

DISSERTATIONES PHILOLOGIAE GERMANICAE
UNIVERSITATIS TARTUENSIS

5

DISSERTATIONES PHILOLOGIAE GERMANICAE
UNIVERSITATIS TARTUENSIS

5

NIINA LEPA

„Arbeitszeitmodelle“:
Linguistische Analyse eines
Makrotexes der Zeitschrift
„management & seminar“



Zugelassen zur Promotion am 06.04.2009 vom Rat des Instituts für germanische, romanische und slawische Philologie der Universität Tartu

Wissenschaftlicher Betreuer: Prof. Dr. Theo Bungarten, arbuk –
Arbeitsbereich Unternehmenskommunikation,
Institut für Germanistik I, Universität Hamburg

Wissenschaftliche Betreuerin: PhD Anne Arold, Institut für germanische,
romanische und slawische Philologie,
Universität Tartu

Gutachterinnen: Prof. Dr. Annikki Koskensalo, Institut für die
Lehrerausbildung der Universität Turku
Dr. Phil. Viktoria Umborg, Sprachenzentrum,
Technische Universität Tallinn

Öffentliche Verteidigung: 18.06.2009, Tartu, Ülikooli 17, Raum 103

ISSN 1406–6270
ISBN 978–9949–19–139–0 (trükis)
ISBN 978–9949–19–140–6 (PDF)

Autoriõigus Niina Lepa, 2009

Tartu Ülikooli Kirjastus
www.tyk.ee
Tellimus nr. 181

*Meiner Mutter Konowalowa Awgusta Semjonowna
und dem Gedenken
an meinen Vater Konowalow Pjotr Alexandrowitsch
gewidmet*

VORWORT

Im Jahr 1999 entschloss ich mich zum Schreiben einer Masterarbeit im Bereich der Fachsprachenlinguistik und begann mit der Recherche nach dem Analysematerial. Zu dieser Zeit unterrichtete ich am Sprachenzentrum der Universität Tartu neben anderen Fachsprachen Wirtschaftsdeutsch und setzte mich intensiv mit wirtschaftlichen Themen auseinander; daher kam der Entschluss, die Fachsprachen aus dem Bereich Wirtschaft linguistisch zu untersuchen. Aktuelle deutschsprachige Fachliteratur aus dem Bereich Wirtschaft war damals in Estland rar. Dank Nils Hollberg, einem guten Freund der Familie, standen mir verschiedene Titel der deutschen Wirtschaftspresse zur Verfügung – einzelne Hefte und ganze Jahrgänge. Einige dieser Zeitschriften setzte ich neben den Lehrwerken zu Wirtschaftsdeutsch im Unterricht ein, weil Texte aus der Fachpresse interessante und aktuelle Fachinformationen enthalten und aus diesem Grunde als ausgezeichnete Grundlage für Diskussionen zu fachlichen Themen genutzt werden können. Im Fachsprachenunterricht im universitären Bereich erfolgt die Arbeit an einem fachlichen Thema oft anhand von mehreren Texten, die einander ergänzen. Das hilft, den Fachwortschatz und die relevanten Strukturen zu festigen und die Textsortenkompetenz zu entwickeln. Die Lehrkraft sucht nach authentischen Texten, die zueinander passen, oder findet einen fertigen Textverband zum behandelten Thema. Die Suche nach solchen Makrotexten weckte das linguistische Interesse für Textbeziehungen innerhalb eines größeren Textverbandes. Die Masterarbeit wurde 2003 an der Universität Tartu verteidigt, das wissenschaftliche Interesse am Thema war jedoch nicht erloschen. Die Forschungen wurden fortgesetzt und führten zur vorliegenden Dissertation.

Die Untersuchung richtet sich an diejenigen, die sich für Textlinguistik, insbesondere für die Beziehungen zwischen den Teiltexträumen von Textkomplexen, interessieren. Außerdem kann sie für diejenigen interessant sein, die sich mit der Wirtschaftskommunikation, mit der Fachsprachenlinguistik und mit der Vermittlung von Expertenwissen beschäftigen. Der Einblick in die deutsche Weiterbildungspressen des Handlungsbereichs Wirtschaft, den diese Arbeit u. a. zu geben versucht, kann für entsprechend Interessierte ebenfalls nützlich sein. Die Zielgruppe im weiteren Sinne besteht aus all jenen, die sich theoretisch oder praktisch mit Texten, Fachtexten und journalistischen Texten auseinandersetzen.

DANKSAGUNGEN

Herrn Professor Dr. Theo Bungarten, der all die Jahre meine Arbeit am Thema wissenschaftlich betreut hat, gilt mein ganz besonderer Dank. Ich danke Herrn Bungarten für die ausführlichen fachlichen Beratungsgespräche, für die kritische Auswertung meiner Konferenzbeiträge, für die Möglichkeit von Recherchen in den Datenbanken des „arbu.Arbeitsbereich Unternehmenskommunikation“, für die Einladungen nach Hamburg zu Kolloquien, für die Unterstützung durch Fachliteratur und dafür, dass er immer Zeit fand, meine Fragen zu beantworten.

Frau Dr. Anne Arold, die die Doktorarbeit mitbetreut und mich in Tartu fachlich unterstützt hat, gilt ebenfalls mein herzlichster Dank. Ich danke Frau Arold für für zahlreiche Anregungen und Beratung. Ihr kritischer Blick war eine große Hilfe bei der Optimierung meiner Publikationen.

Der Gutachterin Frau Prof. Dr. Annikki Koskensalo gilt mein besonderer Dank für ihre Unterstützung in der Endphase meiner Arbeit an der Dissertation und für wertvolle Verbesserungsvorschläge.

Der Gutachterin Frau Dr. phil. Viktoria Umborg danke ich herzlich für hilfreiche Hinweise zu den Schwerpunkten dieser Arbeit.

Frau Christina Grübel und Frau Minka Hoheisel gilt mein großer Dank für die sprachliche Beratung.

Bei Herrn Dr. Nils Hollberg bedanke ich mich herzlich für die Zeitschriften, aus denen ich das Material für die empirische Analyse wählen konnte.

Herrn Prof. Dr. Karl Heinz Borck und seiner Frau Anneliese Borck danke ich herzlichst für die Gastfreundschaft, die mir während der Forschungsaufenthalte in Hamburg erwiesen wurde, und für ihr Interesse für den Fortgang meiner Arbeit am Thema.

Meine Forschungsarbeit wurde durch die finanzielle Unterstützung der Universität Tartu, insbesondere durch die Doktorschule für Sprachwissenschaft und -technologie der Universität beträchtlich erleichtert. Ich habe der Universität für ein Doktorandenstipendium und für ein Stipendium eines Weiterbildungsprojektes von RAK zu danken. Der Doktorschule danke ich für die Finanzierung meiner Konferenzaufenthalte, für die Beschaffung von Fachliteratur und für die Mitfinanzierung eines längeren Forschungsaufenthaltes an der Universität Hamburg.

Meiner Vorgesetzten, der Leiterin des Sprachenzentrums der Universität Tartu Frau Dr. Ilona Tragel, gebührt mein herzlicher Dank für die Möglichkeit einer

flexiblen Gestaltung meiner Arbeitszeit und für die Entlastung zugunsten der Forschung.

Ein weiterer Dank geht an meine lieben Kolleginnen vom Sprachenzentrum, die mich während des Doktorstudiums moralisch unterstützt haben.

Der Koordinatorin des Instituts für germanische, romanische und slawische Philologie Frau Milvi Kaber danke ich für die freundliche Unterstützung bei der Abwicklung aller Formalitäten.

Meinen Kindern Kristiina und Sven danke ich vom ganzen Herzen für ihre Geduld, Unterstützung und manchen praktischen Rat.

Tartu, im Mai 2009
Die Verfasserin

INHALTSVERZEICHNIS

A Theoretischer Teil

1. Einleitung	17
1.1. Wirtschaftskommunikation	17
1.2. Die Bedeutung flexibler Arbeitszeitmodelle für die Wirtschaft	18
1.3. Wissensvermittlung an Manager als Entscheidungsträger	19
1.4. Gegenstand der linguistischen Textanalyse.....	21
1.5. Umfang der Untersuchung	21
1.6. Zielsetzung	22
1.7. Problemstellung und theoretische Lösungsansätze	23
1.8. Status der Untersuchungsergebnisse	26
2. Forschungsstand zu textlinguistischen, fachsprachenlinguistischen und medialen Aspekten der Untersuchung	27
2.1. Forschungsstand zur linguistischen Analyse von Einzeltexten und von Textverbindungen	27
2.2. Fach- und Wirtschaftskommunikation als Gegenstand der linguistischen Analyse	28
2.2.1. Untersuchungen zur vertikalen Schichtung und horizontalen Gliederung der Fachsprachen	28
2.2.2. Untersuchungen zu Fachtextsorten	30
2.3. Forschungsstand zum Vermittlungsprozess von Expertenwissen	30
2.4. Fachjournalismus als Gegenstand der Analyse	31
2.4.1. Medienwissenschaftliche Untersuchungen zum Fachjournalismus	31
2.4.2. Linguistische Untersuchungen zu fachjournalistischen Texten	32
2.5. Forschungsstand zur Analyse von Text-Bild-Beziehungen	32
2.5.1. Diskussion über die Textualität von Text-Bild-Beziehungen ..	32
2.5.2. Text-Bild-Beziehungen im Fachtext und im (Fach)-journalismus	34
3. Methoden der Untersuchung	35
3.1. Methoden der Datengewinnung und Materialauswahl	35
3.2. Dokumentation des empirischen Materials	37
3.3. Analysemethoden	39
3.3.1. Analyseebenen	40
3.3.2. Integration von textlinguistischen und fachsprachenlinguistischen Methoden	41
3.3.3. Analyse der intertextuellen Beziehungen im Makrotext	44
3.3.4. Integrative Analyse von Text-Bild-Beziehungen im Makrotext	45

4. Theoretische Grundlagen	51
4.1. Texttheorie	51
4.1.1. Zu sprachphilosophischen Grundlagen moderner Texttheorien	51
4.1.1.1. Sprechakttheorie	51
4.1.1.2. Argumentationstheorie	53
4.1.2. Die Texttheorie von Klaus Brinker	55
4.1.2.1. Zum Textbegriff	55
4.1.2.2. Pragmatische Aspekte der Textualität: Kommunikationssituation und Funktion	59
4.1.2.3. Inhaltlich-thematische Aspekte der Textualität: Kohärenz und Thema	63
4.1.2.4. Grammatische Aspekte der Textualität	68
4.1.2.5. Textsorten	72
4.1.2.6. Zur Einbeziehung von Interviews in die textlinguistische Analyse	73
4.2. Fachsprachentheorie	75
4.2.1. Fachkommunikation und Fachsprache	75
4.2.2. Fachtext als Gegenstand der Fachsprachenlinguistik	77
4.2.3. Vertikale Schichtung und horizontale Gliederung der Fachsprachen	79
4.2.4. Theorie der Popularisierung von Expertenwissen	86
4.2.5. Konsequenzen des fachlichen Kontextes für die Textgestaltung	96
4.2.5.1. Allgemeine Anforderungen an einen Fachtext	96
4.2.5.2. Formale Textstruktur	97
4.2.5.3. Nonverbale Mittel	97
4.2.5.4. Inhaltliche, thematische Aspekte	98
4.2.5.5. Allgemeine stilistische Merkmale eines Fachtextes ...	98
4.2.5.6. Syntax und Morphologie im Fachtext	98
4.2.5.7. Besonderheiten des prädikativen Bereichs	100
4.2.5.8. Besonderheiten des nominalen Bereichs	101
4.2.5.9. Lexik im Fachtext	102
4.3. Theorie der Intertextualität	103
4.3.1. Konzepte der Intertextualität	103
4.3.2. Zum Begriff des Makrotextes in der Textlinguistik	105
4.3.3. Die Makrotextologie von Gerhard Tschauder	106
4.3.4. Zur Textualität des Makrotextes „Arbeitszeitmodelle“	109
4.4. Medientheorie	111
4.4.1. Journalismus	112
4.4.2. Wirtschaftsjournalismus	113
4.4.3. Journalistische Textgattungen	117
4.5. Text-Bild-Beziehungen	118
4.5.1. Zur Diskussion über Text-Bild-Beziehungen	118

4.5.2. Der linguistisch-kommunikative Bildbegriff von Hartmut Stöckl	120
---	-----

B Analyseteil

5. Die Zeitschrift „management & seminar“	126
5.1. Erscheinungsverlauf	126
5.2. Strukturierung des Heftes 2/1996 und Positionierung des Makrotexes „Arbeitszeitmodelle“ im Heft	128
5.3. Die Rubrik „Extra“	130
5.4. Der Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ der Rubrik „Extra“ des Heftes 2/1996	132
6. Pragmatischer Handlungskontext für die Zeitschrift „management & seminar“	134
6.1. Kommunikationsform und Handlungsbereich	134
6.2. Fachlichkeit der Kommunikationssituation	136
6.3. Fach(sprach)lichkeitsgrad des Makrotexes	139
7. Die Funktion des Makrotexes „Arbeitszeitmodelle“	141
7.1. Makrostrukturelle Indikatoren der Funktion	142
7.1.1. Die Makrostruktur der Zeitschrift	142
7.1.1.1. Titelblatt	142
7.1.1.2. Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift	143
7.1.2. Die Makrostruktur der Rubrik „Extra“	143
7.1.3. Eingliederung der Rubrik in den Kontext der Zeitschrift	144
7.1.3.1. Ankündigung des Makrotexes im Inhaltsverzeichnis des Heftes	146
7.1.3.2. Texttitel im Inhaltsverzeichnis der Rubrik	147
7.1.4. Elemente der Makrostruktur auf der Textebene	147
7.1.4.1. Texttitel	148
7.1.4.2. Vorspann	149
7.1.4.3. Aufhänger	150
7.1.4.4. Zwischenüberschriften	151
7.1.5. Analyse der Makrostruktur der Teiltexthe hinsichtlich ihrer Funktion	151
7.1.5.1. Inhaltskonstituierende monologische Teiltexthe	151
7.1.5.1.1. Teiltexthe 1 „Geht die Stechuhr bald in Pension?“	151
7.1.5.1.2. Teiltexthe 5 „Mobil in die Zukunft!“	153
7.1.5.1.3. Teiltexthe 7 „Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft“	155
7.1.5.1.4. Teiltexthe 8 „Unterstützer für Unter- nehmen“	156
7.1.5.1.5. Teiltexthe 11 „Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen“	158

7.1.5.1.6. Teilttext 12 „Jobkiller Überstunden“	159
7.1.5.2. Inhaltskonstituierende dialogische Teilttexte	161
7.1.5.2.1. Teilttext 6 „Innovative Unternehmen gesucht“	162
7.1.5.2.2. Teilttext 9 „Wachsendes Interesse“	162
7.1.5.3. Inhaltsunterstützende Teilttexte	163
7.2. Sprachliche Indikatoren der Textfunktion	164
7.2.1. Funktion des Makrotexes der Rubrik	164
7.2.2. Sprachliche Indikatoren der Appellfunktion	166
7.2.2.1. Vorhandensein eines gesellschaftlichen Konsens	166
7.2.2.2. Direkte Aufforderung zur Handlung	166
7.2.2.3. Information über eine „appellative“ Handlung	168
7.2.2.4. Eindeutige „Ermunterung“ zur Handlung	168
7.2.2.5. Anweisung zur Handlung, Instruktion	170
7.2.2.6. Positive Bewertung der flexiblen Arbeitszeitmodelle	171
7.2.2.7. Negative Bewertung der herkömmlichen Arbeitszeitmodelle	174
7.2.3. Thematische Einstellungen	176
8. Thematische Struktur des Makrotexes	178
8.1. Die wichtigsten Themen des Makrotexes und der Teilttexte	178
8.2. Verteilung der Koreferenzketten der wichtigsten Textgegenstände im Makrotext	225
8.2.1. Kettenstruktur des Hauptthemas „Arbeitszeitmodelle“	226
8.2.2. Ketten der Personen und Institutionen	227
8.2.3. Argumentketten	228
8.3. Themenentfaltung	229
8.3.1. Leistung einzelner Teilttexte für die Themenentfaltung	229
8.3.1.1. Inhaltskonstituierende monologische und dialogische Teilttexte	229
8.3.1.2. Inhaltsunterstützende Teilttexte	230
8.3.2. Themenprogression	231
8.3.3. Relative Selbständigkeit der Teilttexte im Makrotext	231
8.4. Termini in Koreferenzketten	234
9. Die grammatische Struktur des Makrotexes	237
9.1. Verknüpfung über den Textteil und den Absatz hinaus	237
9.1.1. Inhaltskonstituierende monologische Teilttexte	237
9.1.2. Inhaltskonstituierende dialogische Teilttexte	240
9.1.3. Inhaltsunterstützende Teilttexte	241
9.2. Tempuskontinuität und konjunktionale Verknüpfung	243
10. Analyse der Text-Bild-Beziehungen im Makrotext	255
10.1. Verwendungssituation für alle Abbildungen	256
10.2. Abbildungen außerhalb des Makrotexes	257
10.2.1. Collage 1 (S. 1/Titelblatt)	257
10.2.1.1. Eigenschaften des visuellen Textes	257
10.2.1.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen	258

10.2.1.3. Funktion/Verwendungszweck	258
10.2.2. Zeichnung 1 (S. 5/Inhalt).....	259
10.2.2.1. Eigenschaften des visuellen Textes	259
10.2.2.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen	259
10.2.2.3. Funktion/Verwendungszweck	259
10.3. Zeichnungen im Makrotext	260
10.3.1. Zeichnung 2 (S. 30/TT1)	260
10.3.1.1. Eigenschaften des visuellen Textes	260
10.3.1.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen	260
10.3.1.3. Funktion/Verwendungszweck	262
10.3.2. Zeichnung 3 (S. 32/TT1)	262
10.3.2.1. Eigenschaften des visuellen Textes	262
10.3.2.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen	263
10.3.2.3. Funktion/Verwendungszweck	263
10.3.3. Zeichnung 4 (S. 34/TT5)	264
10.3.3.1. Eigenschaften des visuellen Textes	264
10.3.3.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen	264
10.3.3.3. Funktion/Verwendungszweck	265
10.3.4. Zeichnung 5 (S. 42/TT8)	265
10.3.4.1. Eigenschaften des visuellen Textes	265
10.3.4.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen	265
10.3.4.3. Funktion/Verwendungszweck	266
10.4. Fotos im Makrotext	266
10.4.1. Foto 1 (S. 40/TT7)	266
10.4.1.1. Eigenschaften des visuellen Textes	266
10.4.1.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen	266
10.4.1.3. Funktion/Verwendungszweck	267
10.4.2. Foto 2 (S. 43/TT9)	267
10.4.2.1. Eigenschaften des visuellen Textes	267
10.4.2.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen	268
10.4.2.3. Funktion/Verwendungszweck	268
10.4.3. Foto 3 (S. 44/TT11)	268
10.4.3.1. Eigenschaften des visuellen Textes	268
10.4.3.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen	268
10.4.3.3. Funktion/Verwendungszweck	269
10.5. Grafiken im Makrotext	269
10.5.1. Grafik 1 (S. 46/TT12)	269
10.5.1.1. Eigenschaften des visuellen Textes	269
10.5.1.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen	270
10.5.1.3. Funktion/Verwendungszweck	271
10.5.2. Grafik 2 (S. 47/TT12)	271
10.5.2.1. Eigenschaften des visuellen Textes	271
10.5.2.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen	271
10.5.2.3. Funktion/Verwendungszweck	272

10.6. Beitrag der Bilder zur thematischen Struktur und zur Funktion des Makrotexes	272
11. Makrotextuelle Kohärenz	274
12. Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick	278
Resümee	282
Literaturverzeichnis	285
1. Primärliteratur	285
2. Fachliteratur	285
3. Internetquellen	302
ANHANG 1. Fotokopie des Titelblattes und der Seite 3 der Zeitschrift „management & seminar“ sowie des Makrotexes „Arbeitszeitmodelle“	304
ANHANG 2. Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ in zur Analyse aufgliederter Form	320
Lebenslauf	348
Elulookirjeldus	350

A THEORETISCHER TEIL

I. Einleitung

I.1. Wirtschaftskommunikation

Wirtschaft als „ein System zur planvollen materiellen Sicherung und Erhaltung des menschlichen Lebens des einzelnen wie der sozialen Gemeinschaft“ (Bungarten 1999, 113) und als „Gesamtheit von Produzenten, Anbietern, Nachfragern und Verbrauchern von wirtschaftlichen Einrichtungen und Aktivitäten zur zielstrebigem Befriedigung des menschlichen Bedarfs nach Gütern und Leistungen“ (Bungarten 1988, 19) stellt einen zentralen Bereich gesellschaftlichen Handelns dar und beeinflusst alle Bereiche von Gesellschaft und Politik (vgl. Brünner 2000, 1). In der Wirtschaft haben die meisten Menschen ihre Beschäftigung, darüber hinaus sind sie Kunden von Wirtschaftsunternehmen, von Industrie und Handel (vgl. ebd.). Das bedeutet, dass alle Menschen auf irgendeine Weise am wirtschaftlichen Handeln beteiligt sind.

Wirtschaftliches Handeln ist auf Kommunikation angewiesen, es ist ohne Sprache und Kommunikation unmöglich (vgl. Bungarten 1994c, 7 und Bungarten 1999, 113 f.). Sprachliche Kommunikation in der Wirtschaft ist „zugleich Fachkommunikation und berufliche Kommunikation, darüber hinaus besitzt sie charakteristische Merkmale institutionellen Handelns“ (Brünner 2000, 1). Der fachliche Charakter der Wirtschaftskommunikation äußert sich darin, dass das kommunikative Handeln im Unternehmen durch „ein spezielles, systematisches Wissen über bestimmte Wirklichkeitsausschnitte“ geprägt ist (Brünner 2000, 17). Dieses Expertenwissen ist in fachliche Bereiche segmentiert und wird gewöhnlich in der fachlichen Ausbildung vermittelt (vgl. ebd.). Einen wichtigen fachlichen Bereich, der sowohl zu Wirtschaftswissenschaften als auch zu Sozialwissenschaften gehört, stellt die Arbeitswissenschaft dar. Gabler Wirtschaftslexikon definiert die Arbeitswissenschaft als

Wissenschaft von den Erscheinungsformen menschlicher [...] Arbeit, speziell unter dem Gesichtspunkt der Zusammenarbeit von Menschen und des Zusammenwirkens von Menschen, Betriebsmitteln und Arbeitsgegenständen: d. h. (1) den Voraussetzungen und Bedingungen, unter denen die Arbeit sich vollzieht, (2) den Wirkungen und Folgen, die sie auf Menschen, ihr Verhalten und damit auch auf ihre Leistungsfähigkeit hat und (3) den Faktoren, durch die Erscheinungsformen, Bedingungen und Wirkungen menschengerecht beeinflusst werden können [...]. (Gabler Wirtschaftslexikon 1988, 336 f.; Hervorhebung im Original).

Zu den wichtigsten „Voraussetzungen und Bedingungen, unter denen die Arbeit sich vollzieht“ gehört die Arbeitszeitregelung. Die Arbeitszeitmodelle beeinflussen nicht nur das Verhalten und die Leistungsfähigkeit der Menschen bei ihrer beruflichen Tätigkeit, sondern greifen auch tief in das private Leben ein.

I.2. Die Bedeutung flexibler Arbeitszeitmodelle für die Wirtschaft

In der Wirtschaft Deutschlands setzten etwa in der Mitte der siebziger Jahre des 20. Jahrhunderts Verschiebungen ein, die durch die „Veränderungen der internationalen Arbeitsteilung, die Abkehr von der hoch standardisierten Massenproduktion und vor allem die wachsende weltwirtschaftliche Verflechtung“ hervorgerufen wurden (Promberger 2005, 28). Eine zunehmende Globalisierung von Güter-, Arbeits- und Informationsmärkten hatte für viele Unternehmen eine tiefgreifende Veränderung der Wettbewerbsbedingungen zur Folge (vgl. Picot/Reichwald/Wigand 1996, 2; ebd. 443).

