukturell-funktionale *Wirtschaftslinguistik*
4. Biographien der zentralen Vertreter
 - 4.1. Historisierende *Wirtschaftslinguistik*
 - 4.1.1. Ewald E. J. Messing
 - 4.1.2. Leo Jordan
 - 4.1.3. Hermann Levy
 - 4.2. *Wirtschaftsgermanistik*: Hugo Siebenschein
 - 4.3. Strukturell-funktionale *Wirtschaftslinguistik*
 - 4.3.1. Josef Čada
 - 4.3.2. Zdeněk Vančura
 - 4.3.3. Leontij Vasil'jevič Kopeckij
5. Forschungsphase nach 1970
 - 5.1. Syntax und Morphologie
 - 5.2. Sprach- und Ideologiekritik
 - 5.3. Sprachdidaktik
 - 5.4. Betriebslinguistik
6. Vergleich der Forschungen vor 1939 und nach 1970
7. Relevanz der Wiederaufnahme von *Wirtschaftslinguistik* und *Wirtschaftsgermanistik*

5 Literatur (in Auswahl)

5.1 Quellen

Čada, Josef (1932): *Jazykové studium na V.Š.O.* Praha: o.V. [Sprachstudium an der Handelshochschule.]

—(1935): „Studium cizích jazyků na školách obchodních a jeho lingvistický základ.“ In: *Slovo a slovesnost* 1 (1935) 54–55. [Der Fremdsprachenunterricht an den Handelsschulen und dessen linguistische Grundlage.]

- Čada, Josef/Dubský, Ota (1946): *Struktura francouzského hospodářského jazyka*. Praha: o.V. [Struktur der französischen Wirtschaftssprache.]
- Čada, Josef/Kopeckij, Leontij Vasil'jevič/Vančura, Zdeněk (o.J.): *Theoretické základy studia cizích jazyků na obchodních školách*. Praha: o.V. [Theoretische Grundlagen des Fremdsprachenstudiums an den Handelsschulen.]
- Kopeckij, Leontij Vasil'jevič (1935): „O lexikálním plánu hospodářského jazyka.“ In: *Slovo a slovesnost* 1 (1935) 120 – 122. [Über den lexikalischen Plan der Wirtschaftssprache.]
- Levy, Hermann (1911): *Large and small holdings. A study of English agricultural economics*. Translated by Ruth Kenyon with considerable additions by the author. Erstaussgabe 1911. Neudruck 1966. New York: Augustus M. Kelley.
- (1926): *Volkscharakter und Wirtschaft. Ein wirtschaftsphilosophisches Essay* (= Gewalten und Gestalten. 3). Leipzig u.a.: Teubner.
- (1927): *Monopole, Kartelle und Trusts in der Geschichte und Gegenwart der englischen Industrie*. 2., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Jena: Fischer.
- (1935): *Industrial Germany. A study of its monopoly organisations and their control by the state*. Erstaussgabe 1935, Neudruck 1966. New York: Augustus M. Kelley.
- Messing, Ewald Eberhard Johannes (1921): „Handelssprachliche Forschung und sprachkundlicher Handelsunterricht.“ In: —(Hg.) (1932): 77–85.
- (1928): *Methoden und Ergebnisse der wirtschaftssprachlichen Forschung. Vortrag, gehalten auf dem Ersten Internationalen Linguisten-Kongress im Haag (Holland) 10.–14. April 1928*. Utrecht: Kemink & Zoon, Over den Dom.
- (1930): „Die Sprachwissenschaft auf der Handels-Hochschule als Wissenschaft von der Nationalkultur der Völker.“ In: —(Hg.) (1932): 116–123.
- (Hg.) (1932): *Zur Wirtschafts-Linguistik. Eine Auswahl von kleineren und grösseren Beiträgen über Wert und Bedeutung, Erforschung und Unterweisung der Sprache des wirtschaftlichen Verkehrs*. Rotterdam: Nijgh & Van Ditmar N. V.
- Penndorf, Balduin (1919): *Wie studiert man auf der Handels-Hochschule? Eine Einführung in das Handels-Hochschul-Studium, seinen Zweck, seine Mittel und Wege*. 2., vollständig neubearbeitete Auflage (= Violets Studienführung). Stuttgart: Violet.