Außerdem ist in Deutschland seit den 60er Jahren ein Wertewandel in der Gesellschaft und in der Arbeitswelt zu verzeichnen, der sich „durch eine zunehmende Ablehnung der Unterordnung, Verpflichtung und reiner Arbeitsausfüllung ohne einen eigenen Handlungsrahmen“ ausdrückt (Picot/ Reichwald/ Wigand 1996, 4; ähnlich in Promberger 2005, 32). Werte wie Eigenverantwortung, Selbständigkeit und Individualisierung gewinnen in der Arbeitswelt immer mehr an Bedeutung; zugleich haben die Unternehmen das Potential dieser Werte für Qualität, Flexibilität und Rationalisierung des Arbeitshandelns erkannt (vgl. Picot/Reichwald/Wigand 1996, 4). Die menschliche Arbeit wurde als primäre Unternehmensressource wiederentdeckt: „Zunehmend wird erkannt, daß der Mensch der kritische Erfolgsfaktor für die neuen Organisationsformen ist“ (ebd., 443).

Die neue Situation wirkt sich auf die Arbeitszeitpolitik der Unternehmen aus, denn laut Promberger (vgl. 2005, 10) ist die Arbeitszeit neben der klassischen Lohnfrage eine der zentralen Größen des Verhältnisses von Kapital und Arbeit. Promberger betont: „Die Flexibilität des Faktors Arbeit, sowohl in Preis als auch in zeitlicher und numerischer Disponibilität ist heute wie zu Marx Zeiten die zentrale Anpassungsgröße für Unternehmen“ (ebd., 34).

Seit Beginn der Industrialisierung gehören zu konstitutiven Bestandteilen der Arbeitszeitpolitik neben anderen Dimensionen einerseits die Flexibilisierung als Anpassung von Arbeitszeiten an betriebliche Erfordernisse und andererseits die Autonomisierung als Bedarf der Beschäftigten an selbst bestimmte Gestaltungsmöglichkeiten von Zeit (vgl. ebd., 9 f.). Bis 1984 galt als Flexibilisierungskompromiss ein System aus zuschlagpflichtigen Überstunden und Kurzarbeit (vgl. ebd., 30). Die oben geschilderten globalen wirtschaftlichen Entwicklungen führten dazu, dass die Unternehmen nach neuen, effizienteren Flexibilisierungskonzepten suchen mussten, die es ermöglichen würden, „Arbeitszeiten ungleichmäßig über Zeiträume und Belegschaftsteile zu verteilen“ (ebd., 29). In den achtziger Jahren traten die Unternehmer erstmals in der Geschichte der Tarifverhandlungen mit einer eigenen Forderung, u. z. der Forderung nach Flexibilisierung der Arbeitszeiten, in die Tarifaueinandersetzungen ein (vgl. ebd., 28). 1984 gelang es der IG Metall und dem Verband der Metallarbeitgeber im Rahmen des „Göppinger Abkommens“ einen Kompromiss zwischen den Forderungen der Arbeitnehmer nach der Verkürzung der Wochenarbeitszeit und den

Forderungen der Arbeitgeber nach der Arbeitszeitflexibilisierung zu erreichen (vgl. ebd., 29; ebd., Anm. 35). Eines der wichtigsten Motive zur Einführung verkürzter Arbeitszeiten ist seit Mitte der siebziger Jahre die Beschäftigungspolitik (vgl. ebd., 33). Die Rezession von 1992/93, begleitet von einer hohen Arbeitslosigkeit, schuf Voraussetzungen für eine forcierte Einführung von neuen Mitteln zur Flexibilisierung von Arbeitszeiten (vgl. ebd., 29).

Flexible Arbeitszeiten bedeuten nach einer weit gefassten Definition „sämtliche von der Normalarbeitszeit abweichenden Arbeitszeiten“ (Seifert 2005, 42); dabei ist die Normalarbeitszeit als „einschichtige Arbeit, die während des Tagesbereiches in der Zeit von Montag bis Freitag geleistet wird“ (ebd.), zu verstehen. Bei flexiblen Arbeitszeiten im engeren Sinne können Dauer und Lage im Zeitablauf (regelmäßig oder unregelmäßig) variieren: „Entscheidendes Kriterium für die zweite Definition ist die Möglichkeit, die vereinbarte Arbeitszeit variabel auf der Zeitachse verteilen zu können“ (ebd.). Die flexiblen Arbeitszeitmodelle des neuen Typs wie Arbeitszeitkonten entsprechen der Definition der Arbeitszeit im engeren Sinne:

Die tatsächliche Arbeitszeit kann mal länger und mal kürzer sein. Abweichungen vom vereinbarten Durchschnittswert müssen sich in aller Regel innerhalb eines bestimmten Zeitraumes ausgleichen, der eine weite Spanne zwischen nur wenigen Monaten und der gesamten Lebensarbeitszeit umfassen kann. (Seifert 2005, 47).

Nach Seifert (vgl. 2005, 45 ff.) böten auf Arbeitszeitkonten basierte Arbeitszeitmodelle den Betrieben neue Möglichkeiten, Kosten zu senken und Produktivität zu steigern; ihre Auswirkung auf die Zeitsouveränität der Arbeitnehmer sei jedoch nicht so eindeutig positiv einzuschätzen. Die Zeitsouveränität definiert Seifert (ebd., 58) als die Möglichkeit, „die Arbeitszeit möglichst uneingeschränkt von Vorgaben anderer Personen oder Institutionen gestalten zu können“. Diese Freiheit wird durch die Bedingungen abhängiger Beschäftigung eingeschränkt (vgl. ebd.). Im Ergebnis kommt Seifert (vgl. ebd., 64) jedoch zur Feststellung, dass bei variablen Arbeitszeitmodellen es eher möglich scheint als bei Nacht- und Wochenendarbeit, ökonomische und soziale Anforderungen auszugleichen.

I.3. Wissensvermittlung an Manager als Entscheidungsträger

Aus der außerordentlichen Bedeutung der Wirtschaft für die gesamte Gesellschaft ergibt sich, dass am Wissen über wirtschaftliche Prozesse und an Information über aktuelle Entwicklungen verschiedene gesellschaftliche Gruppen interessiert sind: Wirtschaftswissenschaftler, Wissenschaftler anderer Disziplinen, Anwender aus der Wirtschaftspraxis und Laien. Die wirtschaftlichen Kenntnisse der drei letztgenannten Gruppen sind i. d. R. niedriger als die der Wirtschaftsexperten. Wenn Wirtschaftsexperten mit diesen Kommunikations-

partnern kommunizieren, handelt es sich um eine asymmetrische Kommunikationssituation¹, in der das Fachwissen vermittelt – d. h. transformiert, umgesetzt, übersetzt – werden muss (vgl. Niederhauser 1999, 117). Das erfolgt mit Hilfe von Methoden, Techniken und Strategien der Popularisierung (vgl. ebd.). Niederhauser (1999) und andere Autoren binden die populärwissenschaftliche Wissenschaftsvermittlung an fachexterne Kommunikation zwischen dem Experten und dem Laien; in der vorliegenden Arbeit wird demgegenüber die Auffassung vertreten, dass Popularisierung als sprachliche Darstellungsform auch in der nach pragmatischen Kriterien fachinternen Kommunikationssituation erfolgen kann.

Eine Vermittlung von Fachwissen erfolgt in der Ausbildungssituation zwischen dem Experten und dem angehenden Fachmann, in der Weiterbildungssituation zwischen dem Experten und dem Fachpraktiker bzw. Anwender sowie an die breite Öffentlichkeit in der Kommunikation zwischen dem Experten und dem interessierten Laien. Eine wichtige Rolle kommt bei der Vermittlung von Expertenwissen der Fachpresse zu. Die Themen der Sozialpolitik, und zwar die Tarif-, Renten- und Arbeitsmarktpolitik, gehen fast jeden an, deshalb ist auf diesem Gebiet bei Fachjournalisten die Fähigkeit zur richtigen Vereinfachung besonders gefordert (vgl. Schild 1991, 206 ff.). Ein Schlüsselthema der Sozialpolitik ist der Verlauf von Tarifverhandlungen und deren Ergebnisse:

Die Höhe von *Löhnen und Gehältern* stellt für die Unternehmen einen besonders wichtigen Kostenfaktor dar. Aber bei welcher Produktivität? Das heißt unter anderem: Bei welcher Verfügbarkeit der Arbeitskräfte? Und bei welcher Flexibilisierung der Arbeitszeit? Schließlich: Bei welchen Arbeitsbedingungen? (Schild 1991, 206).

Im Wirtschaftsgeschehen, insbesondere in der Zeit der Globalisierung, ist die Weiterbildung von Führungskräften von besonderer Relevanz. Meyers Lexikon online definiert den Begriff „Weiterbildung“ wie folgt:

Weiterbildung, im weiteren Sinn alle Aktivitäten, die der Vervollkommnung und Erweiterung von Bildung und Wissen dienen; im engeren Sinn die Wiederaufnahme organisierten Lernens nach einer ersten Bildungsphase, die durch den Eintritt in die volle Erwerbstätigkeit oder mit der Befähigung zu einer solchen Tätigkeit abgeschlossen wurde (Meyers Lexikon online).

Die Flexibilisierung von Arbeitszeiten ist von entscheidender Bedeutung für den Unternehmenserfolg, deshalb ist die Vermittlung von Expertenwissen über dieses Thema an die Manager als Entscheidungsträger, die den Produktionsprozess organisieren und leiten, sehr wichtig. Dieses Wissen wird in der Weiterbildungssituation im weiteren Sinn (siehe obige Definition) u. a. durch wirtschaftsjournalistische Publikationen vermittelt.

¹ Vgl. dazu Kapitel 4.2.1.

I.4. Gegenstand der linguistischen Textanalyse

Die vorliegende Arbeit ist der linguistischen Untersuchung von schriftlicher Fachkommunikation im Handlungsbereich Wirtschaft gewidmet. Unter „Handlungsbereich“ wird mit Brinker (vgl. 2005, 149) ein gesellschaftlicher Bereich mit für ihn spezifischen Handlungs- und Bewertungsnormen verstanden; als Handlungsbereiche kann man z. B. Alltagswelt, Wissenschaft, Wirtschaft, Presse etc. auffassen.

Nach den medialen und situativen Kriterien handelt es sich um die Analyse der Kommunikationsform² „Zeitschrift“. Der Gegenstand der linguistischen Textanalyse sind fachjournalistische Vermittlungstexte für den Fachpraktiker und Anwender aus dem Bereich Wirtschaft. „Fachpraktiker und Anwender“ bedeutet im Kontext der vorliegenden Arbeit den in der Wirtschaft praktisch tätigen Manager, eine Führungskraft, die im Unternehmen Entscheidungen trifft. Auch die Bezeichnung „Fachpraktiker“ wird in dieser Bedeutung benutzt. Der Anwender und Fachpraktiker ist also derjenige Fachmann, der die theoretischen Erkenntnisse der Experten in der Praxis umsetzt.

Für die linguistische Analyse wurde ein Makrotext aus der Fachzeitschrift „management & seminar. Die Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung“, Jahrgang 1996, Heft 2 gewählt. Diese Fachzeitschrift behandelt Themen wie Personalpolitik, Qualifizierung, Aus- und Weiterbildung, Sozialpolitik u. a. Die Personalpolitik gilt als interdisziplinäres Randthema des Wirtschaftsjournalismus; sie wird in „den Karrierebeilagen der überregionalen Tageszeitungen, den Management- und Karriereseiten der Wirtschaftsmagazine sowie Spezialjournalen der Personalwirtschaft“ (Hank 1991, 205) behandelt. Es wird über Personen und Karrieren im Management berichtet, „wie und unter welchen Bedingungen Menschen miteinander arbeiten“ (ebd., 205). Jedes Heft der Zeitschrift „management & seminar“ der Jahrgänge 1991–1999 enthält die thematische Rubrik „Extra“, die ein Schwerpunktthema vertieft behandelt. Die Gesamtheit der Texte einer Rubrik zu einem Schlüsselthema wird in dieser Arbeit als „Makrotext“ bezeichnet. „Makrotext“ bedeutet einen Textverband, der aus mehreren einander inhaltlich und funktional ergänzenden Teiltexten besteht, die verschiedenen Textsorten angehören können. Der Makrotext bildet eine kohärente Ganzheit, die durch eine einheitliche Funktion und eine durchgehende thematische Struktur konstituiert wird.³

I.5. Umfang der Untersuchung

Das Untersuchungskorpus besteht aus dem Makrotext der Rubrik „Extra“ des Heftes 2/1996, der das Schwerpunktthema „Arbeitszeitmodelle“ behandelt und

² Zur näheren Bestimmung des Begriffs „Kommunikationsform“ siehe Kapitel 4.1.2.2.

³ Zur näheren Bestimmung des Begriffes „Makrotext“ siehe Kapitel 4.3.4.

12 Teiltex te umfasst, die verschiedenen Textsorten angehören: Bericht, Kommentar, Chronologie, Lexikon, Interview, Literaturverzeichnis, Adressverzeichnis. Außerdem gehören zum Untersuchungskorpus das Titelblatt und das Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift, die sich auf den Makrotext der Rubrik beziehen. Analysiert werden außerdem 9 Abbildungen des Makrotextes und jeweils eine Abbildung auf dem Titelblatt und im Inhaltsverzeichnis. Insgesamt werden 16 Seiten der Zeitschrift „management & seminar“ textlinguistisch analysiert.

I.6. Zielsetzung

Die Hauptaufgabe der Textanalyse, u. a. der Analyse von Fachtexten, besteht nach Petöfi (1981, 166 f.) darin, „die Bedeutung und die Funktionsweise von Texten zu verstehen und zu beschreiben“. Die vorliegende Arbeit strebt an, die Bedeutung und die Funktionsweise von Makrotexten zu verstehen und zu beschreiben. Das Ziel der Arbeit ist eine sprachpragmatische Analyse der Funktion und Struktur eines Makrotextes für den Fachpraktiker und Anwender zu einem Thema aus dem Handlungsbereich Wirtschaft. Es gilt zu untersuchen, wie ein und dasselbe Thema unter denselben pragmatischen Bedingungen (Kommunikationssituation, Kommunikationspartner etc.) in verschiedenen Teiltex ten behandelt wird, welche Aufgaben die Teiltex te im Makrotext haben, welche Rolle die jeweilige Textsorte dabei spielt, wie sich die Fachsprachlichkeit in einzelnen Teiltex ten äußert. Der zu untersuchende Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ hat eine bestimmte Funktion in der Kommunikation zwischen dem Experten und dem Fachpraktiker, die durch linguistische Analyse bestimmt werden soll. Jeder Teiltex t trägt auf seine Weise zur Gesamtfunktion des Makrotextes bei und beteiligt sich an der Themenentfaltung. Wie die makrotextuelle Kohärenz entsteht, gilt ebenfalls in der vorliegenden Arbeit zu untersuchen.

Die Arbeit setzt sich außerdem zum Ziel, einen Fachtext im Grenzbereich und in der Übergangszone zu untersuchen; dabei sollen die neuen Ansätze in der Textlinguistik und der Fachsprachenlinguistik in einer empirischen Analyse erprobt werden. Es handelt sich um einen Makrotext, d. h. um einen Text, der die Textgrenzen überschreitet – hier muss die intertextuelle Dimension zum Einsatz kommen; der Makrotext enthält mehrere Abbildungen, die verschiedenen Bildsorten angehören – hier müssen die Analysemethoden der multimodalen/multimedialen Texte herangezogen werden. Aus der Sicht der Fachsprachenlinguistik liegt der Text in der Übergangszone zwischen dem wissenschaftlichen und dem populärwissenschaftlichen Text. Texttheoretisch gesehen gehört er als journalistischer Text den populärwissenschaftlichen Vermittlungstex ten an; nach fachsprachentheoretischen Kriterien handelt es sich um einen Text der fachinternen bzw. interfachlichen Kommunikation zwischen dem Experten einerseits und dem Fachpraktiker und Anwender andererseits.

I.7. Problemstellung und theoretische Lösungsansätze

Der Bereich der Wirtschaftskommunikation ist sowohl linguistisch als auch durch die Fachsprachenforschung nicht ausreichend erforscht worden (vgl. Bungarten 1994b, 31;

Brünner 2000, 1). Wegen der außerordentlichen Bedeutung der Wirtschaft für die Gesellschaft insgesamt ist es jedoch notwendig, „die Kommunikationsprozesse in der Wirtschaft zu untersuchen, die wirtschaftlichen Fachsprachen zu analysieren“ (Bungarten 1988, 21).

Auch der Bereich der asymmetrischen Fachkommunikation, in der die Kommunikationspartner über einen unterschiedlichen Stand der Fachkenntnisse verfügen, ist meines Wissens wenig untersucht worden. Vermittlungstexte für den Fachpraktiker und Anwender finden nicht genug Beachtung in den Untersuchungen zur Fachsprachenlinguistik, was durch einen Vergleich der existierenden Schichtenmodelle der Fachsprachlichkeit im Kap. 4.2. gezeigt wird. Der Fachsprachlichkeitsgrad der Texte dieser Abstraktionsstufe ist in den Schichtenmodellen – auch in denjenigen, die speziell die Wirtschaftskommunikation betreffen – nicht ausreichend differenziert dargestellt. Die Fachtexte dieser Schicht der Fachlichkeit kommen im Fachjournalismus jedoch häufig vor und dürfen m. E. deshalb in fachsprachenlinguistischen Untersuchungen nicht vernachlässigt werden. Nach meiner Kenntnis gibt es mehr Untersuchungen zu wissenschaftlichen Texten der fachinternen Kommunikation und zu populärwissenschaftlichen Texten der fachexternen Kommunikation. Die Kommunikation zwischen dem Wissenschaftler und dem Fachpraktiker und Anwender in einer Weiterbildungssituation ist in der Fachsprachenforschung kaum untersucht worden. Meistens wird die Kommunikation zwischen Wissenschaftlern oder zwischen Wissenschaftlern und Laien analysiert. Eine popularisierende Vermittlung von Expertenwissen verbindet man gewöhnlich mit der letztgenannten Kommunikationssituation, obwohl m. E. Popularisierung bereits in der fachinternen Kommunikation zwischen dem Wissenschaftler und dem Fachpraktiker bzw. Anwender stattfindet, insbesondere in fachjournalistischen Texten. Solche Fachtexte verdienen wegen ihrer gesellschaftlichen Relevanz eine detaillierte Analyse.

Ein weiterer Grund für die Wahl des Themas der vorliegenden Untersuchung ist die im Alltag häufig beobachtete Tatsache, dass man als Leser immer öfter nicht mit einzelnen Texten, sondern mit wie auch immer gearteten Textkomplexen konfrontiert wird. In erster Linie kennt man das aus dem Internet, wo Texte zu Hypertexten verlinkt werden. Aber auch in den Printmedien kommt es häufig vor, dass mehrere zu verschiedenen Textsorten gehörende Texte zu einer neuen Ganzheit verbunden werden. Einige Textsorten konstituieren sich sogar durch makrotextuelle Beziehungen zwischen Teiltexten. Solche

aus verschiedenen Textsorten bestehenden „Makrotextsorten“⁴, wie z. B. Sonderthema, Special/Spezial, Dossier usw., spielen sowohl in den Printmedien, als auch im Online-Journalismus eine wichtige Rolle. Der Begriff „Makrotextsorte“ hat zwar keine wissenschaftliche Definition, es können jedoch Beispiele von solchen Makrotextsorten genannt werden. Aus dem Bereich der Wirtschaftskommunikation wären u. a. die Makrotextsorten „Börsenbericht“ und „Geschäftsbericht“ zu nennen. Nach Hundt steht der Text des Börsenberichtes „in einem Beziehungs- und Verweisgefüge zu anderen Texten (*Kommentar, Kurstabellen, Berichte*)“ (Hundt 2000, 655; Hervorhebung von Hundt). Die Textsorte Geschäftsbericht setzt sich „aus zahlreichen anderen Textsorten“ zusammen und ist „sehr stabil in Bezug auf Anzahl und Abfolge der einzelnen Teiltex-te“ (ebd., 656). Hundt nennt 26 Textsorten, aus denen Geschäftsberichte tendenziell bestehen können (vgl. ebd.).

Die Rubrik einer Zeitschrift ist keine Makrotextsorte, sondern eine Organisationsform von Material im Journalismus. Rubriken einer Zeitschrift können aus einem einzigen Text und aus mehreren Texten bestehen. Wenn eine Rubrik mehrere Teiltex-te enthält, die ein kohärentes Ganzes bilden, kann man von einem „Makrotext der Rubrik“ sprechen. Die Einzeltex-te können in solchen Textverbänden – Makrotexten – eine andere Bedeutung und Funktion bekommen. Durch das Zusammenspiel verschiedener Teiltex-te entsteht der Makrotext als eine neue kohärente Ganzheit mit einer eigenen Struktur und Funktion. Deshalb ist es notwendig, makrotextuelle Beziehungen und makrotextuelle Kohärenz linguistisch zu untersuchen. Die Konzentration auf den Einzeltex-t gehört nach Heinemann/ Heinemann zu Defiziten der traditionellen Linguistik:

Damit im Zusammenhang stand die Konzentration auf den Einzeltex-t und seine Dimensionierung. Textkomplexe dagegen, Verknüpfungen von mehreren Einzeltex-ten zu komplexen Ganzheiten, wurden in der tradierten Textlinguistik völlig ausgeblendet, ebenso das Zusammenspiel verschiedener Tex-te im Sinne von teils obligatorischen Abfolgeregeln im Rahmen übergreifender interaktionaler Zusammenhänge. Die daraus abzuleitenden weitreichenden Konsequenzen machten zugleich deutlich, dass eine neu zu konzipierende Textsortenlinguistik althergebrachte Grenzen vor allem im Hinblick auf Klassifizierungsaspekte überschreiten muss. (Heinemann/Heinemann 2002, X).

Mit den Beziehungen zwischen Texten beschäftigt sich die neue linguistische⁵ Disziplin „Intertextualität“. Nach meiner Kenntnis fehlt jedoch eine detaillierte Analyse von Kohärenzbeziehungen zwischen den Teiltex-ten des Makrotextes einer Zeitschriftenrubrik. Weil es jedoch häufig vorkommt, dass ein Thema in der Presse anhand mehrerer mehr oder weniger zusammenhängender Tex-te behandelt wird, verdienen solche „Textgebilde“ eine eingehende linguistische Untersuchung. Auch im Fachsprachenunterricht erfolgt nach meiner Erfahrung

⁴ Den Begriff „Makrotextsorte“ benutzte Theo Bungarten in einer Konferenzdiskussion.

⁵ Ursprünglich eigentlich literaturwissenschaftliche Disziplin; siehe dazu 4.3.

die Behandlung eines fachlichen Themas häufig anhand von Makrotexten. Dabei sucht der Lehrende entweder nach bereits existierenden Makrotexten oder stellt selbst einen Makrotext zusammen, indem er Texte miteinander kombiniert und sie auf diese Weise zu einem Makrotext verbindet.

Ein weiteres Problem liegt in der linguistischen Analyse von Texten, die nonverbale Elemente enthalten. Für die Analyse von Text-Bild-Beziehungen bietet der Ansatz von H. Stöckl (2000; 2004) eine Möglichkeit, Bilder als Texte zu betrachten und bei ihrer Analyse textlinguistische Kriterien und Methoden anzuwenden. Die zentrale Frage für Stöckl ist nicht das Bild an und für sich, sondern der Beitrag des Bildes zum Gesamttext, seine unauflösbare Verbindung zum Sprachgebrauch (vgl. 2004, v). Mit seiner linguistischen Sicht auf die spezifisch visuelle Textualität des Bildes macht Stöckl Bildanalysen anschlussfähig an textlinguistische Analysen (vgl. 2004, 111). In der vorliegenden Arbeit soll ein Versuch unternommen werden, die Methode von Stöckl mit der textlinguistischen Analyse von Brinker zu verbinden, d. h. die Analyse von nonverbalen Elementen in die textlinguistische Analyse zu integrieren. Dabei werden die textlinguistischen Kategorien Funktion, Thema und Struktur im Mittelpunkt der Analyse stehen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die vorliegende Untersuchung in den Bereichen der Fachsprachenlinguistik, der Textlinguistik, der Medienwissenschaften und der Wirtschaftskommunikation liegt; deshalb lassen sich die genannten Problemstellungen nur durch die Integration verschiedener Theorien und Methoden lösen. In der Fachsprachenlinguistik sind die Lösungsansätze in einer weiteren Differenzierung der Schichtenmodelle zur Bestimmung des Fachlichkeitsgrades von Fachtexten und in der Theorie der Vermittlung von Expertenwissen zu finden. Auf der Textebene ermöglicht der handlungstheoretische Ansatz der Textanalyse nach Klaus Brinker (2005) eine detaillierte und vielseitige linguistische Analyse der situativen, funktionalen und strukturellen Aspekte. Auf der Makrotextebene bieten die linguistischen Konzepte der Intertextualität einen Ansatz für die Analyse eines Makrotextes. Dabei wird vor allem an die Überlegungen von Gerhard Tschauer (1989; 1993) angeknüpft und versucht, seine Erkenntnisse zur Makrotextologie mit der Texttheorie und der Analyse von Brinker zu verbinden. Wie bereits erwähnt, werden bei der Analyse von Text-Bild-Beziehungen die Erkenntnisse von Stöckl ebenfalls an Brinkers Überlegungen angeknüpft. Dabei schließe ich mich der Meinung von Hartmut Schröder an, der bereits 1993 über Texte, die verbale und nonverbale Elemente enthalten, sagte, dass der entsprechend abgewandelte Begriff Brinkers „für die Gesamtheit aller kommunikativen Äußerungen stehen [sollte], die in einer kommunikativen Situation untereinander kohärent sind, ein untrennbares Ganzes bilden und im komplexen Zusammenspiel eine kommunikative Funktion signalisieren“ (ebd., 198).

I.8. Status der Untersuchungsergebnisse

Das Materialkorpus der Untersuchung umfasst 88 Makrotex te der Rubrik „Extra“ der Zeitschrift „management & seminar“ (8 Jahrgänge von 1991 bis 1999 mit jeweils 11 Heften). Für eine detaillierte linguistische Analyse wurde aus dem Materialkorpus ein Untersuchungskorpus von **einem** Makrotext gewählt, und zwar dem Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ aus dem Heft 2 des Jahrganges 1996. Die Ergebnisse haben daher den Status einer exemplarischen Untersuchung. Bungarten (1979) definiert die Repräsentativität und Exemplarität des Korpus wie folgt:

Ein Korpus ist repräsentativ, wenn es in spezifischen, zu definierenden statistisch-stochastischen, formalen, semantischen und pragmatischen Konstanten mit bestimmten Varietätentoleranzen des repräsentierten Sprachbereichs übereinstimmt. Ein Korpus ist exemplarisch, wenn seine Repräsentativität nicht nachgewiesen ist, andererseits weniger formale Argumente, wie evidenter Zusammenhang, linguistische Urteile des kompetenten Forschers, fachlicher Konsensus, textuelle und pragmatische Indikatoren, für eine sinnvolle Vertreterfunktion des Korpus plädieren. (Bungarten 1979, 42 f.).

In Anlehnung an diese Definition kann der Makrotext der Rubrik eines einzelnen Heftes als Vertreter des gesamten Materialkorpus⁶ angesehen werden, weil alle Makrotex te der Rubrik im Rahmen eines Publikationsorgans mit derselben Redaktion und zum großen Teil denselben Autoren erschienen sind und Ähnlichkeiten sowohl im Umfang als auch im Aufbau der Makrotex te aufweisen.

⁶ Im Kapitel 5.3 sind alle Themen der Makrotex te der Rubrik „Extra“ aus den Jahrgängen 1991 – 1999 aufgelistet.

2. Forschungsstand zu textlinguistischen, fachsprachenlinguistischen und medialen Aspekten der Untersuchung

2.1. Forschungsstand zur linguistischen Analyse von Einzeltexten und von Textverbindungen

Die folgende Darstellung des Forschungsstandes der Textlinguistik konzentriert sich auf die textlinguistischen Ansätze, die für die vorliegende Untersuchung von besonderer Bedeutung sind. Als theoretische und methodische Grundlage für die Textanalysen dieser Arbeit dienen, wie oben bereits erwähnt, die Texttheorie und die textlinguistische Analysemethode von Klaus Brinker (2005). Brinker verbindet die Erkenntnisse sowohl der strukturell als auch der kommunikativ-funktional ausgerichteten Richtungen der Textlinguistik in einem integrativen Textbegriff und baut darauf seine textlinguistische Analysemethode auf.

Einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung der strukturell ausgerichteten Richtung der Textlinguistik leistete Harweg (1968) mit seinem Begriff von „Text“ als ununterbrochener pronominaler Verkettung von sprachlichen Elementen (vgl. Harweg 1979, 148), die in der Fachliteratur auch als „Referenz“ bezeichnet wird. Der Begriff der Referenz spielt auch in neueren textlinguistischen Ansätzen eine wichtige Rolle, z. B. in der Textlinguistik von Vater (1994). Bei Brinker (2005) entspricht der Referenz der Begriff der Wiederaufnahme. Die Wiederaufnahmebeziehungen sind nach Brinker ein wichtiger Bestandteil der grammatischen und der thematischen Struktur des Textes. Die Ausprägung der Referenzbeziehungen textsortenbezogen untersucht Langer (1995). Tschauer (1989) baut auf dem Textbegriff Harwegs seine „Makrotextologie“, die Theorie von Textverbindungen, auf. Unter den weiteren wichtigen textlinguistischen Arbeiten wäre die kognitiv angelegte „Einführung in die Textlinguistik“ von Beaugrande/ Dressler (1981) zu nennen. Die Kriterien der Textualität, die Beaugrande/ Dressler in dieser Arbeit formulierten, gelten in der Textlinguistik bis heute als Bezugssystem bei der Analyse von konkreten Texten und von Textsorten. Diese Kriterien werden ergänzt, modifiziert (z. B. Sandig 2000a; für Text-Bild-Texte Sandig 2000b und Stöckl 2004), auf ihre Gültigkeit für verschiedene Texte und Textsorten überprüft (z. B. Vater 1994). Van Dijk (1980) entwarf ein Konzept der Makrostruktur der Texte, die als semantische, aus Propositionen bestehende Textstruktur zu verstehen ist. Heinemann/Viehweiger (1991) heben u. a. die Aspekte der Produktion und der Rezeption von Texten hervor. Sandig (2000a) betrachtet den Text als prototypisches Konzept, wonach die Textualitätskriterien in einzelnen Texten und Textsorten unterschiedlich stark ausgeprägt sein oder gar fehlen können. Diese Auffassung wird von Adamzik (2004) und von Stöckl (2004) geteilt. Stöckl (ebd.) wendet das prototypische Konzept des Textes auf die Textualität des Bildes und auf den Begriff der Bildsorte an. Heinemann/

Heinemann (2002) stellen die Aspekte der Interaktion und der Kommunikation in den Vordergrund der Darstellung. Adamzik (2004) betont die Notwendigkeit einer stärkeren Differenzierung zwischen situativen und funktionalen Aspekten bei textlinguistischen Analysen und leistet ihren Beitrag zur Weiterentwicklung dieser Aspekte.

Aus der Notwendigkeit der linguistischen Analyse von Textkomplexen (vgl. Heinemann/Heinemann 2002, X) und von multimedialen Texten ergeben sich Diskussionen über den Gegenstand der Textlinguistik und den neuen Textbegriff. Diese Diskussion findet ihren Niederschlag u. a. in den Beiträgen der Sammelbände von Antos/Tietz (1997), Fix/Adamzik u. a. (2002), Klein/Fix (1997), Fix/Wellmann (2000). Unter den linguistischen Arbeiten zur Intertextualität als Theorie von Textbeziehungen wären u. a. die Beiträge von Holthius (1993), Tschauder (1989; 1993), Fix (1997; 2000), Adamzik (1998), Heinemann (1997) zu nennen. Nach meiner Kenntnis sind linguistische Untersuchungen zu Beziehungen zwischen den Texten eines konkreten Makrotexes (d. h. eines zusammenhängenden Textkomplexes/Textverbandes) relativ selten: Gruben (2006) untersucht Sachbücher und betrachtet sie als Makrotexen; Beziehungen zwischen Vorwort, Rezension und Buchtext als eine Form der Intertextualität analysiert Sternkopf (1996); Textverbindungen innerhalb einer Vortragsreihe und einer akademischen Vorlesung sind für Tschauder (1989) makrotextologische Beziehungen. Der Untersuchung von Hypertexten, d. h. von elektronischen Textkomplexen, sind beispielsweise die Arbeiten von Sager (1997; 2000), Hess-Lüttig (1997), Ballstaedt (2003a) gewidmet. Die existierenden Untersuchungen zu textuellen Großformen setzen sich jedoch nicht zum Ziel, die makrotextuellen Beziehungen, d. h. die Beziehungen zwischen den einzelnen Teiltexen solcher Makrotexen und die makrotextuelle Kohärenz solcher Textkomplexe, zu untersuchen. Nach meiner Kenntnis gibt es kaum linguistischen Untersuchungen zu fachjournalistischen Makrotexen, die in Rubriken organisiert sind.

2.2. Fach- und Wirtschaftskommunikation als Gegenstand der linguistischen Analyse

2.2.1. Untersuchungen zur vertikalen Schichtung und horizontalen Gliederung der Fachsprachen

Schon in der strukturellen und funktionalen Sprachwissenschaft der Prager Schule in den 30-er Jahren wurde erkannt, dass die Fachsprache nicht einheitlich ist. Von den insgesamt vier Funktionen der Nationalsprache – der kommunikativen, fachlich-praktischen, fachlich-theoretischen und ästhetischen Funktion – kamen zwei (die fachlich-praktische und die fachlich-theoretische) auf die Fachsprache, die sich entsprechend in die Arbeits- und Sachsprache sowie die Wissenschaftssprache aufteilte (vgl. Drozd/Seibicke 1973, 76 f.).

Auch Ischreyt (1965, 38 ff.) klassifiziert die Fachsprachen nach pragmatischen Kriterien: Er unterscheidet für technische Fachsprachen die Schichten wissenschaftliche Fachsprache, Werkstättensprache, Verkäufersprache.⁷ Möhn/Pelka (1984, 26) teilen die Fachkommunikation ebenfalls nach außersprachlichen Kriterien in fachinterne, interfachliche und fachexterne Kommunikation. Andere Schichtenmodelle versuchen, das Phänomen der Fachsprache differenzierter darzustellen und neben den pragmatischen auch die sprachlichen Merkmale der Schichten zu erfassen. So nennt Petöfi (1981, 154) in seiner aus sechs Ebenen bestehenden Klassifikation neben den pragmatischen Aspekten (Kommunikationspartner, Handlungsbereich) das sprachliche Kriterium des Themas. Hoffmann (1985, 66) erfasst in seinem Modell der vertikalen Schichtung der Fachsprache neben den pragmatischen Aspekten, die die Kommunikationssituation charakterisieren, auch die Aspekte der sprachlichen Form und der Abstraktionsstufe.

Für fachjournalistische Texte unterscheidet Gläser nach den Kommunikationspartnern und dem Stil den „akademischen wissenschaftlichen Zeitschriftenaufsatz der fachinternen Kommunikation“ und den „populärwissenschaftlichen Zeitschriftenartikel der fachexternen Kommunikation“, der seinerseits in „den populärwissenschaftlichen Nachrichtenartikel, den populärwissenschaftlichen Problemartikel und den allgemeininformierenden Beitrag in der Wochenendbeilage einer Tageszeitung“ differenziert wird (Gläser 1998, 482 f.; vgl. 1990, 66 ff., 183 ff., 192 ff.).

Für die vorliegende Arbeit sind die speziell auf die Wirtschaftskommunikation bezogenen Schichtenmodelle von besonderem Interesse. Auch diese Modelle unterscheiden sich voneinander durch die Differenziertheit der Klassifikationskriterien. Buhlmann (1989, 89 f.) klassifiziert die Fachsprachen der Wirtschaft nach der Kommunikationssituation in fünf Schichten, wobei sie bei zwei Schichten die relevanten Textsorten nennt. Borgulya (vgl. 1988, 420 f.) unterscheidet „wissenschaftliche Wirtschaftssprache“, „halbwissenschaftliche oder populärwissenschaftliche Schicht“ und „praktisch-fachliche Schicht“. Die Schichtung der Fachsprachen nach Ohnacker (1992) besteht ebenfalls aus drei Schichten: der „theoretisch-wissenschaftlichen“, der „praktisch-fachlichen“ und der „populärwissenschaftlichen“ Schicht. Hundt (1998b; 2000) unterscheidet wissenschaftliche, institutionelle und populärwissenschaftliche Wirtschaftsfachkommunikation. Bolten (1991; 1992) geht von Ischreyts (1965, 43) Klassifikation aus und entwirft ein Schichtenmodell aus drei Schichten, die er nach den Kriterien Kommunikationspartner und Textsorten unterscheidet. Fachjournalistische Vermittlungstexte für den Fachpraktiker und Anwender sind in den meisten Schichtenmodellen in der populärwissenschaftlichen Schicht und im Bereich der fachexternen Kommunikation zu finden.

⁷ Im Kapitel 4.2.3. sind die Schichtenmodelle der Fachsprachlichkeit ausführlicher dargestellt.

2.2.2. Untersuchungen zu Fachtextsorten

Zu den fachlichen Textsorten gibt es zahlreiche linguistische Untersuchungen, z. B. zu den Fachtextsorten der Naturwissenschaften und der Technik (Göpferrich 1992), zu den Fachtextsorten im Englischen (Gläser 1990), zum wissenschaftlichen Zeitschriftenaufsatz (Gläser 1998), zur Fachtextsorte Zeitschriftenartikel im Deutschen und Address/Article im Amerikanischen (Stahlheber 1992), zu Problemen der Bestimmung, Abgrenzung und Einteilung von Fachtextsorten (Wolski 1998a), zur Behandlung von Fachtextsorten im Fremdsprachenunterricht (Hoffmann 1992a und 1998b; Rust 1991).

Den Textsorten des Wissenstransfers ist der Beitrag von Möhn (2000) im HSK-Band 16.1 gewidmet. Baumann (1998b) schreibt im HSK-Band 14.1 über „Fachsprachliche Phänomene in den verschiedenen Sorten von populärwissenschaftlichen Vermittlungstexten“. Auch einzelne Textsorten des Wissenstransfers sind untersucht worden, z. B. Comics und Sachbuch (Borneto 1986), Kinder- und Jugendsachbücher (Gruben 2006), das fachbezogene Interview (Gläser 1999).

Hundt untersucht die Typologien der Wirtschaftssprache (1998b) sowie die Textsorten des Bereichs Wirtschaft und Handel (2000). Bei den Untersuchungen zu einzelnen Fachtextsorten aus dem Handlungsbereich Wirtschaft wären die Monografien von Koskensalo über die finnische und deutsche Prospektwerbung (2000) und über den Geschäftsbrief (2002) zu nennen. Deutschsprachige Texte der Dokumentation in der Wirtschaft analysiert Borgulya (1988). Zu Textsorten, die sich aus mehreren abgeschlossenen Texten konstituieren, die in dieser Arbeit „Makrotextsorten“ genannt werden, gibt es jedoch so gut wie keine textlinguistischen Untersuchungen.

2.3. Forschungsstand zum Vermittlungsprozess von Expertenwissen

Den Problemen der wissenschaftlichen Kommunikation und des Wissenstransfers ist der von Bungarten 1986 herausgegebene Sammelband „Wissenschaftssprache und Gesellschaft“ gewidmet. Die Beiträge des Sammelbandes von Wichter und Antos (2001) behandeln die Probleme des Wissenstransfers zwischen Experten und Laien. Die für den „informierten Laien“ verfassten Texte untersucht aus fachsprachenlinguistischer Sicht Wiese (2004).

Die Vermittlung von Expertenwissen in einer asymmetrischen Kommunikationssituation erfolgt durch Popularisierung und Didaktisierung. Im Zusammenhang mit der Vermittlung von Expertenwissen sind wichtige Themen Verständlichkeit von Fachtexten (Biere 1996; Biere 1998; Randow 1992; Becker/Jäger 1990), Anschaulichkeit (Thome 2005), Strategien der Popularisierung (Niederhauser 1998 und 1999; Borneto 1986; Gruben 2006). Die Darstellungsformen der Wissenschaften und die populärwissenschaftlichen Dar-

stellungsformen vergleicht miteinander Niederhauser (1996; 1998; 1999). Bor-neto (1986) untersucht textsortenbezogen die Strategien der Popularisierung.

Die Didaktisierung als Form der Wissensvermittlung ist der Gegenstand u. a. folgender Untersuchungen: Hanna (2003) behandelt die Wissensvermittlung in der ingenieurwissenschaftlichen Hochschulkommunikation, der Wissenstransfer in der mündlichen Fachkommunikation am Beispiel von intrafachlichen Vermittlungsgesprächen in der beruflichen Ausbildung von Automechanikern ist das Thema der Untersuchung von Baßler (1996). Im „Handbuch des Fach-sprachenunterrichts“ analysieren Buhlmann/Fearns (1987) u. a. die fach-sprachlichen Besonderheiten von naturwissenschaftlich-technischen Fach-sprachen und von Fachsprachen aus dem Bereich Wirtschaft.

2.4. Fachjournalismus als Gegenstand der Analyse

2.4.1. Medienwissenschaftliche Untersuchungen zum (Fach)journalismus

Handbücher und Lehrbücher zur Theorie und Praxis des Journalismus (z. B. Roloff 1982; Schneider/Raue 1996; Heijnk 1997; Häusermann 2001; Mast 2004; Meier 2007) sind auch für Linguisten interessant, die journalistische und fachjournalistische Texte analysieren: Sie definieren den Handlungsbereich, die Zielgruppen und die Zielsetzungen des (Fach)journalismus, informieren über die Tendenzen in der Entwicklung der Massenmedien und geben damit den Linguisten wertvolle pragmatische Grundlagen für sprachliche Untersuchungen. Außerdem bestimmen sie die (fach)journalistischen Textgattungen und analysieren die sprachliche Gestaltung und das Layout von (fach)journalistischen Texten.

Unter den medienwissenschaftlichen Untersuchungen speziell zum Wirtschaftsjournalismus wären als Beispiel die Monografien von Mast (2003) und von Heinrich/Moss (2006), der Sammelband von Kalt (1990) sowie das Handbuch des Wirtschaftsjournalismus von Ruß-Mohl/Stuckmann (1991) zu nennen. Fach- und Wirtschaftsjournalismus sind u. a. Themen des Handbuches des Journalismus von Mast (2004). Die HSK-Bände 15.1 und 15.2 zu Medienwissenschaften widmen Zeitungen und Zeitschriften Artikel u. a. über die Theorien der Zeitung und Zeitschrift (Bohrmann 1999), über zeitschriftenspezifische Präsentationsformen und Texttypen (Straßner 2001) und über die Rezeption von Zeitungen und Zeitschriften (Kübler 2001). In den oben erwähnten Handbüchern gibt es Artikel zur Fachpresse und zur Branchenzeitschrift (Reschenberg 1991) sowie zum Wirtschaftsmagazin (Afheldt 1990; Baentsch 1991; Tichy 2004). Böhme (1992) untersucht in seiner Dissertation die Fachzeitschrift als Informationsquelle von Unternehmen. Zum Verständnis des Wirtschaftsteils der Zeitungen schreiben Röper (1977) und Fröhlich/Gertoberens (1990).

2.4.2. Linguistische Untersuchungen zu fachjournalistischen Texten

Linguistische Untersuchungen gibt es zur Fachlichkeit von wissenschaftsjournalistischen Texten (Thiel/Thome 1996a; Thiel/Thome 1996b; Gläser 1990; Gläser 1998), zur wissenschaftlichen Informationsvermittlung durch die Massenmedien (Wilke 1986), zu Textsorten der Massenmedien (Burger 2000). Die Entwicklung der Fachzeitschrift untersucht Engberg (2004) am Beispiel von „Anwalt“ und „NJW-Computerreport“ (Beilage zur Zeitschrift „Neue Juristische Wochenzeitschrift“). Linguistische Untersuchungen zur populärwissenschaftlichen Vermittlung gibt es vor allem zu einigen Zeitschriften aus dem Bereich Naturwissenschaften, als Beispiel seien die Arbeiten von Geretschlaeger (1986) und von Niederhauser (1999) genannt.

Von der Wirtschaftspresse wurden meines Wissens vor allem Beiträge in Wirtschafts- und Tageszeitungen linguistisch untersucht. Piirainen/Airismäki (1987) widmen ihre Monografie dem Sprachgebrauch des „Handelsblattes“. Becker (1995) analysiert die Sprache der Wirtschaftsberichterstattung in der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“, der „Neuen Züricher Zeitung“, der „Presse“ und im „Neuen Deutschland“. Stegu (1988) untersucht die Text-Bild-Beziehungen im Wirtschaftsjournalismus anhand der österreichischen Tageszeitung „Kurier“. Lüger (1983) analysiert ebenfalls die Pressesprache im Wirtschaftsteil der Tageszeitungen.

2.5. Forschungsstand zur Analyse von Text-Bild-Beziehungen

2.5.1. Diskussion über die Textualität von Text-Bild-Beziehungen

Obwohl auf die Notwendigkeit der Einbeziehung der nonverbalen Elemente des Textes in die textlinguistische Analyse häufig hingewiesen (vgl. z. B. Androutsopoulos 2000, 343; Muckenhaupt 1986, 2; Schröder 1993) und das Zusammenwirken des Sprachlichen und des Nicht-Sprachlichen bei der Kommunikation als Selbstverständlichkeit betrachtet wird (vgl. Adamzik 2002, 173), widmen jedoch die Autoren von bekannten textlinguistischen Konzepten (z. B. Brinker 2005, Heinemann/Heinemann 2002, Adamzik 2004, Beaugrande/Dressler 1981, Vater 1994, Heinemann/Viehweger 1991) kein spezielles Kapitel den Text-Bild-Beziehungen; die meisten behandeln explizit nur den verbalen Text. Adamzik (2004, 75 ff.) geht auf nonverbale Mittel im Unterkapitel zum medialen Aspekt des situativen Kontextes ein. Im HSK-Band 16.1 zur Textlinguistik ist von Text-Bild-Beziehungen im Kapitel „Textkonstitution IV: Textproduktion – Textgestaltung – Textrezeption“ die Rede, u. z. im Artikel von Nöth (2000, 489 ff.) „Der Zusammenhang von Text und Bild“. Außerdem

geht Burger (vgl. 2000, 623 f.) im Artikel „Textsorten in den Massenmedien“ desselben Bandes im Unterkapitel zu Textsorten der Presse kurz auf die Text-Bild-Beziehungen ein. Sager (2000, 587 ff.) behandelt den Einsatz der Bilder in Hypertext und Hypermedia.

Die Einbeziehung von nonverbalen Textteilen in die linguistische Analyse des Gesamttextes stellt die Frage nach einem Textbegriff, der erlauben würde, aus verschiedenen Zeichensystemen bestehende Texte zu analysieren. Fix/Wellmann (2000, XIII), Reissmann (2000, 396) und Koch (2000, 409) plädieren für einen übersprachlichen semiotischen Textbegriff. Spillner geht von einem erweiterten Textbegriff aus, nach dem „verbale und nonverbale Zeichen sich ergänzen und wechselseitig determinieren können“ (vgl. Spillner 1980, 74, zitiert nach Spillner 1982, 92). Auch Kalverkämper (1993, 222) vertritt die Meinung, dass die Verbindung von verschiedenen Zeichenvorkommen einen weiten Textbegriff verlangt, „der neben der Schriftlichkeit und der Mündlichkeit von Sprache auch die Bildlichkeit, die Sach-Visualisierung, umfaßt“.

Nach Adamzik (2002, 175) brauche man keinen erweiterten Textbegriff, „sondern ‚lediglich‘ eine erweiterte Sichtweise, innerhalb derer dann sogar ein auf den hergebrachten engen Prototyp zurückgestützter Textbegriff eine ‚neue‘ Prägnanz entfalten kann“. Nonverbale Botschaften als Bestandteile des Gesamtkommunikats brauchen deshalb nicht als Text definiert zu werden (vgl. ebd.), die Frage nach ihrer Textualität sei müßig (vgl. Adamzik 2004, 77). Schröder (1993, 198) plädiert dafür, dass „der Begriff ‚Text‘ nicht länger nur für die eigentlichen verbalen Teile einer kommunikativen Äußerung reserviert bleiben“ sollte.