- Richter, Elise (1912): *Wie wir sprechen. Sechs volkstümliche Vorträge* (= Aus Natur und Geisteswelt. 354). Leipzig: Teubner.
- Schirmer, Alfred E. (1911a): *Wörterbuch der deutschen Kaufmannssprache auf geschichtlichen Grundlagen. Mit einer systematischen Einleitung*. Straßburg: Trübner.
- (1911b): *Zur Geschichte der deutschen Kaufmannssprache* (= Leipzig, Universität, Dissertation 1911). Straßburg: Trübner.
- (1925): *Vom Werden der deutschen Kaufmannssprache. Sprach- und handelsgeschichtliche Betrachtungen* (= Gloeckners Handels-Bücherei. 109). Leipzig: Gloeckner.
- (1928): *Bessere Briefe – Bessere Geschäfte. Neue Wege zur kaufmännischen Briefkunst*. 2. Auflage. Stuttgart: Verlag für Wirtschaft und Verkehr.
- (1940): *Der Sprach- und Schriftverkehr des Kaufmanns*. 2., völlig neubearbeitete und verbesserte Auflage (= Die Handels-Hochschule. Band 4: Rechtswissenschaft und Sondergebiete. 13). Berlin u.a.: Industieverlag Spaeth & Linde.
- (1949a) *Der Sprach- und Schriftverkehr der Wirtschaft* (= Die Handels-Hochschule. Band 15: Ergänzungsfächer. 5). Wiesbaden: Gabler.
- (1949b): *Deutsche Wortkunde. Eine kulturgeschichtliche Betrachtung des deutschen Wortschatzes*. 3., durchgesehene Auflage (= Sammlung Götschen. 929). Berlin: de Gruyter.
- Siebenschein, Hugo (1936): *Abhandlungen zur Wirtschaftsgermanistik*. Prag: Orbis.
- Strigl, Hans (1909): *Kaufmännische Ausdrücke. Sprachgeschichtlich erläutert*. Wien: Export-Akademie des K.K. Österreichischen Handelsmuseums.
- Vančura, Zdeněk (1934): *Hospodářská lingvistika*. Praha: o.V. [Wirtschaftslinguistik.]
- (1936): „The study of the language of commerce.“ In: *Travaux du Cercle linguistique de Prague* 6 (1936) 159–164.
- Wendelstein, Ludwig (1912): *Die Sprache des Kaufmanns und seiner Korrespondenz*. Leipzig u.a.: Teubner.
- Wiedenfeld, Kurt/Penndorf, Balduin (1927): *Universität und Handelshochschule* (= Leipziger Verkehr und Verkehrspolitik. 7). Leipzig: Bormann.

5.2 Sekundärliteratur

- Ax, Christian (1997): „Der soziokulturelle Ansatz von ‚Unternehmenskultur‘ und Aspekte einer ‚Interkulturkunde‘.“ In: Bungarten, Theo (Hg.) (1997): 9–31.
- Birkigt, Klaus/Stadler, Marinus M./Funck, Hans J. (Hg.) (2002): *Corporate Identity. Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele*. 11., überarbeitete und aktualisierte Auflage. München: Redline Wirtschaft bei Verlag Moderne Industrie.
- Bolten, Jürgen (1998): „Deutsche Sprachgeschichte und Wirtschaftsgeschichte.“ In: Besch, Werner/Betten, Anne/Reichmann, Oskar/Sonderegger, Stefan (Hg.): *Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung*. 2., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. 1. Teilband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. 2.1). Berlin/New York: de Gruyter: 123–138.
- (2006): „Interkulturelle Wirtschaftskommunikation.“ In: Tsvasman, Leon R. (Hg.): *Das große Lexikon Medien und Kommunikation. Kompendium interdisziplinärer Konzepte*. Würzburg: Ergon. 167–170.
- Bungarten, Theo (Hg.) (1988): *Sprache und Information in Wirtschaft und Gesellschaft*. Referate eines internationalen Kongresses, zugleich der XI. Jahrestagung der internationalen Vereinigung „Sprache und Wirtschaft“, 30. September – 3. Oktober 1985, Congress-Centrum Hamburg. Tostedt: Attikon.
- (Hg.) (1991): *Konzepte zur Unternehmenskommunikation, Unternehmenskultur & Unternehmensidentität. Concepts of Business Communication, Corporate Culture & Corporate Identity* (= Beiträge zur Wirtschaftskommunikation. 2). Tostedt: Attikon.
- (Hg.) (1993): *Unternehmensidentität. Corporate Identity. Betriebswirtschaftliche und kommunikationswissenschaftliche Theorie und Praxis* (= Beiträge zur Wirtschaftskommunikation. 5). Tostedt: Attikon.
- (Hg.) (1994a): *Kommunikationsprobleme in und von Unternehmen. Wege zu ihrer Erkennung und Lösung* (= Beiträge zur Wirtschaftskommunikation. 3). Tostedt: Attikon.
- (Hg.) (1994b): *Unternehmenskommunikation. Linguistische Analysen und Beschreibungen* (= Beiträge zur Wirtschaftskommunikation. 4). Tostedt: Attikon.