Für die vorliegende Arbeit sind die sprachwissenschaftlichen Ansätze für die Analyse der Text-Bild-Beziehungen von besonderem Interesse. So einen Ansatz bietet z. B. Muckenhaupt (1986) in seiner Monografie „Text und Bild“. Er untersucht aus sprachwissenschaftlicher Sicht die Text-Bild-Beziehungen in den Nachrichtensendungen im Fernsehen. Dabei geht er von der Idee der Vergleichsobjekte aus: „Der Grundgedanke ist, daß theoretische Konzepte des sprachlichen Bereichs als Vergleichsobjekte für den Bildbereich verwendet werden und umgekehrt [...]“ (Muckenhaupt 1986, V f.). Den gemeinsamen Nenner der Text-Bild-Betrachtung sieht er in den Text- und Bildfunktionen (ebd. XVI).

Einen weiteren linguistisch-semiotischen Ansatz legte 2004 Stöckl in der Monografie „Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache“ vor. Er untersucht die Verknüpfung von Sprache und Bild in massenmedialen Texten der Printmedien. Stöckl geht vom linguistisch-semiotischen Bildbegriff aus, nach dem er Bilder als Texte betrachtet. Das theoretische Konzept der Betrachtung von Text-Bild-Beziehungen und die Analysemethode von Stöckl (2004; 2000) bilden die Grundlage für die Analyse der Text-Bild-Beziehungen der vorliegenden Arbeit. In den Kapiteln 3 und 4 werden das Konzept und die Methode von Stöckl ausführlicher vorgestellt.

2.5.2. Text-Bild-Beziehungen im Fachtext und im (Fach)journalismus

Viele Fachtextsorten, Sachbücher und popularisierende Zeitschriften sind ohne Bildanteile nicht mehr vorstellbar, viele weitere definieren sich notwendigerweise über sie (vgl. Kalverkämper 1993, 218). Deshalb soll hier in Auswahl ein kurzer Überblick über die Fachliteratur gegeben werden, die dem fachlichen Aspekt von Text-Bild-Beziehungen gewidmet ist.

Kalverkämper (1993) behandelt nur ikonische Abbildungen in Fachtexten: Fotos, Zeichnungen, Skizzen, Grund-/Auf-/Umrisse, Schnittzeichnungen etc., nicht „abstrahierende, datenvermittelnde Schaubilder“ wie z. B. Diagramme und Grafiken. Er betont die Abhängigkeit des Bildes vom verbalen Text: Erst durch den fachlichen Kontext werden Abbildungen zu fachlichen Bildern (vgl. ebd., 221). Durch das fachliche Bild ist es möglich, „das Ziel einer möglichst engen Wirklichkeitsnähe, einer gesteigerten Objektivität, einer verständlichkeitssichernden Anschaulichkeit, einer komplexen Erfassung bei aller geforderten Ökonomie der Darstellungsprozesse [...]“ zu erreichen (Kalverkämper 1993, 229). An einer anderen Stelle (1998a, 374 ff.) untersucht Kalverkämper die Leistung des Bildes in der Vermittlung von Expertenwissen.

Ballstaedt (2003b) untersucht die technische Kommunikation mit Bildern, die der Visualisierung, d. h. dem Sichtbarmachen von Strukturen und Prozessen, dienen. Dazu gehören Charts, Diagramme, Piktogramme, Karten etc. Hanna (2003) untersucht die Wissensvermittlung durch Sprache und Bild – insbesondere durch Diagramme – in der ingenieurwissenschaftlichen Hochschulkommunikation. Eberleh (1990) schreibt über die Funktion der Bilder im Fachtext, über die Aufteilung der Information zwischen Text und Bild und geht ebenfalls auf Diagramme ein. Thome (2005) geht der Frage nach der Text-Bild-Beziehung in wissenschaftlichen Texten nach, wobei die Anschaulichkeit im Fokus des Interesses steht. Schröder (1993) behandelt multimediale Texte aus dem Bereich der Verkaufsförderung am Beispiel von Prospekten der Unternehmens- und Produktherstellung, die zwischen Werbetexten und Fachtexten anzusiedeln wären. Stöckl (2004, 138 ff.) erstellt prototypische Merkmale für die Bildsorte „fachliches Bild“ als einer Bildsorte der Presse.

Androutsopoulos (2000) nähert sich der Text-Bild-Beziehungen im Flyer über die Textsortenproblematik. Mit dem Problem der Bildsorte und der Typologie der Text-Bild-Beziehungen setzen sich folgende Autoren auseinander: Ballstaedt (2003), Hanna (2003), Stegu (1988, 2000), Stöckl (2000, 2004), Kalverkämper (1993), Muckenhaupt (1986). Spillner (1982).

Zu Schwerpunkten der Untersuchungen von Stegu gehören Pressefotos im Wirtschaftsjournalismus (Stegu 1988) und Pressefotos in den Tageszeitungen allgemein (Stegu 2000). Auf die Verwendung von Bildern im Wirtschaftsjournalismus geht auch Mast (2003) kurz ein. Häusermann (2001, 151 ff.) widmet den Bildern im Journalismus allgemein etwa die Hälfte des Kapitels zu Einstiegshilfen in den Text. Sager (2000) untersucht die Verwendung von Bildern in Hypertext und Hypermedia.

3. Methoden der Untersuchung

3.1. Materialauswahl und Methoden der Datengewinnung

Die ersten Impulse für die Materialauswahl kamen aus meiner Unterrichtspraxis. Mit dem Übergang von der Planwirtschaft zur Marktwirtschaft rückten in den 1990er Jahren in Estland u. a. Themen aus dem Bereich des Managements in den Mittelpunkt des Interesses. In Diskussionen während des Wirtschaftsdeutschunterrichts und in persönlichen Gesprächen mit Studierenden der Wirtschaftswissenschaften kam deutlich zum Ausdruck, dass das Interesse für die Fragen des Managements sehr hoch war. Die Meinungen und Einstellungen der Studierenden, der angehenden Wirtschaftsexperten, waren somit entscheidend für die Auswahl des Analysematerials. Obwohl die Themen des Managements für alle Bereiche der Wirtschaft relevant sind, wurde durch das Lesen der Fachliteratur der Eindruck gewonnen, dass Texte aus diesem Bereich kaum linguistisch untersucht worden sind. Dieser Eindruck wurde durch Recherchen in Katalogen und Datenbanken bestätigt. Eine Recherche in den Datenbanken von „arbuk – Arbeitsbereich Unternehmenskommunikation“ hat ergeben, dass es kaum linguistische Untersuchungen von Presstexten aus dem Bereich Management gibt. Der ganze Bereich der Wirtschaftskommunikation ist nach meiner Kenntnis linguistisch wenig untersucht worden.⁸ Von den Zeitschriften, die mir zur Verfügung standen, kamen „management & seminar. Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung“ und „ManagerSeminare. Das Weiterbildungsmagazin. Weiterbildung für Unternehmer, Selbständige und Führungskräfte“ in die engere Wahl. Beide Zeitschriften tragen in ihrem Titel zwei Themen: „management“/„Manager“ und „seminar“/„Seminare“. Auch aus den Untertiteln wird deutlich, dass in diesen Zeitschriften neben der Behandlung des Themas „Management“ Information über Weiterbildungsmöglichkeiten vermittelt wird. Die oben erwähnte Datenbankrecherche hat ergeben, dass es auch kaum linguistische Analysen von Beiträgen aus Weiterbildungsmagazinen gibt. Diese Tatsache bekräftigte ebenfalls die Wahl des Analysematerials.

Ein weiteres Kriterium für die Auswahl des Materials war seine Zugehörigkeit zu einem einheitlichen Makrotext, d. h., es sollten nicht einzelne Texte untersucht werden, sondern eine thematisch und funktional zusammenhängende Menge von Texten, die eine kohärente Ganzheit bildet. In Zeitschriften werden manchmal wichtige Themen im Rahmen von speziellen Rubriken oder Beiheften vertieft behandelt. Im Online-Journalismus kennt man diese Form der Materialorganisation u. a. als „Dossier“ oder „Special“. Textverbindungen werden gerade wegen der Verknüpfung von Texten zu Hypertexten in den elektronischen Medien immer wichtiger. Elektronische Medien beeinflussen die Printmedien insoweit, dass auch da immer öfter statt eines Textes mehrere miteinander verbundene Texte erscheinen (vgl. Fijas 1998, 390). Solche textuelle Groß-

⁸ Auf diese Defizite weisen auch, wie bereits im Kapitel 1.7 erwähnt, Bungarten (vgl. 1994b, 31) und Brünner (vgl. 2000, 1) hin.

formen bestehen aus mehreren Texten und Textsorten und sind im Hinblick auf die Textbeziehungen linguistisch sehr interessant. Wie oben bereits erwähnt, gibt es kaum linguistische Untersuchungen zu textuellen Großformen, in denen der Aspekt der Textbeziehungen im Vordergrund stehen würde, erst recht nicht zu makrotextuellen Beziehungen innerhalb einer Zeitschriftenrubrik.

Die Recherche nach geeigneten Analysetexten hat ergeben, dass von den beiden Zeitschriften „management & seminar“ und „ManagerSeminare“ die erstgenannte eine Rubrik enthält, die aus mehreren Texten besteht und intuitiv als kohärentes Ganzes verstanden wird. Im Rahmen der Rubrik „Extra“ wird in jedem Heft der Jahrgänge 1991–1999 ein fachliches Thema anhand mehrerer Texte vertieft behandelt.⁹ Die Makrotexte der Rubrik bestehen aus mehreren Textsorten und enthalten Abbildungen verschiedener Art. Durch diese Vielfalt der Formen und die Ganzheit des Inhalts schienen sie für eine linguistische Analyse besonders interessant zu sein. Ein weiteres Kriterium für die Wahl dieser Rubrik war ihre Relevanz für den Inhalt der Zeitschrift. Die Rubrik „Extra“ unterscheidet sich von den anderen Rubriken¹⁰ der Zeitschrift durch einen größeren Umfang, durch eine höhere Anzahl der Texte sowie durch die Vielfalt der Textsorten. Auch die optische Gestaltung deutet auf einen besonderen Stellenwert der Rubrik innerhalb der Zeitschrift hin: „Extra“ ist die einzige Rubrik der Zeitschrift, die im vollen Umfang durch einen hellblauen Hintergrund hervorgehoben ist.¹¹ Bei den anderen Rubriken wird die Farbe Hellblau sparsam verwendet – nur für Überschriften und Kästen. Das Thema der Rubrik wird auf dem Titelblatt der Zeitschrift angekündigt und bestimmt die Gestaltung der ganzen Titelseite.¹² Im Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift sind die Themen der Rubrik durch die hellblaue Farbe unterlegt und werden auf diese Weise hervorgehoben. In der letzten Rubrik „Vorschau“, für die in der Zeitschrift nur eine halbe Seite vorgesehen ist, wird unter den wichtigsten Themen das Thema der Rubrik „Extra“ des nächsten Heftes angekündigt. Das alles deutet auf einen herausragenden Stellenwert dieser Rubrik im Rahmen der Zeitschrift hin.

Die Rubrik „Extra“ gibt es in jedem Heft der Zeitschrift „management & seminar“ aus den Jahren 1991–1999.¹³ Wegen der aufwendigen linguistischen Analyse konnte nur ein Makrotext der Rubrik eines Heftes untersucht werden. Es wurde der Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ aus dem Heft 2/1996 gewählt, weil das Thema der Arbeitszeitregelung immer aktuell bleibt. Dieses Thema ist für die gesamte Gesellschaft relevant – alle Menschen haben etwas mit der Arbeitszeitregelung zu tun, sie greift auch in die Privatsphäre ein und beeinflusst die Gestaltung der Freizeit und des Familienlebens.

⁹ Siehe die Auflistung im Kapitel 5.3.

¹⁰ Im Kapitel 3.2.1.2. sind alle Rubriken der Zeitschrift genannt.

¹¹ Für die Gestaltung der Texte werden nur drei Farben verwendet: Schwarz, Weiß und Hellblau.

¹² In allen Heften aus den Jahrgängen 1991–1999, die die Rubrik „Extra“ enthielten, wurde das Thema dieser Rubrik auf dem Titelblatt der Zeitschrift angekündigt.

¹³ Die Auflistung der Themen der Rubrik „Extra“ siehe im Kapitel 5.3.

Mit der Zeitschrift „management & seminar“ wurde für die textlinguistische Analyse das älteste deutsche Weiterbildungsmagazin (vgl. Schneider 2000, 3) gewählt. Mit den Jahren entwickelte sich diese Zeitschrift zu einem führenden Organ der Weiterbildungsbranche. Ein Indiz dafür ist u. a. das Selbstverständnis der Zeitschrift als einer führenden Publikation im Bereich der Weiterbildung: Der Untertitel „Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung“, mit dem „management & seminar“ in den Jahren 1991–1994 erschien, wird 1995 durch den bestimmten Artikel *die* ergänzt und heißt ab Heft 1/1995 „Die Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung“. Die Zeitschriften „managerSeminare“ und „Training aktuell“, in die „management & seminar“ letztendlich aufgegangen ist, existieren bis heute; „managerSeminare“ ist „das derzeit auflagenstärkste Weiterbildungsmagazin“ und „Training aktuell“ wird als „der einzige Informationsdienst für die gesamte Weiterbildungsbranche“ bezeichnet (managerSeminare 2008b). Meine Recherche¹⁴ (Stand November 2008) auf der Homepage der Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) ergab, dass von den Zeitschriften der Weiterbildungsbranche, die in den 90er Jahre existierten und das Thema „Weiterbildung“ im Titel oder Untertitel explizit deklarierten, die meisten vom Markt verschwunden sind. So werden z. B. solche Titel aus den 90er Jahren wie „Seminarführer. Weiterbildung für Führungskräfte“, „Weiterbildung. Das Magazin für die Führungskräfte“ und „Wirtschaft und Weiterbildung. Das Magazin für Weiterbildungs-Professionals“ im Alphabetischen Gesamtindex von IVW überhaupt nicht erwähnt (vgl. IVW 2008, Angaben für das 3. Quartal 2008). Über die Zeitschrift „IQ. Magazin zur Weiterbildung von Führungskräften“ steht der folgende Hinweis: „01.02.2001: Titel/Anzeigenbelegungseinheit wird nicht mehr gemeldet“ (ebd.). Von den Weiterbildungsmagazinen werden im Alphabetischen Gesamtindex von IVW für das 3. Quartal 2008 nur die beiden Nachfolgerinnen von „management & seminar“, u. z. „managerSeminare“ und „Training aktuell“, erwähnt.

Die Zeitschrift „management & seminar“, aus der das Untersuchungsmaterial der vorliegenden Dissertation stammt, ist eine wichtige Publikation aus dem Bereich der Weiterbildung. Die Daten werden durch eine detaillierte linguistische Textanalyse gewonnen, die die textlinguistische Analysemethode von K. Brinker (2005) zur Grundlage hat. Die Analysemethoden werden im Kapitel 3.4. ausführlich dargestellt.

3.2. Dokumentation des empirischen Materials

Das Analysematerial stammt aus der Zeitschrift „management & seminar. Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung“, Heft 2 des Jahres 1996, Jahrgang 23, erschienen im Verlag Neuer Merkur GmbH in München. Das Untersuchungskorpus bilden der aus 14 Seiten bestehende Makrotext

¹⁴ Schlüsselwörter der Recherche: „Weiterbildung“, „Seminar“, „Training“, „Management“, „Manager“.

„Arbeitszeitmodelle“ der Rubrik „Extra“ und 2 Seiten außerhalb des Makrotexes: das Titelblatt und das Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift.

Der Makrotext besteht aus 12 Teiltexen, die verbale und nonverbale Elemente enthalten. Das ganze Untersuchungskorpus ist im Anhang der vorliegenden Arbeit zu finden: im Anhang 1 als Fotokopie und im Anhang 2 in zur Analyse aufgegliederter Form. Für die Analyse wurden die Teiltexen des Makrotexes chronologisch von TT1 bis TT12 nummeriert. Zu den nonverbalen Elementen des Korpus gehören eine Collage, fünf Zeichnungen, drei Fotos und zwei Grafiken. Zu Analyse Zwecken wurde jedes Bild mit der jeweiligen Seitenzahl der Zeitschrift und der Nummer des Teiltexes markiert, zu dem es gehört. So ist z. B. die Zeichnung auf der Seite 30, die zum Teiltex 1 „Geht die Stechuhr bald in Pension?“ gehört, als „Zeichnung 2¹⁵ (S. 30/TT1)“ markiert. In Klammern stehende Angaben beziehen sich auf die Positionierung der Abbildung im Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ bzw. in der Zeitschrift: Die Zahl vor dem Schrägstrich bedeutet die Seite der Zeitschrift, auf der sich das Bild befindet; die Abkürzung nach dem Schrägstrich bedeutet den Teiltex des Makrotexes, zu dem das Bild gehört. Die Abbildungen des Untersuchungskorpus, die außerhalb des Makrotexes stehen, werden folgendermaßen bezeichnet: Die Collage auf dem Titelblatt der Zeitschrift ist „Collage 1 (S. 1/Titelblatt)“, die Zeichnung im Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift „Zeichnung 1 (S. 5/Inhalt)“. Die folgende Tabelle (Abb. 1) dokumentiert das ganze Untersuchungskorpus:

Abb. 1. Dokumentation des empirischen Materials

Seitennummer	Teiltexnummer	Titel des Teiltexes	Bildmaterial
[1]		[Titelblatt]	Collage 1 (S. 1/Titelblatt)
5		Inhalt	Zeichnung 1 (S. 5/Inhalt)
30–34	TT1	„Geht die Stechuhr bald in Pension?“	Zeichnung 2 (S. 30/TT1) Zeichnung 3 (S. 32/TT1)
31	TT2	„Arbeitszeit-Modelle“	
33	TT3	„Arbeitszeiten auf absteigendem Ast“	
34–39	TT5	„Mobil in die Zukunft!“	Zeichnung 4 (S. 34/TT5)
39	TT6	„Innovative Unternehmen gesucht“	
40–41	TT7	„Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft“	Foto 1 (S. 40/TT7)
42–43	TT8	„Unterstützer für Unternehmer“	Zeichnung 5 (S. 42/TT8)
43–44	TT9	„Wachsendes Interesse“	Foto 2 (S. 43/TT9)
43	TT10	„Arbeitszeitberater in Deutschland“	
44–46	TT11	„Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen“	Foto 3 (S. 44/TT11)
46–47	TT12	„Jobkiller Überstunden“	Grafik 1 (S. 46/TT12) Grafik 2 (S. 47/TT12)

¹⁵ Die erste Zeichnung des Untersuchungskorpus befindet sich im Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift, also außerhalb des Makrotexes „Arbeitszeitmodelle“.

3.3. Analysemethoden

Aus der Tatsache, dass das Untersuchungsmaterial in die Bereiche der Fachsprachenlinguistik, der Textlinguistik, der Medienwissenschaften und der Wirtschaftskommunikation fällt, ergeben sich der interdisziplinäre Ansatz der Untersuchung und die Wahl der Methoden. Bei der Textanalyse werden fachsprachenlinguistische und textlinguistische Methoden integrativ verwendet. Aus der fachsprachenlinguistischen Sicht werden Methoden zur Bestimmung des Fachlichkeitsgrades von Fachtexten eingesetzt. Aus der textlinguistischen Sicht wird eine detaillierte linguistische Analyse der funktionalen, thematischen und grammatischen Aspekte jedes Einzeltextes durchgeführt. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Behandlung eines fachlichen Themas im makrotextuellen Rahmen einer Rubrik. Auf der Makrotextebene bieten die linguistischen Konzepte der Intertextualität einen Ansatz für die Analyse eines aus mehreren Einzeltexten bestehenden Makrotexes. Bei der Analyse des Makrotexes wird u. a. der Frage nachgegangen, wie aus den einzelnen Texten ein kohärentes Ganzes entsteht. Da der Makrotext nonverbale Elemente enthält, müssen die Methoden einer integrativen Betrachtung von multimedialen Texten herangezogen werden.

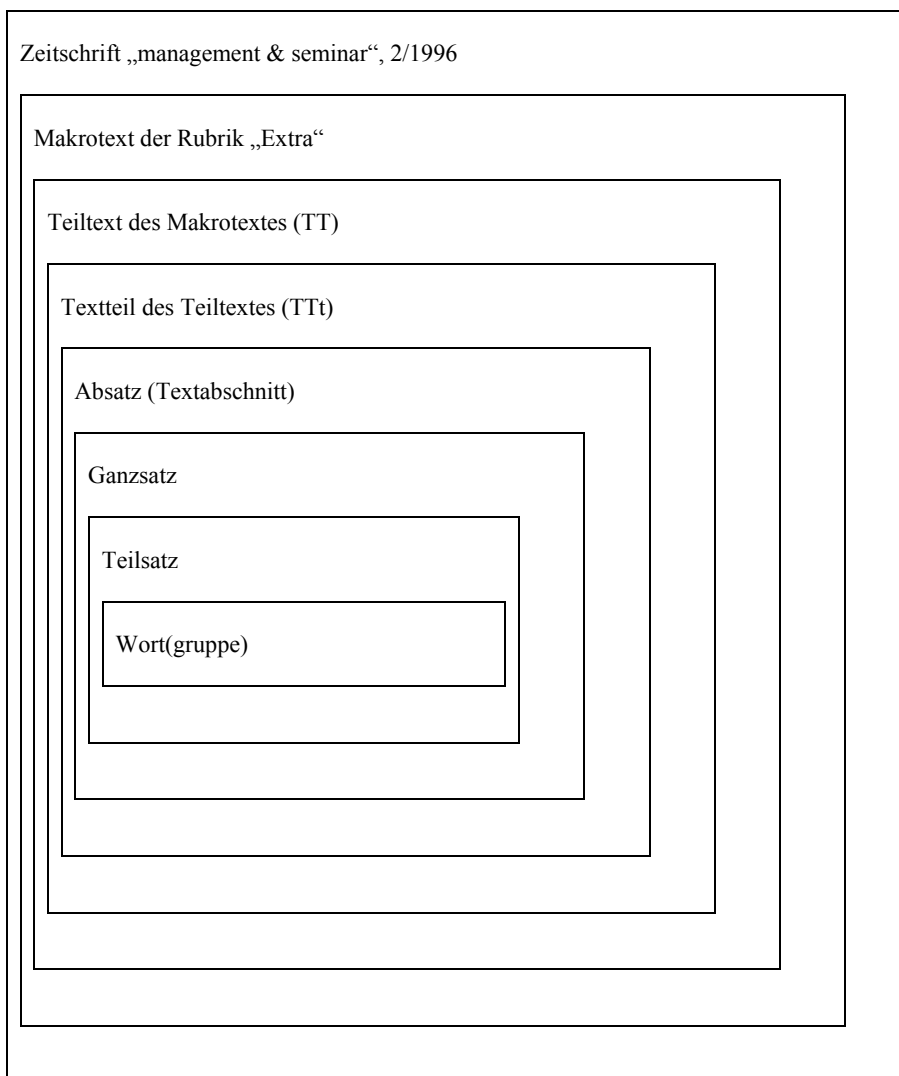
Die übergreifende Methode, die die Grundlage für die Analyse all dieser Aspekte bietet, ist die auf dem handlungstheoretischen Ansatz aufgebaute textlinguistische Analyseverfahren von Klaus Brinker. Bei der Analyse der Aspekte, die Brinker nicht bzw. nicht explizit behandelt (makrotextuelle Beziehungen, fachsprachliche Aspekte, Text-Bild-Beziehungen), werden andere Analyseverfahren verwendet, die jedoch auf die Möglichkeit einer Anknüpfung an die Methode von Brinker überprüft werden. Wie der textlinguistischen Analyseverfahren von Brinker liegt auch diesen die Betrachtung des Textes (des Makrotexes, des Sprache-Bild-Textes) als funktional-strukturelle Einheit zugrunde. Die theoretische Grundlage für die Behandlung dieser Aspekte ist einheitlich: Der Text (der Makrotext, der Sprache-Bild-Text) wird als komplexe Sprechhandlung mit Funktion, Inhalt und Form aufgefasst.

Die textlinguistische Analyseverfahren von Brinker (2005, 2000a, 2000b) ermöglicht dank ihrer Explizitheit eine detaillierte und vielseitige Textanalyse. Brinker beschreibt eingehend die einzelnen Schritte der Textanalyse und veranschaulicht sie ausführlich an konkreten Beispielanalysen. Für empirische Textanalysen ist das von großer Bedeutung. Ein weiterer wichtiger Vorteil dieser Methode ist die Berücksichtigung der außersprachlichen Faktoren und ihre Einbeziehung in die linguistische Analyse (vgl. Lepa 2006, 267). Durch diese Methode werden die Merkmale des Textes greifbar und lassen sich systematisch erfassen. Obwohl Brinker seine Analyseverfahren nur auf Einzeltexte anwendet, bietet sie Anschlussmöglichkeiten im Bereich der Analyse von Textverbänden und von multimedialen Texten. In der vorliegenden Arbeit wird ein Versuch unternommen, diese Anschlussmöglichkeiten zu nutzen.

3.3.1. Analyseebenen

Die textlinguistische Analyse des Makrotexes erfolgt auf verschiedenen Ebenen, die die Abbildung 2 veranschaulichen soll. Die Ebene der Zeitschrift bildet den Kontext für den Makrotext der Rubrik. Mit der Ebene des Makrotexes der Rubrik „Extra“ beginnt die eigentliche Analyse. Auf der nächsten Ebene stehen die Teiltexthe, die den Makrotext bilden. Sie sind für die Analyse von 1 bis 12 nummeriert worden (siehe dazu Anhang 2) und werden mit TT und der entsprechenden Nummer bezeichnet, z. B. TT1 etc. Der **Teilttext** (TT) als formale Einheit beginnt mit dem Titel und endet (ggf.) mit der Angabe des Autors.

Abb. 2. Ebenen der Textanalyse



Die meisten Teiltex-te sind durch Zwischenüberschriften zu **Textteilen** (TTt) gegliedert. Ein Textteil ist ein Teil des Teiltex-tes zwischen zwei Zwischenüberschriften; Textteile sind ebenfalls nummeriert. Die meisten Teiltex-te beginnen mit einer Einleitung, die keine Überschrift hat; diese Einleitungen werden ebenfalls als Textteile (TTt) behandelt. Textteile bestehen ihrerseits aus **Absätzen**, die zur besseren Übersichtlichkeit nummeriert worden sind. Die nächste formale Einheit ist der **Ganzsatz**. Das Kriterium für die Satzabgrenzung ist die Großschreibung des ersten Wortes und die Interpunktion am Ende: Punkt, Ausrufezeichen, Fragezeichen. Dieser auf der Interpunktion begründete Satz-begriff, den auch Brinker (vgl. 2005, 23) in seinen Analysen benutzt, wird nur zur Gliederung des Materials verwendet. Ein **Teilsatz** enthält ein finites Verb (vgl. ebd.). Die lexikalischen Mittel werden auf der Ebene des Wortes bzw. der Wortgruppe analysiert.

3.3.2. Integration von textlinguistischen und fachsprachenlinguistischen Methoden

In der Fachsprachenforschung stehen laut Hoffmann (vgl. 1998a, 249) die Verwendungseigenschaften der Fachsprachen im Vordergrund, nicht ihre Systemeigenschaften. Deshalb stützt sich die Fachsprachenforschung vor allem auf funktional-kommunikative Texttheorien und benutzt darauf aufbauende Analysemethoden, die es ermöglichen, den Fachtext als kommunikative Einheit zu betrachten (vgl. ebd., 258). Zu den in der Fachsprachenforschung meistrezipierten textlinguistischen Konzeptionen zählt Hoffmann (ebd.) die Texttheorie von K. Brinker (1985/2005).

Die grundlegenden Aspekte der Textanalyse nach Brinker sind der Handlungsbereich, die Textfunktion und die Textstruktur. Es gilt also zu untersuchen, in welcher außersprachlichen Umgebung (in welchem pragmatischen Kontext) sich die Sprechhandlung vollzieht, was man mit ihr erreichen will und mit welchen sprachlichen und ggf. außersprachlichen Mitteln das geschieht. Diese Aspekte hängen eng miteinander zusammen und werden nur zu Analyse-zwecken getrennt behandelt.

Bei der Analyse eines konkreten Textes geht Brinker vom Text als Ganzem aus und analysiert anschließend die Einheiten und Strukturen, aus denen dieses Ganze besteht (vgl. 2005, 159). Deshalb gilt der erste Analyseschritt den „größeren“ Zusammenhängen, u. z. der Beschreibung der Kommunikationsform und des Handlungs- bzw. Kommunikationsbereichs; erst dann werden die Konsequenzen dieses pragmatischen Kontextes für die Textkonstitution analysiert.

Die Ursachen und Bedingungen der Sprachkommunikation liegen insbesondere bei den Fachsprachen im außersprachlichen Bereich (vgl. Hoffmann 1998a, 249). Die Analyse-methode nach Brinker berücksichtigt die pragmatischen Aspekte der Sprachkommunikation und im ersten Analyseschritt werden der Handlungsbereich und die Kommunikationssituation mit ihren Komponenten bestimmt. Baumann (1998c) hat Kriterien für eine detaillierte systematische

Analyse der fachlichen Kommunikationssituation ausgearbeitet. Er nennt zahlreiche Komponenten¹⁶, die die fachlichen Kommunikationsbeziehungen determinieren, und differenziert die fachliche Kommunikationssituation nach verschiedenen Aspekten in die Tätigkeitssituation, soziale Situation und Umgebungssituation (vgl. ebd., 111 f.). Diese Dreiteilung mit ihren Komponenten dient als methodisches Konzept für die Analyse der Kommunikationssituation für die Zeitschrift „management & seminar“.¹⁷

Damit wäre der erste textlinguistische Analyseschritt nach Brinker gleichzeitig ein fachsprachenlinguistischer Analyseschritt. Bei der linguistischen Analyse von Fachtexten spielt die Kategorie der Fachlichkeit und ihre sprachliche Realisierung als Fachsprachlichkeit eine zentrale Rolle (vgl. Baumann 1993, 407 ff.). Bei der Bestimmung des Fachlichkeitsgrades eines Fachtextes gehen die meisten Modelle der vertikalen Schichtung¹⁸ der Fachsprachen von der Bestimmung der Kommunikationssituation und der Kommunikationspartner als den wichtigsten Kriterien aus; also ermöglicht bereits der erste Analyseschritt nach Brinker Aussagen über den Fachlichkeitsgrad des Textes.

Der zweite Analyseschritt nach Brinker gilt der Analyse der Textfunktion. Brinker (vgl. 2005, 112 f.) unterscheidet fünf textuelle Grundfunktionen: Informationsfunktion, Appellfunktion, Obligationsfunktion, Kontaktfunktion, Deklarationsfunktion. Die dominierende Textfunktion wird anhand von sprachlichen, nicht-sprachlichen und kontextuellen Indikatoren bestimmt und anschließend werden die Relationen zwischen der Textfunktion und den Zusatzfunktionen ermittelt. Ebenfalls wird der Grad der Direktheit bzw. Indirektheit der Signalisierung der Funktion bestimmt (vgl. ebd. 159 f.).

Für die Bestimmung der jeweiligen Textfunktion werden sowohl innertextliche als auch außertextliche Kriterien angewandt. Brinker (ebd., 104 ff.) unterscheidet drei Gruppen der Indikatoren der Textfunktion:

1. „Sprachliche Formen und Strukturen, mit denen der Emittent die Art des intendierten kommunikativen Kontakts dem Rezipienten gegenüber explizit zum Ausdruck bringt (z.B. durch explizit performative Formeln und äquivalente Satzmuster).“ Das ist eine „direkte“ Signalisierung der Textfunktion.
2. „Sprachliche Formen und Strukturen, mit denen der Emittent – explizit oder implizit – seine Einstellung zum Textinhalt, insbesondere zum Textthema ausdrückt.“ Dazu gehören solche Merkmale wie Wahrheit/Wahrscheinlichkeit, Sicherheitsgrad des Wissens, Wertung, Grad des Interesses, psychische Haltung. Diese „thematischen Einstellungen“ signalisieren die Textfunktion indirekt.
3. „Kontextuelle Indikatoren wie der situative, insbesondere der institutionelle Rahmen des Textes bzw. der gesellschaftliche Handlungsbereich,

¹⁶ Diese Komponenten sind im Kapitel 6 ausführlich dargestellt.

¹⁷ Im Bereich der Untersuchungen zur Wirtschaftskommunikation wendet auch Koskensalo (2002) diese Kriterien bei der Analyse von Geschäftsbriefen an.

¹⁸ Ausführlich dargestellt im Kapitel 4 zu theoretischen Grundlagen.

dem der Text zugeordnet ist, das vorausgesetzte Hintergrundwissen.“ Die Kontextindikatoren dominieren über die sprachlichen Indikatoren, ihnen kommt „eine fundamentale Bedeutung für die kommunikativ-funktionale Interpretation von Texten zu“ (Brinker 2005, 106).

Nach Gläser (1990, 47) hat der Hauptanteil von Fachtexten der fachinternen Kommunikation die Informationsfunktion, andere Funktionen sind ihr nachgeordnet. Da es sich bei den Analysetexten um fachjournalistische Texte handelt, in denen Fachwissen dem Fachpraktiker und Anwender popularisierend vermittelt wird, stellt sich die Frage, ob diese Feststellung auch für die Fachtexte dieser Abstraktionsstufe gilt. Aus der Analyse der sprachlichen, der nicht-sprachlichen und der kontextuellen Indikatoren der Textfunktion ergibt sich die Antwort auf diese Frage.

Nach Hoffmann (vgl. 1998a, 259 f.) finden in der Fachsprachenlinguistik bei der Betrachtung der inhaltlich-semantischen Aspekte des Fachtextes große Resonanz „semantisch, referentiell oder thematisch orientierte Textbeschreibungsansätze“, zu denen u. a. der Analyseansatz von Brinker gehört. Brinker analysiert die thematische und die grammatische Struktur des Textes im dritten Analyseschritt. Dazu gehören die Bestimmung des Textthemas bzw. der Textthemen durch die Ermittlung der zentralen Textgegenstände, die aus der Wiederaufnahmestruktur ersichtlich werden. Danach folgen die Beschreibung der Themenentfaltung und der Modalität der Themenbehandlung (sachlich, ironisch usw.). Bei der Analyse eines Fachtextes wird die Behandlung der fachlichen Thematik aus der Untersuchung der thematischen Struktur, u. a. aus den Wiederaufnahmebeziehungen im Fachtext, ersichtlich.

Die Analyse der grammatischen Struktur des Textes erfasst die Verwendung der Thematik ausdrückenden sprachlichen und nicht-sprachlichen Mittel (Brinker 2005, 160) und die Untersuchung der syntaktischen Beziehungen, die die grammatische Kohärenz gewährleisten, zu denen u. a. die Tempuskontinuität und die konjunktionale Verknüpfung gehören (vgl. ebd., 41; 158). Bei der Analyse ist darauf zu achten, dass grammatische Einheiten und Strukturen in ihrer dienenden Rolle „im Hinblick auf die kommunikativ-funktionalen und thematischen Konzepte des Textes“ (ebd., 160 f.) beschrieben werden sollen.

Bei der Untersuchung der sprachlichen Mittel nutzt die Fachsprachenlinguistik Methoden, die zu Aussagen über die Verwendung dieser Mittel in der Fachkommunikation führen (vgl. Hoffmann 1998a, 250). Die typischen sprachlichen Mittel des Fachtextes sind Termini, sie sind ein Merkmal der Fachsprachlichkeit eines Textes (vgl. Baumann 1998, 409). Am Gebrauch der Termini lässt sich der Fachlichkeitsgrad des Textes bestimmen. Der Umgang mit den Fachtermini in populärwissenschaftlichen Texten für den Fachpraktiker und Anwender wird in der vorliegenden Arbeit anhand der Termini in den Ketten der Wiederaufnahmestruktur analysiert. Den Gebrauch der Termini in populärwissenschaftlichen Texten behandeln Thiel/Thome (1996) in ihrer Untersuchung zum semantisch-lexikalischen Aspekt der Fachsprachlichkeit von populärwissenschaftlichen Texten anhand der Nomina mit hypothetischer Bedeutung. Sie stellen einen dif-

ferenzierten Gebrauch von Fachlexik in wissenschaftsjournalistischen Texten fest. Einerseits sind es fachübergreifende Begriffe, die zur allgemeinwissenschaftlichen Terminologie gehören, andererseits Fachtermini, die hinsichtlich ihrer „Attribuierung, kataphorischer und anaphorischer Bindung, Rekurrenz sowie Isotopie“ untersucht werden (Thiel/Thome 1996, 757). Sie betrachten außerdem unter dem Register der Analogien „das Ineinandergreifen fachsprachlicher und gemeinsprachlicher“ Elemente. Damit ist der Verlust an begrifflicher Stringenz der Termini sowie ihr Ersatz durch gemeinsprachliche Ausdrücke in wissenschaftsjournalistischen Texten gemeint (ebd., 763 ff.). Die Autorinnen sind der Meinung, dass „die Berührungen und Überschneidungen fachsprachlicher und nichtfachsprachlicher Einheiten innerhalb der Texte, die vielfältigen, durch die Kommunikationssituation bedingten Phänomene des Gleitens auf der Skala zwischen Terminologisierung und Popularisierung“ ein „fruchtbares Arbeitsfeld“ für linguistische Untersuchungen darstellen (ebd., 772).

Um festzustellen, wie sich die Termini in Analysetexten verhalten, wurden die Referenzträger in der Wiederaufnahmekette Arbeitszeitmodelle (AZ) auf die Termini untersucht. Bei der Bestimmung, ob ein Ausdruck ein Terminus ist oder nicht, sind wir davon ausgegangen, ob er im Gabler Wirtschaftslexikon (1988) definiert ist oder nicht.

3.3.3. Analyse der intertextuellen Beziehungen im Makrotext

Von den linguistischen Konzepten der Intertextualität¹⁹, die die Beziehungen zwischen konkreten Texten untersuchen, wird methodologisch das Konzept der Makrotextologie von Tschauer (1989; 1993) genutzt. Die Anschlussmöglichkeiten an die Analysemethode von Brinker ergeben sich, wie im Kapitel 4 dargestellt wird, daraus, dass Tschauer den Makrotext als kohärente funktionale und inhaltlich-thematische Einheit betrachtet, die sprachlich-strukturell durch das Prinzip der Wiederaufnahme verbunden ist. Aufbauend auf dieser Erkenntnis von Tschauer wird die Wiederaufnahmestruktur des ganzen Makrotextes im Zusammenhang analysiert, was Rückschlüsse auf die einheitliche thematische Struktur des Makrotextes ermöglicht.

Der Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ der Rubrik „Extra“ wird in Hinsicht auf Funktion, Thema und Struktur als kohärentes Ganzes im Sinne des Textbegriffs von Brinker (2005) betrachtet. Deshalb wird bei der Analyse der Textbeziehungen auf der Ebene des Makrotextes die textlinguistische Analysemethode Brinkers mit ihren oben beschriebenen drei Schritten angewendet.

¹⁹ Siehe dazu das Kapitel 4 zu theoretischen Grundlagen.

3.3.4. Integrative Analyse von Text-Bild-Beziehungen im Makrotext

Der zu analysierende Makrotext enthält nonverbale Elemente, zu denen neben den Elementen des Layouts (Balken, Kästen, farbiger Hintergrund etc.) neun Abbildungen (Zeichnungen, Fotos, Diagramme) innerhalb des Makrotextes und jeweils ein Bild zu diesem Thema auf dem Titelblatt und auf der Inhaltsseite der Zeitschrift gehören. Die Text-Bild-Beziehungen im Makrotext werden der Übersichtlichkeit halber in einem separaten Kapitel 10 analysiert, das der Analyse der sprachlichen Textteile folgt.

Bei der Analyse der nonverbalen Elemente wird die Methode einer integrativen Betrachtung von multimedialen Texten von Stöckl (2000; 2004) eingesetzt. Die Entscheidung für die Methode von Stöckl wurde aus mehreren Gründen gefällt: Erstens behandelt Stöckl wie die vorliegende Arbeit die Kombination von verbalen und visuellen Zeichen; zweitens handelt es sich in beiden Fällen um massenmediale schriftliche Texte und um ähnliche Textsorten. Der wichtigste Grund ist jedoch die Anschließbarkeit der Analysemethode von H. Stöckl an die textlinguistische Analysemethode von K. Brinker (vgl. Abb. 4).

Die theoretische Grundlage für diese semiotisch-linguistische Analysemethode bildet der Bildbegriff Stöckls (2004), nach dem Bilder als Texte aufgefasst werden. Durch die textlinguistische Sicht auf die Text-Bild-Beziehungen macht Stöckl die Analyse des Bildes anschlussfähig an textlinguistische Überlegungen und Analysen (vgl. Stöckl 2004, 111). Mit seiner Analysemethode gibt Stöckl (ebd., vi) den an Sprache-Bild-Texten Interessierten „ein praktisches, exemplarisch erprobtes textanalytisches Instrumentarium an die Hand, das die Bezüge zwischen Sprachgebrauch und Bildgebrauch auf den unterschiedlichsten Ebenen zu erhellen vermag“. Stöckl (vgl. ebd., 105 ff.) nähert sich der Text-Bild-Beziehungen über die Textualitätsmerkmale und Textsortenproblematik und erstellt ein prototypisches Konzept der Bildsorte, wonach die Textualitätsmerkmale in verschiedenen Textsorten unterschiedlich stark ausgeprägt sein oder auch fehlen können. Nach Brinker (2005, 138) kann jeder konkrete Text als Vertreter einer Textsorte betrachtet werden. Stöckl setzt die Typisiertheit von Bildern voraus, d. h., dass „das Verstehen eines konkreten Bildes auch und v. a. eine Typologisierungslleistung ist“ (ebd., 382). Also kann man bei der Analyse eines konkreten Bildes von den prototypischen Merkmalen der Bildsorte ausgehen.

Bei der Bestimmung eines bimodalen Textmusters unterscheidet Stöckl drei wichtige Ebenen:

- i. prototypische Eigenschaften des verbalen Texts (**Textmuster**)
 - ii. prototypische Eigenschaften des visuellen Texts (**Bildmuster**)
 - iii. prototypische Eigenschaften des Interface zwischen verbalem und visuellem Text (**Interfacemuster**)
- (Stöckl 2004, 114; Hervorhebung von Stöckl)

Auf der Ebene des Textmusters betrachtet er die typischen Textualitätsmerkmale des verbalen Textes wie Trägermedium, Situation, Intention, Thema und Themenentfaltung. Diese Merkmale entsprechen den wichtigsten Aspekten der textlinguistischen Analyse nach Brinker (2005): Handlungsbereich, Kommunikationssituation, Funktion, thematische Struktur. Zur Ebene des Bildmusters gehören alle Merkmale der visuellen Textualität des Bildes. Die Interface-Ebene bildet die Schnittstelle zwischen dem verbalen und dem visuellen Text. Hierzu gehören Bildunter- und -überschriften, Textüberschriften, explizite Verweise auf das Bild im verbalen Text und die Wortwahl des verbalen Textes (vgl. Stöckl 2004, 114 f.).

Die Unterteilung in diese drei Ebenen ist auch bei der Analyse eines konkreten multimedialen Textes hilfreich. Auch Muckenhaupt stellt sich bei der Analyse von konkreten multimedialen Texten folgende drei zentrale Fragen, die sich den drei Ebenen von Stöckl (s. o.) zuordnen lassen:

- a) Wie ist der Textbeitrag gemeint?
- b) Wie ist der Bildbeitrag gemeint?
- c) Wie ist die Koordination von Text- und Bildbeitrag gemeint? (Muckenhaupt 1986, 237)

Stöckl (vgl. 2004, 138 ff.) fasst die Typologisierungskriterien für die Textsorten Werbebild, Zeitungsbild, Illustriertenbild, Comicbild, Karikaturbild und fachliches Bild zu folgenden sechs Komplexen zusammen:

- I. Abbildungspraktiken: Bild/Weltabgleich, Abbildungspraktik, Bildinhalte;
- II. Mediale/technische Beschaffenheit: Materialität, Herstellung, Form/Farbe, Kohäsivität;
- III. Funktion/Verwendungszweck: Situation, Kanal, Zweck/Intention;
- IV. Bildqualitäten: rezeptiv, ästhetisch;
- V. Sehprozesse/Sichtbarkeit, Perspektiven;
- VI. Kopplung mit anderen Zeichensystemen: Sprache/Bild, semantische Verkopplung, syntaktisch-textstrukturelle Aspekte.

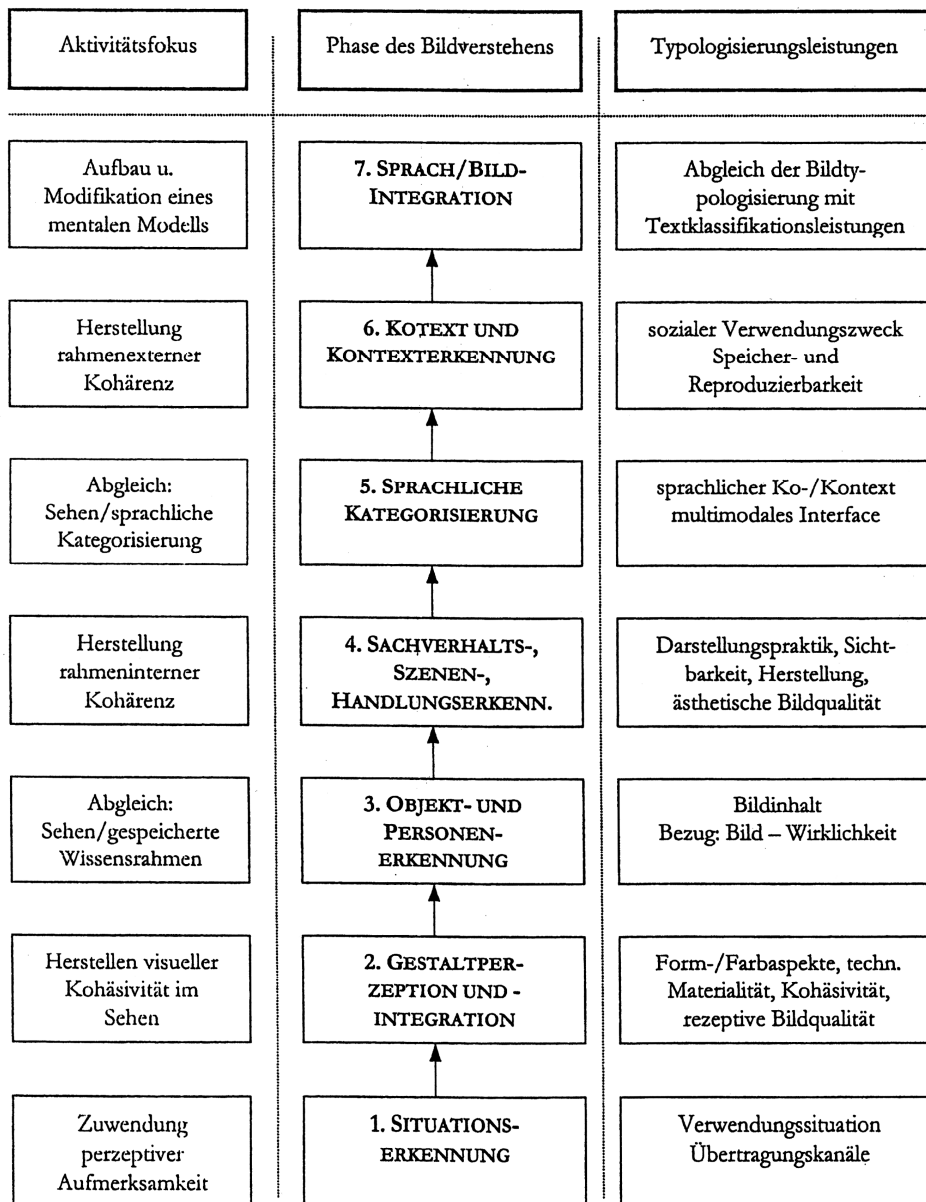
Als die zentralen Kriterien für die Etablierung der Textsorte nennt Stöckl Zweck/Intention, Sprache/Bild, semantische Verkopplung und syntaktisch-textstrukturelle Aspekte (vgl. ebd., 144). Auch Muckenhaupt (vgl. 1986, 238) untersucht thematische und funktional-situative Aspekte des Zusammenhangs zwischen Text und Bild:

- a) den Gegenstandsbezug, der im Text- bzw. Bildbeitrag hergestellt wird,
- b) den Inhalt des Text- bzw. Bildbeitrages,
- c) die Funktion des Text- bzw. Bildbeitrages.