- (Hg.) (1994c): *Unternehmenskultur als Herausforderung für Gesellschaft und Unternehmen* (= Beiträge zur Wirtschaftskommunikation. 8). Tostedt: Attikon.
- (Hg.) (1997): *Aspekte der Unternehmungskultur und Unternehmensidentität in der historischen Wirtschaftslinguistik* (= Beiträge zur Wirtschaftskommunikation. 1). Tostedt: Attikon.
- Bußmann, Hadumod (Hg.) (2002): *Lexikon der Sprachwissenschaft*. Dritte, aktualisierte und erweiterte Auflage. Stuttgart: Kröner.
- De Cort, Josef/Hessmann, Pierre (1977, 1978, 1979): „Die wissenschaftliche Fachsprache der Wirtschaft. Eine Untersuchung ihrer syntaktischen und syntaktisch-lexikalischen Merkmale. Teil I – Syntaktische Merkmale. Teil II – Syntaktisch-lexikalische Merkmale. Teil III – Syntaktisch-lexikalische Merkmale (Schluss) und Bemerkungen zu der Didaktisierung.“ In: *Linguistica Antverpiensia* 11 (1977) 27–89, 12 (1978) 233–260, 13 (1979) 55–102.
- Derieth, Anke (1995): *Unternehmenskommunikation. Eine theoretische und empirische Analyse zur Kommunikationsqualität von Wirtschaftsorganisationen* (= Studien zur Kommunikationswissenschaft. 5). Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH.
- Drozd, Lubomír (1978): „Von der Wirtschaftslinguistik zur heutigen Fachsprachenforschung.“ In: *Muttersprache. Zeitschrift zur Pflege und Erforschung der deutschen Sprache* 88 (1978) 203–208.
- Drozd, Lubomír/Seibicke, Wilfried (1973): *Deutsche Fach- und Wissenschaftssprache. Bestandsaufnahme – Theorie – Geschichte*. Wiesbaden: Brandstetter.
- Hansen, Svenja (1997): „Ideengeschichtliche Bezüge zwischen der Wirtschaftslinguistik und dem modernen Konzept der Unternehmungskultur.“ In: Bungarten, Theo (Hg.) (1997): 107–125.
- Henke, Anne-Marie (1991): „Zur Geschichte der Betriebslinguistik.“ In: Klein, Eberhard/Duteil, Françoise Pouradier/Wagner, Karl Heinz (Hg.): *Betriebslinguistik und Linguistikbetrieb*. Akten des 24. Linguistischen Kolloquiums, Universität Bremen, 4.–6. September 1989. Band 1 (= Linguistische Arbeiten. 260). Tübingen: Niemeyer: 13–20.
- Hoffmann, Lothar (1985): *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*. 2., völlig neu bearbeitete Auflage (= Forum für Fachsprachenforschung. 1). Tübingen: Narr.

- (2000): „Die Rolle der Fachsprachen seit der Mitte des 20. Jahrhunderts.“ In: Besch, Werner/Betten, Anne/Reichmann, Oskar/Sonderegger, Stefan (Hg.): *Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung*. 2., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. 2. Teilband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. 2.2). Berlin/New York: de Gruyter: 1991–1999.
- Hundt, Markus (1995): *Modellbildung in der Wirtschaftssprache. Zur Geschichte der Institutionen- und Theoriefachsprachen der Wirtschaft* (= Reihe Germanistische Linguistik. 150). Tübingen: Niemeyer.
- Ischreyt, Heinz (1965): *Studien zum Verhältnis von Sprache und Technik. Institutionelle Sprachlenkung in der Terminologie der Technik* (= Sprache und Gemeinschaft. Studien. IV). Düsseldorf: Schwann.
- Kamiya, Takako (1997): „Die ‚Wirtschaftsgermanistik‘.“ In: Bungarten, Theo (Hg.) (1997): 49–72.
- Kleinberger Günther, Ulla (2003): *Kommunikation in Betrieben. Wirtschaftslinguistische Aspekte der innerbetrieblichen Kommunikation* (= Zürcher Germanistische Studien. 57). Bern/Berlin/Bruxelles/Frankfurt am Main/New York/Oxford/Wien: Lang.
- Koch, Andreas (1997): „Die historische *Wirtschaftslinguistik* vor dem Hintergrund der Weltwirtschaftskrise in Deutschland.“ In: Bungarten, Theo (Hg.) (1997): 32–48.
- Maas, Utz (2000): „Sprache in der Zeit des Nationalsozialismus.“ In: Besch, Werner/Betten, Anne/Reichmann, Oskar/Sonderegger, Stefan (Hg.): *Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung*. 2., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. 2. Teilband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. 2.2). Berlin/New York: de Gruyter: 1980–1990.
- Moss, Christoph (Hg.) (2009): *Die Sprache der Wirtschaft*. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Müller, Bernd-Dietrich (Hg.) (1993): *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. 2. Auflage (= Studium Deutsch als Fremdsprache – Sprachdidaktik. 9). München: Iudicium-Verlag.
- Nycz, Krzysztof (2009): *Fachterminologie als Mittel des Fachwissenstransfers. Dargestellt am Beispiel der deutschen Börsenberichterstattung* (= Schriftenreihe Angewandte Linguistik aus interdisziplinärer Sicht. 28). Hamburg: Kovač.