In der Klassifikation von Stöckl besteht m. E. insbesondere in den Rubriken „Funktion/Verwendungszweck“ und „Kopplung mit anderen Zeichensystemen“

die Möglichkeit eines Anschlusses an die textlinguistische Analysemethode von Brinker (2005). „Funktion/Verwendungszweck“ entspricht bei Brinker den pragmatischen Aspekten der Textanalyse, d. h. der Situation und der Funktion. Die Rubrik „Kopplung mit anderen Zeichensystemen“ erfasst die Aspekte der thematischen und der grammatischen Struktur.

Abb. 3. Prozessmodell des Bildverstehens nach H. Stöckl (2004, 128)



Im empirischen Teil der vorliegenden Arbeit wird ein Versuch unternommen, bei der Analyse der Text-Bild-Beziehungen im Makrotext die textlinguistische Analyse­methode von Brinker und die textlinguistisch-semiotische Analyse­methode von Stöckl integrativ zu verwenden.

Zuerst wird in den Kapiteln 6–9 nach der Analyse­methode von Brinker (2005) der verbale Text analysiert, dann werden im Kapitel 10 die Eigenschaften des visuellen Textes beschrieben und das Interface zwischen dem verbalen und dem visuellen Text analysiert. Dabei entspricht die Reihenfolge der einzelnen Analyseschritte dem Prozessmodell des Bildverstehens (vgl. Stöckl 2004, 128), das im Prinzip die sechs Merkmalskomplexe I–VI (s. o.) enthält und dem Stöckl in seinen eigenen exemplarischen Analysen folgt. Die Abbildung 3 zeigt das Prozessmodell des Bildverstehens nach Stöckl (2004, 128).

Die Schritte 1–4 des Prozessmodells beziehen sich auf die Eigenschaften des visuellen Textes und entsprechen der Ebene ii (s. o.), die Schritte 5–7 betreffen das Interface zwischen dem verbalen und dem visuellen Text (Ebene iii). Bei der Analyse der Text-Bild-Beziehungen des Makrotextes „Arbeitszeitmodelle“ werden diese Schritte folgendermaßen gruppiert: Zuerst wird die Verwendungssituation für das gesamte Bildmaterial bestimmt, weil sie für alle Bilder des Makrotextes gleich ist. Dann wird jedes Bild einzeln analysiert. Dazu werden die Schritte 2–4 zum Unterkapitel „Eigenschaften des visuellen Textes“ zusammengefasst. Der nächste Schritt ist die Analyse der Kopplung mit anderen Zeichensystemen, was bedeutet, dass die Beziehungen zwischen dem verbalen und piktoralen Text untersucht werden. Dabei geht es vor allem um die gram­matischen und thematischen Aspekte. Das Vorgehen von Stöckl wird hier mit der Methode von Brinker kombiniert (vgl. Abb. 4): Die Bilder werden in die Struktur der Wiederaufnahme der Textgegenstände eingegliedert. Nach Brinker sollen neben den sprachlichen auch die nicht-sprachlichen Textteile (z. B. Bilder) „im Hinblick auf ihre thematische Funktion“ (Brinker 2005, 160) analysiert werden. Bei der Analyse der thematischen Struktur geht Brinker so vor, dass er das Thema und die Themenhierarchie u. a. durch die Wiederaufnahmestruktur der wichtigen Textgegenstände bestimmt (vgl. 2005, 21 ff.). Es stellt sich die Frage, ob auch Bilder Elemente dieser Wiederaufnahmestruktur sein könnten. Sandig (vgl. 2000b, 12) meint, dass in Sprache-Bild-Texten die Elemente der Isotopieketten²⁰ sowohl sprachlich als auch bildlich gegeben sein können. Schröder stellt die Frage, „ob es nicht auch eine Art *komplexe Isotopie* im Text gibt, die zwischen den verbalen und nonverbalen Teilen durch die Rekurrenz gleicher oder ähnlicher Elemente konstituiert wird“ (Schröder 1993, 198 Anm.; Hervorhebung von Schröder). Hammer (1994) spricht von Bild- und Textpropositionen und untersucht den Beitrag von Bildern zur Funktion und zur Themenentfaltung. Brinker (2005, 121 ff.) analysiert eine Werbeanzeige, die ein Bild enthält. Dabei geht er so vor, dass er zuerst den sprachlichen Teil analy-

²⁰ Die Konzepte der Referenz und der Isotopie weisen viele Ähnlichkeiten auf. Auf beide Konzepte wird im Kapitel 4.1.2.4 ausführlicher eingegangen.

siert, dann beschreibt er das Bild und schließlich interpretiert er das Bild, indem er mögliche Beziehungen zwischen verschiedenen Aussagen des Textes und dem Bild herstellt – eigentlich ordnet er die Bildpropositionen den Textpropositionen zu. Bilder können zwar Textgegenstände, d. h. Textthemen, repräsentieren, eine Themenentfaltung kann einzelnen Bildern jedoch nur in Verbindung mit dem verbalen Text zugeschrieben werden: Bilder allein, ohne sprachliche Begleitung, können keine argumentative Themenentfaltung haben, sie lassen keine argumentative Entfaltung zu (vgl. Fix/Wellmann 2000, XII). Auch Nöth (vgl. 2000, 491) ist der Ansicht, dass logische Beziehungen nicht bildlich repräsentiert werden können.

Als Letztes werden die Funktion und der Verwendungszweck analysiert. In den Text- und Bildfunktionen sieht Muckenhaupt (vgl. 1986, XVI) den gemeinsamen Nenner der Text-Bild-Betrachtung. Auch Brinker (vgl. 2000b, 180; 2005, 125) erwähnt das Bild im Zusammenhang mit der Textfunktion. Bildliche Darstellungen gehören für ihn zu den textuellen Indikatoren der Textfunktion (vgl. Brinker 2000b, 180). Brinker unterscheidet folgende Grundfunktionen: Informationsfunktion, Appellfunktion, Obligationsfunktion, Kontaktfunktion, Deklarationsfunktion (2005, 113 ff.).

Die Autoren, die sich mit den Text-Bild-Beziehungen beschäftigen, betonen die informative und die appellative Funktion des Bildes:

Appellfunktion

- Aufmerksamkeit erregen (Brinker 2005, 125; Eberleh 1990, 70f.; Fix/Wellmann 2000, XI; Stegu 2000, 313)
- Interesse und Motivation hervorrufen (Eberleh 1990, 70f.)
- Bilder als Aufmacher und Hingucker in journalistischen Texten (Häusermann 2001, 187; Schneider/Raue 1996, 318)

Informationsfunktion

- Information übermitteln (Eberleh 1990, 70f.; Stegu 2000, 313)
- visuelle Parallelinformation bieten (von Hahn 1983, 126)
- schnelle Informationsvermittlung gewährleisten (Nöth 2000, 491)
- Anschaulichkeit fördern (Stegu 1988, 400; Thome 2005)

Es gilt zu untersuchen, worin der Beitrag des Bildes zur Funktion des Textes besteht; mit Stöckl gesagt, soll der Frage nachgegangen werden, „ob und wenn ja welche Textillokutionen die Bilder übernehmen bzw. welche dieser Illokutionen sie explizieren und komplementieren“ (Stöckl 2004, 114). Bei der Analyse der Textfunktion dient als Grundlage die Klassifikation der textuellen Grundfunktionen von Brinker. Zum Schluss wird zusammenfassend der Beitrag der Bilder zum Thema und Funktion des Makrotextes dargestellt.

Die Abbildung 4 soll zusammenfassend veranschaulichen, wie die Analysemethoden von Stöckl (2004) und Brinker (2005) im Analyseteil der vorliegenden Arbeit miteinander kombiniert werden.

Abb. 4. Das kombinierte Analyseraster nach Stöckl (2004) und Brinker (2005)

Analysemethode nach Stöckl (2004)	Analysemethode nach Brinker (2005)
Verwendungssituation	Handlungsbereich / Kommunikationssituation
Eigenschaften des visuellen Textes	Textstruktur (thematisch, grammatisch)
Kopplung mit anderen Zeichensystemen	
Funktion / Verwendungszweck	Textfunktion

4. Theoretische Grundlagen

4.1. Texttheorie

4.1.1. Zu sprachphilosophischen Grundlagen moderner Texttheorien

In diesem Kapitel sollen zwei wichtige sprachphilosophische Theorien kurz vorgestellt werden, auf die sich moderne Texttheorien, u. a. die Texttheorie von Klaus Brinker (2005), stützen: die Sprechakttheorie von John L. Austin und John R. Searle sowie die Argumentationstheorie von Stephen Toulmin. Anschließend wird die Entwicklung der Textlinguistik skizziert und schließlich wird die Fachdiskussion zu den Kriterien der Textualität beleuchtet. Dabei soll im Mittelpunkt der Darstellung die Texttheorie von Klaus Brinker stehen, die die theoretische Grundlage für die Textanalysen der vorliegenden Arbeit bildet.

4.1.1.1. Sprechakttheorie

Die Sprechakttheorie geht auf die sprachphilosophischen Arbeiten von J. L. Austin (1962/2002) und J. R. Searle (1969/2007; 1979/1998) zurück. Den Grundgedanken dieser Theorie formuliert Searle folgendermaßen:

Die Grundeinheit der sprachlichen Kommunikation ist nicht, wie allgemein angenommen wurde, das Symbol, das Wort oder der Satz [...], sondern die Produktion oder Hervorbringung des Symbols oder Wortes oder Satzes im Vollzug des Sprechaktes. (Searle 1969/2007, 30).

Damit wird der strukturalistischen Betrachtung der Sprache die handlungstheoretische entgegengesetzt. Searle (1969/2007, 31) betrachtet die Sprachtheorie als einen Teil der Handlungstheorie, „und zwar einfach deshalb, weil Sprechen eine regelgeleitete Form des Verhaltens ist“. Anders gesagt wird damit behauptet, „daß eine Sprache sprechen bedeutet, Sprechakte auszuführen [...], und daß die Möglichkeit dieser Akte allgemein auf bestimmten Regeln für den Gebrauch sprachlicher Elemente beruht und der Vollzug dieser Akte diesen Regeln folgt“ (Searle 1969/2007, 30). In den Sprechakten sieht Searle (1969/2007, 30) „die grundlegenden oder kleinsten Einheiten der sprachlichen Kommunikation“. Solche Sprechakte sind z. B. Behaupten, Befehlen, Versprechen usw. Searle (1969/2007, 33) bezieht Sprechakte auf Sätze: „Bei der Untersuchung der Bedeutung von Sätzen und bei der Untersuchung von Sprechakten“ handelt es sich „um **eine** Untersuchung unter zwei verschiedenen Gesichtspunkten“ (vgl. ebd., 33; Hervorhebung von mir – N. L.).

Ein Sprechakt besteht nach Searle (vgl. 1969/2007, 40 ff.) aus drei Teilen: dem Äußerungsakt, dem propositionalen Akt und dem illokutionären Akt. Der Äußerungsakt bedeutet die Äußerung von Wörtern, Morphemen, Sätzen und

bezieht sich auf die Form. Austin (1962/2002, 112) nennt den Äußerungsakt den „lokutionären Akt“, diese Bezeichnung übernimmt Searle nicht (vgl. 1969/2007, 40). Der propositionale Akt bezieht sich auf den Inhalt der Äußerung und besteht aus der Referenz und der Prädikation. Die Referenz ist ein „hinweisender Ausdruck“, sie verweist „auf einzelne Dinge“ und sie kann durch die Fragen „wer?“, „was?“, „welcher/e/es“ ermittelt werden. Die Prädikation sagt über dieses Ding etwas aus. So ist z. B. im Satz „John ist ein Mann“ „John“ die Referenz und „ist ein Mann“ die Prädikation; im Satz „Ein Mann kam“ ist „Ein Mann“ die Referenz und „kam“ die Prädikation (vgl. Searle 1969/2007, 45 f.). Der propositionale Akt ist immer mit dem illokutionären Akt verknüpft: Searle (vgl. ebd., 49) unterscheidet zwischen dem illokutionären Akt und dem propositionalen Gehalt des illokutionären Aktes. Der illokutionäre Akt zeigt an, als was die Äußerung verstanden werden soll (z. B. als Befehl oder Behauptung), d. h. er signalisiert die Funktion der Äußerung in der Kommunikation. Die beiden Sprechakte werden gleichzeitig vollzogen, denn sie betonen die verschiedenen Aspekte derselben Sache: die Form, die Bedeutung und die Funktion der Äußerung.

Searle veranschaulicht die Arten der Sprechakte an folgenden Beispielen:

1. Sam raucht gewohnheitsmäßig.
2. Raucht Sam gewohnheitsmäßig?
3. Sam, Rauch gewohnheitsmäßig!
4. Würde Sam doch gewohnheitsmäßig rauchen! (Searle 1969/2007, 39)

Der propositionale Gehalt besteht in allen vier Sätzen aus der Referenz „Sam“ – dem Objekt, auf das verwiesen wird, – und der Prädikation „raucht gewohnheitsmäßig“. Die Sätze unterscheiden sich jedoch in der illokutionären Rolle: Im ersten Satz handelt es sich um den illokutionären Akt des Behauptens, im zweiten des Fragens, der dritte Satz ist als Aufforderung zu verstehen und der vierte als Wunsch. Die illokutionäre Rolle der Äußerungen wird in den obigen Beispielen u. a. durch den Satztyp angezeigt. In konkreten Sprechsituationen wird die illokutionäre Rolle meistens aus dem Kontext ersichtlich; es gibt jedoch auch spezielle „performative“ Verben, die die illokutionäre Rolle explizit ausdrücken, z. B. „Ich behaupte“, „Ich entschuldige“, „Ich warne“ (vgl. Searle 1969/2007, 50).

Searle ergänzt die drei oben genannten Arten von Sprechakten – den Äußerungsakt, den propositionalen Akt und den illokutionären Akt – um den Begriff des „perlokutionären Aktes“, den er von Austin übernimmt (vgl. ebd., 42). Der perlokutionäre Akt bezeichnet „die Konsequenzen oder Wirkungen“, die die Sprechakte auf die Handlungen, Gedanken und Anschauungen der Zuhörer haben (vgl. ebd.). So kann z. B. der Satz „Ich komme morgen“ die illokutionäre Rolle eines Versprechens haben, d. h. vom Sprecher als Versprechen gemeint sein; beim Hörer kann er jedoch unterschiedliche Gefühle hervorrufen, z. B. Angst oder Freude, und ihn dementsprechend zu verschiedenen Handlungen veranlassen. Der perlokutionäre Akt ist nicht konventionalisiert, d. h. es gibt

keine Regeln, nach denen einem bestimmten illokutionären Akt ein bestimmter perlokutionärer Akt folgt. Nach Searle (1969/2007, 41 f.) sind illokutionäre und propositionale Akte dadurch charakterisiert, „daß Wörter im Satzzusammenhang in bestimmten Kontexten, unter bestimmten Bedingungen und mit bestimmten Intentionen geäußert werden“. Austin unterscheidet fünf Klassen von illokutionären Äußerungen:

1. Verdiktive Äußerungen (z. B. Urteilen, Schätzen, Bewerten, Taxieren);
2. Exerzitive Äußerungen (z. B. Anweisen, Drängen, Ratgeben, Warnen);
3. Komissive Äußerungen (z. B. Versprechen, Übernehmen von Verpflichtungen, Willens- und Absichtserklärungen, Parteinahmen);
4. Konduktive Äußerungen (z. B. Sichentschuldigen, Beglückwünschen, Empfehlen, Beileid-Aussprechen, Verwünschen und Herausfordern);
5. Expositive Äußerungen („Sie machen klar, welchen Platz unsere Äußerungen in einer Unterhaltung oder Diskussion haben, wie wir unsere Worte gebrauchen; allgemein gesprochen, verdeutlichen sie. Beispiele wären: 'Ich antworte', 'Ich behaupte' [...]"). (Vgl. Austin 1962/2002, 168 ff.).

Searle (1979/1998, 8) fasst die illokutionären Akte ebenfalls zu fünf Kategorien zusammen:

Wir sagen andern, was der Fall ist (Assertive), wir versuchen, sie dazu zu bekommen, bestimmte Dinge zu tun (Direktive), wir legen uns selbst darauf fest, gewisse Dinge zu tun (Komissive), wir bringen unsere Gefühle und Einstellungen zum Ausdruck (Expressive), und wir führen mit unseren Äußerungen Veränderungen in der Welt herbei (Deklarationen).

Austin versuchte, die illokutionären Akte an illokutionäre Verben zu binden. Searle (1979/1998, 9) behauptet demgegenüber, dass illokutionäre Verben und illokutionäre Akte nicht dasselbe bedeuten würden: „Der in der Sprechakttheorie meines Erachtens am weitesten verbreitete Fehler besteht darin, Merkmale illokutionärer Verben mit solchen illokutionärer Akte durcheinanderzubringen.“ Das betreffe nach Searle (vgl. ebd.) auch die Taxonomie von Austin (s. o.).

Die Sprechakttheorie dient als theoretische Grundlage für die pragmatisch ausgerichtete Textlinguistik, die den Text als eine komplexe sprachliche Handlung betrachtet. Der Begriff des propositionalen Aktes mit seinen Bestandteilen Referenz und Prädikation spielt bei der Untersuchung von Textkohärenz und Textstruktur eine wichtige Rolle. Auf dem Begriff des illokutionären Aktes baut Brinker den Begriff der Textfunktion auf.

4.1.1.2. Argumentationstheorie

Für die vorliegende Arbeit ist die Argumentationstheorie von Toulmin aus zwei Gründen relevant: Erstens, weil Brinker auf ihr die argumentative Form der

Themenentfaltung aufbaut,²¹ und zweitens, weil argumentative Strukturen in dem zu analysierenden Makrotext eine wichtige Rolle spielen.

Toulmin setzt sich bei der Erstellung seines Argumentationsmodells mit der seit Aristoteles existierenden Standardform der Argumentation kritisch auseinander. Dieses Modell besteht aus drei Behauptungen: „Unterprämisse; Oberprämisse; deshalb: Konklusion“ (Toulmin 1975, 87). Diese Art der Argumentation lässt sich am folgenden Beispiel veranschaulichen (ebd., 98):

Sokrates ist ein Mensch;
Alle Menschen sind sterblich;
Also ist Sokrates sterblich.

Toulmin bezweifelt, dass diese syllogistische Form der Argumentation immer hinreichend ausführlich oder deutlich wäre (vgl. Toulmin 1975, 87) und entwickelt ein Argumentationsmodell aus den Kategorien Daten (D), Schlussregeln (SR), Stützung (S), Operator (O), Ausnahmebedingungen (AB), Schlussfolgerung (K).²² Toulmin (ebd., 89 ff.) veranschaulicht dieses Modell am folgenden Beispiel: Die Behauptung (Konklusion)²³, dass Harry britischer Staatsbürger ist, kann durch die Tatsache (Datum) begründet werden, dass er auf den Bermudas geboren wurde. Diese Argumentation stützt sich auf „die allgemeine, hypothetische Aussage“ (Schlussregel), dass derjenige, der auf den Bermudas geboren wurde, im Allgemeinen britischer Staatsangehöriger ist. Die Daten und die Schlussregeln unterscheiden sich dadurch, dass auf die Daten explizit Bezug genommen wird, auf die Schlussregeln implizit. Hinter den Schlussregeln stehen weitere Versicherungen (Stützung), „ohne die die Schlussregeln selbst weder zulässig noch geläufig wären“ (ebd., 94). In der obigen Argumentation stützt sich die Schlussregel auf bestimmte Gesetze oder rechtliche Vorkehrungen. Die Gültigkeit der Behauptung kann durch einen Operator (z. B. „vermutlich“, „wahrscheinlich“) eingeschränkt werden. Harry ist britischer Bürger nur dann, wenn beide Elternteile keine Ausländer waren oder wenn er die Nationalität nicht gewechselt hat. Schematisch lässt sich diese Argumentation folgendermaßen (vgl. Abb. 5) darstellen²⁴:

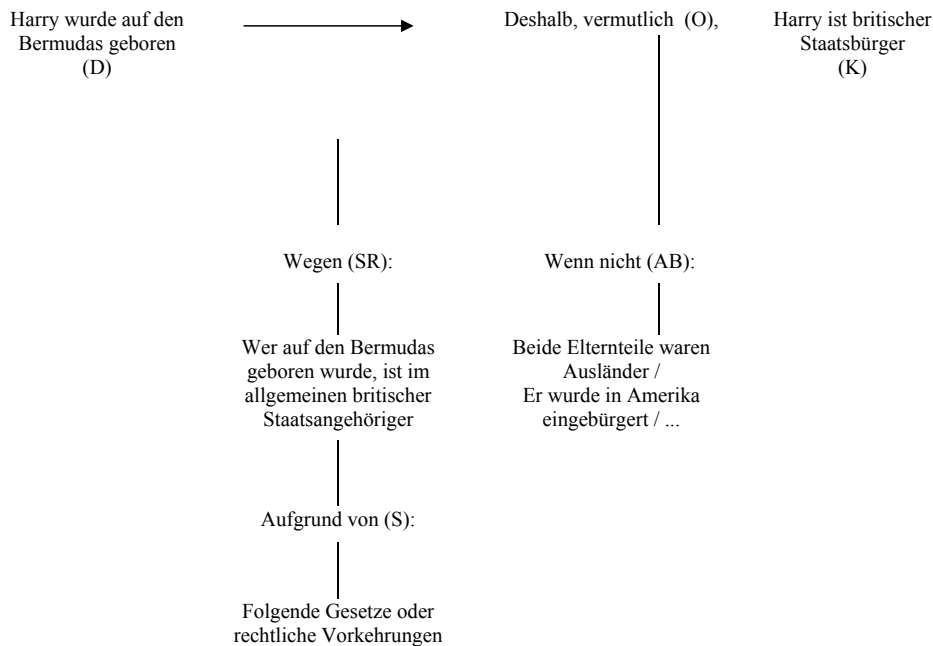
²¹ Brinker (2005, 79 ff.) behandelt das Argumentationsmodell von Toulmin im Zusammenhang mit der argumentativen Themenentfaltung, wobei er vom englischsprachigen Original von 1958 ausgeht; in der vorliegenden Arbeit dient als Grundlage die deutsche Übersetzung von 1975.

²² Die Terminologie und die Abkürzungen stammen aus der deutschsprachigen Übersetzung von 1975.

²³ „These“ bei Brinker (vgl. 2005, 80).

²⁴ Das Schema stammt aus der deutschen Übersetzung (vgl. 1975, 96) und ist ergänzt um die Abkürzungen der Kategorien.

Abb. 5. Das Argumentationsmodell nach Toulmin



Brinker (2005, 79 ff.) wendet dieses Argumentationsmodell, das ursprünglich von Sätzen ausging, auf Texte an und entwickelt es weiter unter besonderer Beachtung der Textsorte Kommentar.²⁵ Wie oben erwähnt, spielen argumentative Strukturen im Analysekorpus dieser Arbeit eine wichtige Rolle. Im Kapitel 11 wird versucht, das Argumentationsmodell von Toulmin einschließlich der Brinkerschen Ergänzung auf den Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ anzuwenden.

4.1.2. Die Texttheorie von Klaus Brinker

4.1.2.1. Zum Textbegriff

Seit etwa 40 Jahren versucht die Linguistik die Frage nach dem Wesen des Textes zu beantworten. Jedoch bis heute ist es den Textlinguisten nicht gelungen, sich auf einen für jeden Text geltenden allgemeinen Textbegriff zu einigen (vgl. Brinker 2005, 12; Adamzik 2004, 31 ff.; Klemm 2002a, 18 f.; Heinemann/Heinemann 2002, 64). Andererseits wird bezweifelt, ob es möglich und notwendig sei, einen solchen Textbegriff zu entwickeln (vgl. Brinker 2005, 12; ähnlich bei Adamzik 2004, 39; Sandig 2000; Klemm 2002b, 143 f.), denn die

²⁵ Zur Brinkerschen Ergänzung des Argumentationsmodells von Toulmin siehe Unterkapitel 4.1.2.3.

Bestimmung des Begriffs „Text“ ist u. a. von den jeweiligen Untersuchungszielen abhängig (vgl. Brinker 2005, 12). Klemm (2002a, 21) konnte insgesamt 50 Textdefinitionen auflisten, Heinemann/Heinemann (2002, 64) sprechen von „nahezu tausend Textdefinitionen“. Diese beachtliche Zahl der Textbegriffe ist einerseits durch die historischen Entwicklungsstadien dieser relativ jungen Teildisziplin der Linguistik zu erklären, andererseits ist sie durch die unterschiedlichen theoretischen Ansätze bedingt. Beide Ursachen sind eng miteinander verbunden, weil auf verschiedenen Etappen der Entwicklung verschiedene Ansätze im Vordergrund standen.

Vereinfacht kann man sagen, dass es zwei Hauptrichtungen in der Textlinguistik gibt – die sprachsystematisch orientierte und die kommunikationsorientierte Textlinguistik (vgl. Brinker 2005, 12 ff.). Die Anfänge der Textlinguistik liegen in den 60er Jahren, als die Beschränkung der linguistischen Forschung auf den Satz überwunden wurde und der Text als das primäre sprachliche Zeichen erkannt wurde (vgl. Brinker 2005, 13 f.). 1968 postulierte Peter Hartmann: „Es wird, wenn überhaupt gesprochen wird, nur in Texten gesprochen“ (Hartmann 1968, 212, zitiert nach: Klemm 2002a, 19). Als theoretische Grundlagen für die Textforschung dienten zu dieser Zeit die strukturalistische Linguistik und die generative Transformationsgrammatik, die das Sprachsystem (Langue, Kompetenz), das der Sprachverwendung (Parole, Performanz) zugrunde liegt, als ihr Untersuchungsgegenstand verstanden (vgl. Brinker 2005, 12 f.). Die sprachsystematisch orientierte Textlinguistik versteht den Text lediglich als eine „kohärente Folge von Sätzen“, wobei die Kohärenz rein grammatisch aufgefasst wird (vgl. Brinker 2005, 14). Auch Harweg, der 1968 „die erste großangelegte Untersuchung über die Organisation von Texten“ (Beaugrande/Dressler 1981, 24) verfasste, verstand den Text als Verkettung von sprachlichen Elementen und definierte ihn als „ein durch ununterbrochene pronominale Verkettung konstituiertes Nacheinander sprachlicher Einheiten“²⁶ (Harweg 1979, 148).

Die kommunikationsorientierte Textlinguistik, die sich seit den 70er Jahren entwickelt, stützt sich auf die von Austin und Searle entwickelte Sprechakttheorie²⁷. Nach diesem pragmatischen Ansatz ist der Text in eine Kommunikationssituation eingebettet und erfüllt als komplexe sprachliche Handlung eine bestimmte Funktion (vgl. Brinker 2005, 15).

Brinker entwickelte eine integrative Texttheorie, indem er beide Ansätze miteinander verband; dabei ist der sprachsystemorientierte dem pragmatischen Ansatz untergeordnet:

Denn dem pragmatischen Ansatz kommt innerhalb des gesamten textlinguistischen Forschungsprozesses insofern eine dominierende Bedeutung zu, als er den umfassendsten Aspekt der Textlinguistik repräsentiert. Bereits eine flüchtige Vergegenwärtigung des Ablaufs der Textproduktion kann zeigen, daß sowohl die Wahl der sprachlichen Mittel (grammatischer Aspekt) als auch die Entfaltung des

²⁶ Das Zitat ist im Original durch Sperrung hervorgehoben.

²⁷ Siehe dazu das Unterkapitel 4.1.1.

Themas bzw. der Themen eines Textes (thematischer Aspekt) kommunikativ gesteuert werden. (Brinker 2005, 17).

Auf der Grundlage der Erkenntnisse der beiden Richtungen formulierte Brinker (2005, 17) einen integrativen Textbegriff, der wie folgt lautet: „Der Terminus ‚Text‘ bezeichnet eine begrenzte Folge von sprachlichen Zeichen, die in sich kohärent ist und die als Ganzes eine erkennbare kommunikative Funktion signalisiert.“ Dieser Textbegriff verbindet die zentralen theoretischen Positionen der Textlinguistik miteinander (vgl. Brinker 2005, 9). Brinker entwickelt mit seiner Texttheorie „einen konsistenten textlinguistischen Beschreibungsapparat auf integrativer Basis“ (2005, 9), wobei er die einzelnen Schritte seiner textlinguistischen Analysemethoden theoretisch begründet und explizit an Beispielen veranschaulicht. Seine Texttheorie und die auf ihrer Grundlage entwickelte Analysemethoden ermöglichen eine ganzheitliche und zugleich detaillierte Textanalyse, die die sprachlichen und die außersprachlichen Aspekte miteinander verbindet.

Wie oben bereits erwähnt, gibt es keinen einzigen allgemein anerkannten Textbegriff; es existiert jedoch unter den Textlinguisten ein Konsens über die wichtigen Merkmale des Textes. Im Weiteren sollen diese Merkmale näher betrachtet werden, wobei die Erkenntnisse von Brinker im Mittelpunkt der Darstellung stehen werden. Zuerst werden die Kriterien der Textualität allgemein dargestellt, dann werden die pragmatischen und die sprachlichen Aspekte der Textualität behandelt.

Brinker (2005, 8) sieht die Aufgabe der Textlinguistik darin, „die allgemeinen Bedingungen und Regeln der Textkonstitution, die den konkreten Texten zugrunde liegen, systematisch zu beschreiben und ihre Bedeutung für die Textrezeption zu erklären.“ Anders gesagt, beschäftigt sich die Textlinguistik mit der Textualität – den „allgemeinen Bedingungen, die ein sprachliches Gebilde erfüllen muß, um überhaupt als Text zu gelten“ (Brinker 2005, 19). Vater bestimmt die Textualität ähnlich als „die Gesamtheit aller Eigenschaften, die einen Text zum Text machen, die ‚Textlichkeit‘“ (Vater 1994, 31). Die am häufigsten zitierten²⁸ Merkmale der Textualität sind die sieben Kriterien von Beaugrande/Dressler (1981, 3 f.): Kohäsion, Kohärenz, Intentionalität, Akzeptabilität, Informativität, Situationalität, Intertextualität. Die beiden ersten Kriterien Kohäsion und Kohärenz sind textzentrierte Begriffe. Unter Kohäsion werden die Wörter und Strukturen auf der Textoberfläche verstanden, sie „beruht auf grammatischen Abhängigkeiten“ (Beaugrande/Dressler 1981, 3 f.) Die Kohärenz betrifft dagegen die Tiefenstruktur des Textes, „die Konstellation von KONZEPTEN (Begriffen) und RELATIONEN (Beziehungen), welche dem Oberflächentext zugrundeliegen“ (ebd., 5; Hervorhebung von Beaugrande/Dressler). Das sind z. B. die Relationen der Kausalität, der zeitlichen Nähe, der

²⁸ Über die besondere Bedeutung der sieben Textualitätskriterien von Beaugrande/Dressler (1981) für die Textlinguistik siehe z. B. Adamzik 2004, 49; über ihre allgemeine Akzeptanz in der Textlinguistik siehe Stöckl 2004, 97.

Lokalisierung usw. Diese Relationen sind im Oberflächentext nicht immer explizit ausgedrückt (vgl. ebd., 7 ff.). Das Kriterium der Intentionalität hat etwas mit den Absichten des Textproduzenten zu tun, das Kriterium der Akzeptabilität bringt die Einstellungen des Textrezipienten zum Ausdruck. Beide Kriterien beziehen sich auf außersprachliche Gegebenheiten, und zwar auf die Funktion des Textes (vgl. ebd., 8 f.). Die Informativität bedeutet „das Ausmaß der Erwartetheit oder Bekanntheit [...] der dargebotenen Textelemente“ (ebd., 10 f.) und betrifft den Inhalt, d. h. den thematischen Aspekt des Textes. Das Kriterium der Situationalität bezieht sich auf die Funktion des Textes in der Kommunikationssituation. Unter dem letzten Kriterium, der Intertextualität, verstehen Beaugrande/Dressler (ebd., 12 f.) „die Faktoren, welche die Verwendung eines Textes von der Kenntnis eines oder mehrerer vorher aufgenommenen Texte abhängig machen“. Sandig fasst diese Textualitätskriterien folgendermaßen zusammen:

Texte als in der Regel komplexe Einheiten werden in Situationen (Situationalität) verwendet, **um** in der Gesellschaft Aufgaben **zu** lösen (Intentionalität / Textfunktion), die auf Sachverhalte (Thema; Kohärenz) bezogen sind. Kohäsion sorgt lokal für die Integration. (Sandig 2000a, 99; Hervorhebung von Sandig).

Beaugrande/Dressler betrachten die sieben Kriterien der Textualität als „KONSTITUTIVE PRINZIPIEN (nach Searle, 1969: 33f) von Kommunikation durch Texte: sie bestimmen und erzeugen die als Text-Kommunikation bestimmbare Verhaltensform, die zusammenbricht, falls sie zerstört werden“ (Beaugrande/Dressler 1981, 13 f.; Hervorhebung von Beaugrande/Dressler). In der Fachliteratur gibt es zahlreiche Versuche, diese Textualitätskriterien auf ihre Relevanz für verschiedene konkrete Texte und Textsorten zu überprüfen. Dabei wurde festgestellt, dass diese Kriterien in konkreten Texten unterschiedlich stark ausgeprägt sein oder fehlen können (vgl. Sandig 2000, 93 ff.; Adamzik 2004, 47 f.). Sandig entwirft ein prototypisches Konzept des Textes, nach dem es verschiedene Kategorien von Texten gibt, in denen bestimmte Textmerkmale dominieren; für jede Kategorie existieren prototypische Vertreter (vgl. dazu auch Adamzik 2004, 47 f.). Adamzik schließt sich der Betrachtungsweise von Sandig an und behandelt die Textualitätskriterien „nicht als (in mehr oder weniger großem Ausmaß) notwendig vorhandene Eigenschaften von Texten [...], sondern lediglich als Beschreibungsdimensionen für wesentliche Eigenschaften von (prototypischen) Texten“ (2004, 53). Als die wichtigsten Kriterien werden besonders häufig die Funktion und die Kohärenz genannt. Vater kommt zur Schlussfolgerung, dass von allen diesen Kriterien nur die Kohärenz obligatorisch sei:

Kohärenz stellt offenbar das dominierende Textualitäts-Kriterium dar; sie ist zentral für das Zustandekommen eines Textes: Auch wenn alle anderen von BEAUGRANDE/DRESSLER (1981) postulierten Kriterien nicht erfüllt sind, kann es sich, solange Kohärenz vorliegt, um einen Text handeln (Vater 1994, 65; Hervorhebung von Vater).

Brinker vertritt demgegenüber die Meinung, dass „eine kohärente, d.h. grammatisch und thematisch zusammenhängende Satzfolge als solche noch nicht das Kriterium der Textualität erfüllt; das erfolgt erst durch die kommunikative Funktion, die diese Satzfolge innerhalb einer Kommunikationssituation erhält“ (2005, 19). Für Heinemann/Viehweger (1991, 36) sind Texte ebenfalls vor allem „funktionale Einheiten“. Klemm sieht das auch so: „Die kommunikative Funktion und der soziale Sinn einer sprachlichen Äußerung sind aus meiner Sicht die am wenigsten verzichtbaren Kriterien der Textualität“ (2002b, 147). Sandig stellt fest, dass es mehrere Prototypen von Text gibt: „Themadominierte literarische vs. Gebrauchstexte und bei den Gebrauchstexten wieder die themadominierten vs. die funktionsdominierten“ (2000a, 101). Die Textfunktion sei jedoch das wichtigste der zentralen Merkmale des Textes (vgl. Sandig 2000a, 99, 108; 2000b, 3).

Im Weiteren sollen die pragmatischen (Kommunikationssituation und Funktion), die inhaltlich-semanticen (Thema) und die grammatischen (sprachliche Struktur) Aspekte der Textualität näher betrachtet werden. Diese Aspekte sind eng miteinander verbunden, weil sie verschiedene Seiten einer Sache, nämlich des Textes, zeigen.

4.1.2.2. Pragmatische Aspekte der Textualität: Kommunikationssituation und Funktion

Für Brinker ist der Text eine komplexe sprachliche Handlung, „die in eine konkrete Kommunikationssituation eingebettet ist und für die eine bestimmte kommunikative Funktion konstitutiv ist“ (Brinker 2000b, 175). Die Kommunikationssituation wird entscheidend durch das eingesetzte Medium bestimmt. Es werden fünf wichtige Medien unterschieden: Face-to-face-Kommunikation, Telefon, Rundfunk, Fernsehen und Schrift (vgl. Brinker 2005, 147). Auf den besonderen situativen Merkmalen der einzelnen Medien (Kommunikationsrichtung: dialogisch, monologisch; Art des Kontaktes: akustisch, optisch etc.; Sprache: gesprochen, geschrieben) sind verschiedene Kommunikationsformen begründet, z. B. das direkte Gespräch, das Telefongespräch, die Rundfunksendung, die Fernsehsendung, der Brief, der Zeitungsartikel, das Buch (vgl. ebd. 149 f.). Die Kommunikationsformen unterscheiden sich von den Textsorten dadurch, dass sie allein durch situative bzw. mediale Merkmale definiert sind, während die Textsorten in kommunikativ-funktionaler Hinsicht festgelegt sind, d. h., sie sind immer an eine (dominierende) kommunikative Funktion geknüpft (vgl. ebd., 148).

Im konkreten Kommunikationsprozess sind die wichtigsten Faktoren der Emittent und der Adressat „mit ihren sozialen und situativen Voraussetzungen und Beziehungen“ (Brinker 2000b, 178). Die Kommunikationspartner handeln in Kommunikationssituationen, die sich bestimmten gesellschaftlichen Bereichen zuordnen lassen, „für die jeweils spezifische Handlungs- und Bewertungsnormen gelten“ (Brinker 2005, 149). Solche Handlungsbereiche

sind z. B. „Alltagswelt, Welt der Wissenschaft, des Rechts, der Kunst, der Religion, der Wirtschaft, der Verwaltung, der Presse, der Politik“ (ebd.). Im Kapitel IX des HSK-Bandes 16.1 (2000, 604 ff.) werden zusätzlich zu dieser Aufzählung noch die Kommunikationsbereiche der Schule, der Medizin und der Gesundheit, des Sports und des Militärwesens genannt (vgl. dazu auch Adamzik 2004, 73).

Brinker unterscheidet nach dem Rollenverhältnis der Kommunikationspartner den privaten, den offiziellen und den öffentlichen Handlungsbereich. Im privaten Handlungsbereich kommunizieren Emittent und Rezipient als Privatpersonen miteinander, im offiziellen Bereich treten die Kommunikationspartner als Amtspersonen und/oder Institutionen auf. Der öffentliche Handlungsbereich kann sich mit dem offiziellen überschneiden und stellt einen Gegensatz zum privaten Handlungsbereich dar. Brinker bezieht die Bezeichnung „öffentlich“ vor allem auf die Medien der Massenkommunikation (vgl. 2005, 149 f.). Adamzik (2004, 54) betont die Notwendigkeit einer stärkeren Differenzierung zwischen den situativen und den funktionalen Dimensionen der Pragmatik, die „ansatzweise [...] auch schon bei Brinker gegeben [ist]“ (ebd., Anm. 7), und widmet dem situativen Kontext ein ganzes Kapitel.

In der Fachsprachenlinguistik behandelt Baumann (1998c) die Formen fachlicher Kommunikationsbeziehungen und fasst die Komponenten für ihre systematische Beschreibung zu drei Gruppen zusammen: (1) Elemente der Tätigkeitssituation, (2) Elemente der sozialen Situation und (3) Elemente der Umgebungssituation (vgl. ebd., 111 f.).

Der Handlungsbereich und die kommunikative Situation spielen eine wichtige Rolle für die Bestimmung der Textfunktion (vgl. Brinker 2005, 157 f.; Adamzik 2004, 56). Brinker definiert den Begriff „Textfunktion“ wie folgt:

Der Terminus „Textfunktion“ bezeichnet die im Text mit bestimmten, konventionell geltenden, d.h. in der Kommunikationsgemeinschaft verbindlich festgelegten Mitteln ausgedrückte Kommunikationsabsicht des Emittenten. Es handelt sich also um die Absicht des Emittenten, die der Rezipient erkennen soll, sozusagen um die Anweisung (Instruktion) des Emittenten an den Rezipienten, als was dieser den Text insgesamt auffassen soll, z. B. als informativen oder appellativen Text. (Brinker 2005, 100).

Brinker entwickelt eine homogene Klassifikation der Textfunktionen auf der Grundlage eines einheitlichen Kriteriums, „und zwar auf der Art des kommunikativen Kontakts, die der Emittent mit dem Text dem Rezipienten gegenüber zum Ausdruck bringt“ (ebd., 112). „Unter dem kommunikativ-funktionalen Aspekt der interpersonalen Beziehung“ kommt er zu folgenden textuellen Grundfunktionen:

- Informationsfunktion,
- Appellfunktion,
- Obligationsfunktion,
- Kontaktfunktion,
- Deklarationsfunktion. (Ebd., 112 f.).

Als Basis für diese Einteilung dient die auf den Satz bezogene Illokutionstypologie Searles²⁹, die Brinker auf den Text anwendet und entsprechend modifiziert. Searle geht davon aus, dass eine Sprechhandlung aus drei verschiedenen Arten von Teilhandlungen besteht: dem illokutiven Akt, dem propositionalen Akt und dem Äußerungsakt, „die der Sprecher in einer normalen Kommunikation allerdings zusammen und gleichzeitig ausführt“ (Brinker 2005, 93 f.). Die Proposition betrifft den Inhalt der Äußerung, die Illokution ihre Intention, d. h. ihren kommunikativen Zweck. Dem illokutiven Akt entspricht nach Brinker auf der Ebene des Textes der Begriff der Textfunktion (vgl. ebd., 101 und Brinker 2002, 41). Die Textfunktion ist nicht als bloße Addition von Satz-Illokutionen zu verstehen, weil einzelne Sätze des Textes an sich „keine unmittelbare Handlungsqualität“ besitzen, „der Handlungscharakter kommt dem Text als Ganzem zu“ (Brinker 2005, 99; vgl. Brinker 2000b, 177). Texte können mehrere illokutionäre Handlungen enthalten, doch in der Regel bestimmt nur eine von ihnen den Kommunikationsmodus. Diese dominante Funktion wird als Textfunktion bezeichnet (vgl. Brinker 2005, 89 ff.).

Informationsfunktion

Die Intention der informativen Texte besteht darin, dass der Textemittent dem Textrezipienten zu verstehen gibt, „daß er ihm Wissen vermitteln, ihn über etwas informieren will“ (Brinker 2005, 113). Zu den Textsorten mit der Informationsfunktion zählt Brinker Nachrichten, Berichte und Beschreibungen (vgl. ebd., 114). Die Informationsfunktion ist oft mit thematischen Einstellungen verbunden, „die sich auf den Sicherheitsgrad, der Wahrscheinlichkeitswert des Wissens beziehen, das der Emittent von der Wahrheit des Textinhalts besitzt“ (ebd., 113). Ebenfalls kann sie sich mit der wertenden, evaluativen Themeneinstellung verbinden. In diesem Fall informiert der Emittent den Rezipienten darüber, dass er etwas gut oder schlecht findet, ohne ihn beeinflussen zu wollen (vgl. ebd., 114). Die informative Textfunktion können also sowohl sachbetonte als auch meinungsbetonte Texte haben (vgl. ebd., 115). Darüber, welche Funktion einer konkreten wertenden Aussage zugeschrieben werden kann, entscheidet der Kontext und/oder die Textsorte (vgl. ebd., 116).

Appellfunktion

Die Appellfunktion besteht nach Brinker darin, dass der Emittent dem Rezipienten zu verstehen gibt, „daß er ihn dazu bewegen will, eine bestimmte Einstellung einer Sache gegenüber einzunehmen (Meinungsbeeinflussung) und/oder eine bestimmte Handlung zu vollziehen (Verhaltensbeeinflussung)“ (Brinker 2005, 117). Unter den Textsorten mit appellativer Textfunktion nennt Brinker folgende: Werbeanzeige, Propagandatext, Kommentar, Arbeitsanleitung, Gebrauchsanweisung, Rezept, Gesetzestext, Gesuch, Antrag, Bittschrift, Predigt usw. (vgl. ebd., 118). Unter den aufgezählten Textsorten bilden die Arbeitsan-

²⁹ Siehe dazu das Kapitel 4.1.1.1.

leitung, die Gebrauchsanweisung und das Rezept eine besondere Variante der Appellfunktion, die man mit dem Begriff „Instruktion“ zusammenfassen kann:

Der Emittent will in Texten dieser Art den Rezipienten prinzipiell nicht zu einer unmittelbaren Handlung veranlassen, sondern ihn über bestimmte Handlungsschritte und -möglichkeiten informieren [...]. Die kommunikative Funktion dieser Texte ist als Wenn-dann-Relation explizierbar [...]. (Brinker 2005, 119).

Von der expliziten Aufforderung unterscheidet sich die Instruktion dadurch, dass sie Kenntnisse vermittelt und die Handlungskompetenz des Rezipienten erweitert, während die unmittelbare Aufforderung „vielmehr das Interesse des Emittenten an der Durchführung der in der Proposition bezeichneten Handlung“ ausdrückt (ebd., 119). Thematische Einstellungen, die mit der Appellfunktion verbunden sind, lassen sich in zwei Gruppen einteilen: Erstens sind es die Einstellungen, „die in der Regel die Appellfunktion indizieren“ und zweitens diejenigen Einstellungen, „die zwar oft, aber nicht immer auf diese Funktion bezogen sind“ (ebd., 120). Zur ersten Gruppe gehören die normative Einstellung und die Einstellungen, die Interessen, Bedürfnisse, Wünsche, Präferenzen des Textemittenten selbst ausdrücken. Die zweite Gruppe bilden evaluative Einstellungen, wobei der Emittent anstrebt, dass der Rezipient seine Bewertung des Sachverhalts übernimmt (vgl. ebd., 120 f.).

Obligationsfunktion, Kontaktfunktion, Deklarationsfunktion

Die Obligations-, Kontakt- und Deklarationsfunktion sind für das Analysekörpus weniger relevant, deshalb gehen wir auf sie nur kurz ein. Ihre Beschreibung soll lediglich einer besseren Abgrenzung der Informations- und Appellfunktion dienen. Zu den Textsorten mit Obligationsfunktion gehören nach Brinker u. a. Vertrag, Vereinbarung, Garantieschein, Angebot. In solchen Texten verpflichtet sich der Emittent dem Rezipienten gegenüber eine bestimmte Handlung zu vollziehen (vgl. Brinker 2005, 126 f.). In den Texten mit Kontaktfunktion gibt der Emittent dem Rezipienten zu verstehen, „daß es ihm um die personale Beziehung zum Rezipienten geht (insbesondere um die Herstellung und Erhaltung des persönlichen Kontakts)“ (ebd., 127). Diese Funktion erfüllen z. B. Danksagungen, Kondolenzschreiben, Gratulationen (vgl. ebd., 128 f.). Durch Texte mit Deklarationsfunktion wird eine Handlung vollzogen: „Der Emittent gibt dem Rezipienten zu verstehen, daß der Text eine neue Realität schafft, daß die (erfolgreiche) Äußerung des Textes die Einführung eines bestimmten Faktums bedeutet“ (ebd., 129). Textsorten mit dieser Funktion sind u. a. Ernennungsurkunde, Testament, Schuldspruch, Bevollmächtigung, Bescheinigung (vgl. ebd., 129).

Die Textfunktion bestimmt zusammen mit situativen und medialen Gegebenheiten die thematische und grammatische Struktur des Textes (vgl. Brinker 2005, 130) sowie die Textkohärenz insgesamt: „In der kommunikativen Funktion, die der Text innerhalb eines Kommunikationsprozesses erhält, sieht

die pragmatisch ausgerichtete Textlinguistik letztlich die Kohärenz des Textes begründet“ (Brinker 2000b, 175).