- Peter, Herbert (1973): „Historischer Überblick über die Wirtschaftslinguistik.“ In: *Bulletin. Internationale Vereinigung Sprache und Wirtschaft* 1 (1973) 9 – 15.
- Picht, Heribert (1998): „Wirtschaftslinguistik: ein historischer Überblick.“ In: Hoffmann, Lothar/Kalverkämper, Hartwig/Wiegand, Herbert Ernst (Hg.): *Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft*. In Verbindung mit Christian Galinski, Werner Hüllen. 1. Halbband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. 14.1). Berlin/New York: de Gruyter: 336–341.
- Polenz, Peter von (1999): *Deutsche Sprachgeschichte vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart. Band III. 19. und 20. Jahrhundert* (= de Gruyter Studienbuch). Berlin/New York: de Gruyter.
- Redder, Angelika/Rehbein, Jochen (Hg.) (1987): *Arbeiten zur interkulturellen Kommunikation* (= OBST. Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie. 38). Osnabrück: Verein zur Förderung der Sprachwissenschaft in Forschung und Ausbildung.
- Rehbein, Jochen (Hg.) (1985): *Interkulturelle Kommunikation* (= Kommunikation und Institution, Untersuchungen. 12). Tübingen: Narr.
- Schmidt, Christopher M./Neuendorff, Dagmar (Hg.) (2007): *Sprache, Kultur und Zielgruppen. Bedingungsgrößen für die Kommunikationsgestaltung in der Wirtschaft*. 1. Auflage (= Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation. 11). Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Schnyder, Alfons Beat (1989): *Unternehmungskultur. Die Entwicklung eines Unternehmungskultur-Modells unter Berücksichtigung ethnologischer Erkenntnisse und dessen Anwendung auf die Innovations-Thematik* (= Europäische Hochschulschriften. Reihe V. Volks- und Betriebswirtschaft. 987). Bern/Frankfurt am Main/Paris: Lang.
- Schroubek, Georg R. (2008): *Studien zur böhmischen Volkskunde*. Herausgegeben und eingeleitet von Petr Lozoviuk (= Münchner Beiträge zur Volkskunde. 36). Münster/München u.a.: Waxmann.
- Schuldt, Kai (1997): „Die Wirtschaftslinguistik und der europäische Binnenmarkt. Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Hinblick auf sprachliche und kommunikative Aspekte.“ In: Bungarten, Theo (Hg.) (1997): 73–90.
- Seibicke, Wilfried (2003): „Fachsprachen in historischer Entwicklung.“ In: Besch, Werner/Betten, Anne/Reichmann, Oskar/Sonderegger, Stefan (Hg.): *Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung*. 2., vollständig neu bearbeitete und erwei-

terte Auflage. 3. Teilband (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. 2.3). Berlin/New York: de Gruyter. 2377–2391.

Seidler, Detlev (1997): „Unternehmenskultur und Corporate Identity. Ihre Ansätze in der Wirtschaftslinguistik.“ In: Bungarten, Theo (Hg.) (1997): 91–107.

Spillner, Bernd (2002): „Fachtexte im interkulturellen Vergleich. Kontrastive Pragmatik deutscher, finnischer und französischer Wirtschaftstexte.“ In: Nuopponen, Anita/Harakka, Terttu/Tatje, Rolf (Hg.): *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Forschungsobjekte und Methoden* (= Vaasan Yliopiston Julkaisuja/Proceedings of the University of Vaasa. Reports, Selvityksiä ja raportteja. 93). Vaasa: o.V. 144–164.

6 Kontaktinformation

*Ute A. Wöhrmann, M.A.
Universität Hamburg
arbuk – Arbeitsbereich Unternehmenskommunikation
Von-Melle-Park 6
20146 Hamburg
Germany
ute.woehrmann@googlemail.com
www.arbuk.de*