4.1.2.3. Inhaltlich-thematische Aspekte der Textualität: Kohärenz und Thema

Kohärenz

Aus der Auffassung Brinkers darüber, dass die Kohärenz auch pragmatische, d. h. situative und funktionale, Aspekte enthält, lässt sich schlussfolgern, dass es zwei Auffassungen des Begriffes „Kohärenz“ gibt – eine engere und eine weitere. Die Kohärenz im engeren Sinne bedeutet den semantisch-inhaltlichen Zusammenhang des Textes und ist textbezogen. In einer weiten Bedeutung umfasst die Kohärenz neben dem semantisch-inhaltlichen Aspekt auch noch die pragmatische Dimension, d. h. die außersprachlichen Gegebenheiten. Bei Brinker gehört zum Begriff der Kohärenz außerdem noch die grammatische Oberflächenstruktur des Textes, die andere Autoren „Kohäsion“ nennen.³⁰ Im Unterschied zu einigen anderen textlinguistischen Arbeiten verzichtet Brinker auf den Begriff der Kohäsion – er findet die Unterscheidung zwischen Kohäsion und Kohärenz unnötig, weil zwischen expliziten und impliziten Formen textueller Kohärenz ein enger Zusammenhang besteht. Brinkers Kohärenzkonzept umfasst grammatische, thematische und pragmatische Aspekte; dabei können die Kohärenzbeziehungen explizit oder implizit vorhanden sein (vgl. Brinker 2005, 18 Anm.; Brinker 2000a, 168). Diesem umfassenden Konzept der Kohärenz schließt sich auch Adamzik an. Sie sieht in der Kohärenz keine „eigenständige Dimension“, sondern vielmehr ein „regulatives Prinzip von Textproduktion und -rezeption“ (Adamzik 2004, 58).

Auch die Fachsprachenlinguistik geht von einem komplexen Begriff der Kohärenz aus. Bezogen auf die Fachtexte ergibt sich die pragmatische Kohärenz „ziemlich direkt aus der Beschaffenheit der Objekte und dem Ablauf der Prozesse, die in ihnen dargestellt werden“ (Hoffmann 1988, 170). Die fachlichen Zusammenhänge, die der Text darstellt, werden nach Hoffmann (1998, 260) „bei der Versprachlichung explizit oder wenigstens implizit reproduziert“. Die thematische oder semantische Kohärenz „ist in Fachtexten eigentlich nichts anderes als lexikalisierte pragmatische Kohärenz in der Linearität, d. h. die [...] Benennungen von Objekten, Prozessen und ihren Merkmalen erscheinen nun in geordneter Folge als Isotopieketten und -stränge“³¹ (Hoffmann 1988, 171). Die syntaktische Kohärenz erzeugt Beziehungen zwischen den Elementen des Textes und gewährleistet damit einen zusätzlichen inneren Zusammenhalt des Textes (vgl. Hoffmann 1998, 472 f.). Die Ausprägung der syntaktischen Kohärenz ist in Fachtexten von der Textsorte abhängig (vgl. Hoffmann 1988, 170). Die Kohärenzbeziehungen in Fachtexten haben ihre Besonderheiten – so sind in

³⁰ Z. B. Beaugrande/Dressler 1981, Sandig 2000a.

³¹ Verweis auf Agricola 1979, S. 33 und 41.

ihnen die pragmatische und die semantische Kohärenz besonders stark ausgeprägt, weil der Kommunikationsgegenstand als Bestandteil eines Kenntnissystems den Text beherrscht (vgl. ebd.).

Thema

Das Textthema als wichtiges Kriterium der Textualität gehört zu den inhaltlich-semantischen Aspekten der Kohärenz und „bestimmt weitgehend die Kohärenzbeziehungen im Text“ (Vater 1994, 66). Weinrich (vgl. 1993, 369) behauptet, dass jeder Text, der verstanden werden will, ein Thema oder mehrere Themen haben muss; ein Text ganz ohne Thema wäre ein „Unsinnstext“.

Zu einem der ältesten und bekanntesten Thema-Konzepten der Linguistik gehört die Thema-Rhema-Gliederung der Prager Schule. Kurz zusammengefasst bedeuten die beiden zentralen Begriffe der „funktionalen Satzperspektive“, wie dieses Konzept noch genannt wird, folgendes: „Thema“ ist das, worüber etwas mitgeteilt wird, ist also die bekannte Information, und „Rhema“ bedeutet das, was über das Thema mitgeteilt wird, d. h. die neue Information. Aus diesem ursprünglich auf den Satz bezogenen Thema-Konzept entwickelte F. Daneš in den 60er Jahren das Konzept der „thematischen Progression“, das helfen soll, die thematische Struktur von Texten zu beschreiben (vgl. Brinker 2005, 49).

Ein weiteres bekanntes Thema-Konzept ist das Makro- und Superstrukturkonzept von van Dijk (1980), das davon ausgeht, dass Texte Oberflächen- und Tiefenstruktur haben. Danach lässt sich die „globale Bedeutung“ des Textes, d. h. seine thematische Makrostruktur, dadurch ermitteln, dass aus den Propositionen des Oberflächentextes durch Auslassen, Verallgemeinern und Konstruieren Makropropositionen abgeleitet werden (vgl. Brinker 2005, 52 f.).

Agricola definiert das Thema wie folgt: „Das Thema ist ein als Konstitutions- (Ableitungs-) Basis für den Text fungierender Grund- oder Hauptgedanke und damit ein logischer Bezugspunkt, Ausgangspunkt und Ergebnis des Textes“ (Agricola 1979, 68; Hervorhebung von Agricola). Eine wesentliche Komponente des Textthemas ist der Informationskern, worunter Agricola „die statische, konzentrierte, formalisierte Fassung der Textbedeutung, d. h. des Gesamtinhalts des Textes [...]“ versteht (Agricola 1979, 67).

Nach Lötschers (vgl. 1987, 76) Meinung gehen die existierenden Thematikdefinitionen jeweils von einem bestimmten Texttyp aus. Die Definition des Themas als Problemstellung bezieht sich z. B. auf argumentierende Texte, die Auffassung vom Thema als Informationskern eignet sich für narrative Texte und die Definition des Themas als zentraler Gegenstand geht von deskriptiven Texten aus (vgl. ebd.).

Daß es unterschiedliche Themabegriffe für unterschiedliche Texttypen gibt, ist prinzipiell [...] weder erstaunlich noch unbedingt bedauerlich. Die Vielfalt ist theoretisch jedoch trotzdem nur dann akzeptierbar, wenn die verschiedenartigen Themabegriffe gleichzeitig als texttypenspezifische Konkretisierungen eines allgemeinen Themabegriffs erscheinen. (Lötscher 1987, 124).

Lötscher bietet eine allgemein gefasste Definition des Themas als „zu behandelndes mangelndes Objekt“ (vgl. ebd., 99). Er geht im Rahmen einer handlungstheoretischen Auffassung von Texten davon aus, „daß Texte wie andere Handlungen eine mangelhafte Situation in eine befriedigendere Situation überführen sollen“ (ebd., 125). Allerdings schränkt Lötscher seinen Themabegriff ein und wendet ihn nicht auf Texte mit Kontaktfunktion („primär beziehungsorientierte Texte“) und mit Deklarationsfunktion („Vollzug eines Rituals“) an (vgl. ebd., 125).

Bei der Behandlung des Begriffs „Thema“ geht Brinker von der folgenden Feststellung aus:

Die den Arbeiten von van Dijk (aber auch von Agricola, Dressler u. a.) zugrunde liegende Hypothese von der Existenz einer semantisch-thematischen Textbasis erscheint als durchaus plausibel; sie entspricht [...] unserem alltagssprachlichen Thema-Konzept [...] (Brinker 2005, 54).

Für ihn ist das Thema der „Kern des Textinhalts, wobei der Terminus ‚Textinhalt‘ den auf einen oder mehrere Gegenstände (d. h. Personen, Sachverhalte, Ereignisse, Handlungen, Vorstellungen usw.) bezogenen Gedankengang eines Textes bezeichnet“³² (ebd., 56). Das Textthema kann entweder sprachlich im Text (z. B. im Titel) realisiert sein oder muss aus dem Textinhalt abstrahiert und als „größtmögliche Kurzfassung des Textinhalts“ formuliert werden. Die Bestimmung des Themas hängt vom Gesamtverständnis des Textes ab und kann nicht mechanisch erfolgen (vgl. ebd.).

Aus der Wiederaufnahmestruktur³³ der Textgegenstände wird die thematische Struktur des Textes ersichtlich (vgl. Brinker 2005, 160). Mit „Wiederaufnahme“ meint Brinker die Referenzbeziehungen im Text, d. h. die Art und Weise, wie auf denselben Textgegenstand Bezug genommen wird (vgl. 2005, 21 Anm.). In der Struktur der Wiederaufnahme wird die Einheitlichkeit des Textgegenstandes sprachlich ausgedrückt (vgl. Brinker 2005, 46). Die dominierenden Referenzträger sind die Hauptgegenstände des Textes (vgl. ebd., 46).

Wenn man [...] Hauptgegenstände [...] als die Referenzträger definiert, die mit einer gewissen Stetigkeit und Kontinuität wiederaufgenommen werden, so kann die Art und Weise, in der Haupt- und Nebengegenstände oder verschiedene Hauptgegenstände in einem Text miteinander kombiniert werden (sprachlich verkörpert in der jeweiligen Anordnung der verschiedenen Wiederaufnahmen), für die Analyse der thematischen Struktur zahlreicher Texte durchaus aufschlussreich sein (Brinker 2005, 46).

³² Für Langer (1995, 88) bedeutet der Textgegenstand als Bestandteil des Themas „sowohl einen, mehrere oder Klassen von festen Körpern als auch Handlungen, Orte, Zeitpunkte und -räume, Abstrakta und Ideen, kurz: alles, worüber man sich unterhalten kann“.

³³ Im Kapitel 4.2.3.3. wird auf den Begriff der Wiederaufnahme und auf ihre Formen ausführlicher eingegangen.

In der Analyse der Wiederaufnahmeverhältnisse sieht Brinker eine gute Grundlage für die Beschreibung der thematischen Struktur und die Themenprogression des Textes.³⁴ Das bedeutet jedoch nicht, dass zwischen Wiederaufnahmekonstruktion und thematischer Gliederung eine 1:1-Beziehung existieren muss (vgl. Brinker 2005, 48). Das Textthema (als Inhaltskern) bezieht sich nicht nur auf den kommunikativen Gegenstand eines Textes (den dominierenden Referenzträger), sondern umfasst auch das, was im Text „in nuce“ über diesen zentralen Gegenstand ausgesagt wird, d. h. den Grund- oder Leitgedanken eines Textes (Brinker 2000a,169). Das Hauptthema des Textes lässt sich anhand der durch eine pragmatische Analyse festgestellten Textfunktion ermitteln,³⁵ weil sich Thema und kommunikative Funktion gegenseitig bedingen (vgl. Brinker 2000a,169; ähnlich in Brinker 2005, 57).

Thematische Entfaltung

Zur Analyse der thematischen Struktur gehört neben der Bestimmung des Themas die Analyse der thematischen Entfaltung, worunter Brinker (2005, 61) die „gedankliche Ausführung des Themas“ versteht.

Da die Themenentfaltung wesentlich durch kommunikative und situative Faktoren (wie Kommunikationsintention und Kommunikationszweck, Art der Partnerbeziehung, der Partnereinschätzung usw.) gesteuert wird, sind grundsätzlich verschiedene Möglichkeiten der Entfaltung eines Themas gegeben (ebd.).

Brinker unterscheidet vier Grundformen der thematischen Entfaltung: die deskriptive (beschreibende), die explikative (erklärende), die argumentative (begründende) und die narrative (erzählende) Themenentfaltung (vgl. ebd., 64 ff.).

Zu den wichtigsten thematischen Kategorien der Deskription zählt Brinker Spezifizierung (Aufgliederung) und Situierung (Einordnung): „Bei der deskriptiven Themenentfaltung wird ein Thema in seinen Komponenten (Teilthemen) dargestellt und in Raum und Zeit eingeordnet“ (ebd., 65). Brinker unterscheidet drei grundlegende Varianten der thematischen Entfaltung nach der Art des Themas:

- a) Das Thema bezeichnet einen einmaligen Vorgang, ein historisches Ereignis (ebd., 65).
- b) Das Thema bezeichnet einen regelhaft (generalisierbar, wiederholbar) dargestellten Vorgang (ebd., 66).
- c) Das Thema bezeichnet ein Lebewesen oder einen Gegenstand (ebd., 68).

Die narrative Themenentfaltung ist vor allem für Alltagserzählungen charakteristisch (vgl. Brinker 2005, 69), kommt aber auch in Fachtexten vor, z. B. in

³⁴ Weinrich (1993, 369) sieht es ähnlich: „Am deutlichsten wird die Thematik eines Textes an der textuellen Rekurrenz einiger seiner Referenten erkennbar“.

³⁵ Auf einen engen Zusammenhang zwischen Textthema und Textfunktion weist auch Löttscher hin (vgl. 1987, 126).

Sportberichten (vgl. Harweg 1993, 848 ff.). Brinker analysiert die narrative Themenentfaltung am Beispiel der Textsorten Predigt (2005, 73 ff.) und Alltagserzählung (1996, 279 ff.). Er wendet dabei sein Modell der narrativen Themenentfaltung an, das aus den thematischen Grundkategorien Situierung, Repräsentation und Resümee besteht. Brinker entwickelte dieses Modell aus dem Strukturmodell der Erzähltexte von Labov/Waletzky (1967/1973), das von den thematischen Kategorien Orientierung, Komplikation, Evaluation, Resolution und Coda ausgeht. Die explikative Themenentfaltung liegt dann vor, wenn im Text ein Sachverhalt (Explanandum, d. h. das zu Erklärende) aus anderen Sachverhalten (Explanans, d. h. das Erklärende) logisch abgeleitet wird (vgl. Brinker 2005, 75). Das Explanans besteht aus „Anfangs- oder Randbedingungen [...] einerseits und den allgemeinen Gesetzmäßigkeiten [...] andererseits“ (ebd.). Als typische Textsorten mit der explikativen Themenentfaltung nennt Brinker (vgl. ebd., 79) Lehrbücher, populärwissenschaftliche und wissenschaftliche Texte – also Texte, die Wissenserweiterung anstreben. Die explikative Themenentfaltung verbindet sich häufig mit der deskriptiven Themenentfaltung; sie kann aber auch als ein Bestandteil der Argumentation auftreten (vgl. ebd.).

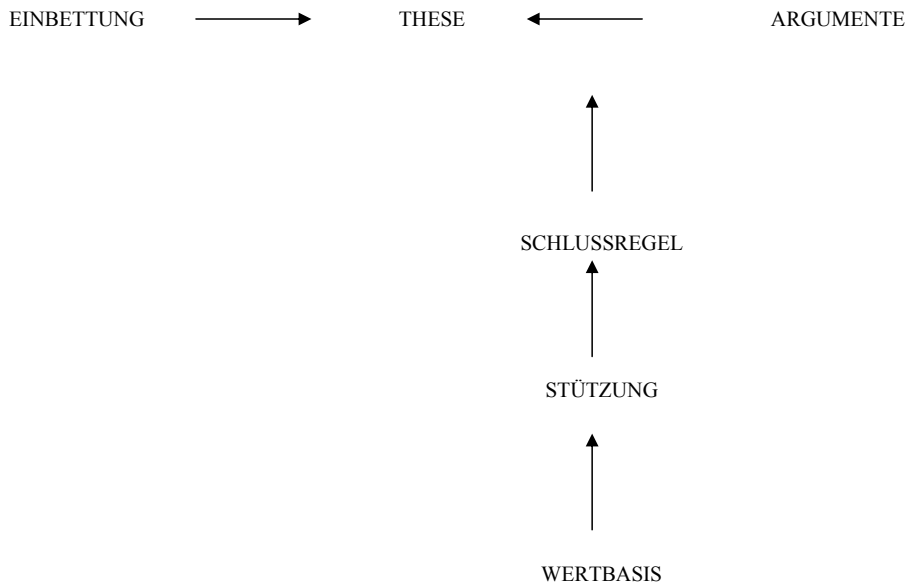
Bei der Darstellung der argumentativen Themenentfaltung orientiert sich Brinker an dem Argumentationsmodell von S. Toulmin, das im Kapitel 4.2.2. vorgestellt wurde:

Der Emittent begründet eine (strittige) Behauptung bzw. These [...], die das Textthema repräsentiert, durch Argumente [...]. Dass die angeführten Daten (Tatsachen) überhaupt Argumente für die These sein können, [...] wird durch eine Schlussregel gerechtfertigt. (Brinker 2005, 80).

Toulmin hat sein Argumentationsmodell auf der Grundlage von Sätzen entwickelt, Brinker wendet es auf Texte an (vgl. 2005, 81, 87). Brinker ergänzt dieses Modell um zwei neue Kategorien: die Einbettung und die Wertbasis. Die Einbettung stützt die Argumentation, indem sie die Nachrichtengrundlage schafft und die These und Argumente in einen bestimmten Kontext eingliedert. Aus der „konsensuell präsupponierten Wertbasis“ ist die mögliche Stützung abgeleitet, sie bildet die Grundlage für die gesamte Argumentation (vgl. 2005, 85 ff.). Brinker demonstriert sein modifiziertes Argumentationsmodell an einem konkreten Zeitungstext und kommt im Ergebnis zur folgenden Argumentationsstruktur (Brinker 2005, 86)³⁶:

³⁶ Da sich dieses Modell auf einen konkreten Text bezieht, der hier nicht behandelt wird, wurde auf die Angabe der Textsegmente verzichtet, die den Kategorien entsprechen.

Abb. 6. Das Argumentationsmodell nach Brinker



In diesem Modell sind nur die zentralen Kategorien des Argumentationsmodells angegeben, weil die Kategorien „Modaloperator“ und „Ausnahmebedingungen“³⁷ in diesem konkreten Text nicht vorkommen (vgl. 2005, 86 Anm.). Am wichtigsten ist für die argumentative Themenentfaltung der Zusammenhang von These, Argumenten, Schlussregel und Stützung (vgl. Brinker 2005, 87). Die Kategorie der Wertbasis ist i. d. R. nicht explizit realisiert (vgl. ebd.). Im Kapitel 11 wird ein Versuch unternommen, die Argumentationsstruktur des zu untersuchenden Makrotexes mit Hilfe des modifizierten Argumentationsmodell von Brinker darzustellen.

4.1.2.4. Grammatische Aspekte der Textualität

Die grammatische Kohärenz³⁸ eines Textes entsteht durch die Wiederaufnahme der Referenzträger, durch deiktische Elemente, die auf die Gegenstände des Textes verweisen, durch die Tempuskontinuität und durch Konnektoren, die einzelne Elemente miteinander verbinden und die Art dieser Verbindung signalisieren (vgl. Brinker 2005, 41 f., 158; Langer 1995, Kap. 4). Diese Kohärenzbeziehungen auf der Textoberfläche werden von einigen Autoren als „Kohäsion“ bezeichnet. Wie oben bereits erwähnt, benutzt Brinker (2005, 157) in dieser Bedeutung die Bezeichnung „grammatische Kohärenz“.

³⁷ Vgl. das Modell von Toulmin (Abb. 5 im Kapitel 4.1.1.2.).

³⁸ In Langer (1995, 83 ff.) „verbale Kohärenz“.

Wiederaufnahme

Das Prinzip der Wiederaufnahme besitzt eine besondere Bedeutung für die Konstitution und Kohärenz des Textes, u. a. für seine grammatische Struktur (vgl. Brinker 2005, 21; 2000a, 165). Die referentiellen (wiederaufnehmenden) Beziehungen können im Text explizit oder implizit ausgedrückt werden und verschiedene Formen annehmen. Die einfachste Form der expliziten Wiederaufnahme ist die Repetition, d. h. die Wiederaufnahme durch dasselbe Wort (vgl. Brinker 2005, 29). Solche Wiederholung wird noch „Rekurrenz“ genannt (vgl. Langer 1995, 87).³⁹ Die Wiederaufnahme derselben Referenzträger kann auch durch ein anderes Substantiv oder ein Pronomen erfolgen (vgl. Brinker 2005, 30). Die Ersetzung eines sprachlichen Ausdrucks durch einen anderen heißt bei Harweg (1979, 20) „Substitution“. Eine Substitutionsbeziehung kann z. B. durch Synonyme, Hyponyme, Hyperonyme usw. ausgedrückt werden. Zu den Pro-Formen gehören vor allem Personalpronomen, Demonstrativpronomen, Adverbien, Pronominaladverbien (vgl. Brinker 2005, 33 ff.). Brinker bestimmt die Pro-Formen wie folgt:

Wir wollen (im Anschluss an W. Dressler, H. Vater u. a.) nur die Ausdrücke Pro-Formen nennen, die wie die genannten Pronomen und Adverbien aufgrund ihres minimalen Bedeutungsinhalts ausschließlich dazu dienen, andere sprachliche Einheiten referenzidentisch wiederaufzunehmen (Brinker 2005, 33).

Fijas (1998, 391 ff.) rechnet zu Pro-Formen außerdem noch Pro-Substantive wie *Situation*, *Problem* usw. Nach Langer (1995, 121 f.) gehören zu Pro-Formen auch solche Wörter und Wortgruppen, die größere Texteinheiten vertreten; sie nennt sie „Pro-Sätze“, „Pro-Kapitel“ usw.

Bezogen auf die Richtung der Wiederaufnahme unterscheidet man anaphorische (zurückverweisende) Pro-Formen, wenn die Pro-Form dem Bezugsausdruck folgt, und kataphorische (vorausweisende) Pro-Formen, z. B. *folgendes* (vgl. Brinker 2005, 34).

Die kataphorische Textverknüpfung ist in besonderer Weise geeignet, beim Leser Spannung und die Erwartung auf neue Informationen zu erwecken. Das dürfte wohl der Grund für die häufige Verwendung der kataphorischen Wiederaufnahme in der Literatur und in den Zeitungstexten sein. (Brinker 2005, 35).

Für die bis jetzt behandelten Formen der expliziten Wiederaufnahme ist die Referenzidentität (Bezeichnungsgleichheit) charakteristisch, d. h. sie beziehen sich auf das gleiche außersprachliche Objekt, den Referenzträger (vgl. Brinker 2005, 27). Bei der impliziten Wiederaufnahme besteht zwischen dem wiederaufnehmenden und dem wiederaufgenommenen Ausdruck keine Referenz-

³⁹ Langer (1995) untersucht aus textgrammatischer Sicht Kohärenzbeziehungen in ausgewählten Textsorten. Ihre detaillierte Darstellung der grammatischen Kohärenz dient neben der Klassifikation der Wiederaufnahmeverhältnisse von Brinker (2005) als Grundlage für die Textanalysen der vorliegenden Arbeit.

identität, d. h. sie beziehen sich auf unterschiedliche Referenzträger. Die Beziehungen zwischen ihnen sind einer anderen Art: Die Teil-von-Beziehung oder Enthaltenseinsrelation ist die wichtigste davon (vgl. Brinker 2005, 36.) In der textlinguistischen Forschung werden solche Beziehungen „semantische Kontiguität“ genannt, was „begriffliche Nähe“, „inhaltliche Berührung“ bedeutet (vgl. Brinker 2005, 37; Harweg 1979, 195). Brinker unterscheidet in Anlehnung an Harweg (1968) logische (begriffliche), ontologische (naturgesetzlich begründete) und kulturelle Kontiguitätsverhältnisse (vgl. Brinker 2005, 37). Harweg (1968), Langer (1995), Girth (2004), Vater (1994) u. a. nehmen eine weitere Differenzierung der Typen der expliziten und impliziten Wiederaufnahme vor, auf deren Darstellung hier aus Platzgründen verzichtet wird.

Die Wiederaufnahmestruktur des Textes lässt sich in Form von Ketten darstellen, die in der Fachliteratur als „syntagmatische Substitutionsketten“ (Harweg 2001, 262), „Referenzketten“, „Ketten koreferentieller Ausdrücke“ (Langer 1995, 95) oder „Wiederaufnahmeketten“ (Girth 2004, 57 ff.) genannt werden. Am Verlauf der Referenzketten lässt sich die grammatische und thematische Kohärenz des Textes erkennen.

Es sei im Zusammenhang mit der Wiederaufnahmestruktur noch kurz auf die Isotopiestruktur des Textes eingegangen. Die Grundlage für das Isotopiekonzept legte 1966 Greimas mit seiner Arbeit „Semantique structurale“⁴⁰ vor. Der Unterschied zwischen Referenz und Isotopie besteht vor allem darin, dass im Isotopiekonzept die semantische Seite, die Semrekurrenz, im Vordergrund steht, im Konzept der Wiederaufnahme ist die Referenz auf ein außersprachliches Objekt ausschlaggebend. Beide Konzepte sind recht ähnlich und überschneiden sich: „In gewisser Weise verweist schon die implizite Wiederaufnahme in Gestalt der Kontiguität auf das semantische Prinzip der Isotopie“ (Girth 2004, 60). Sprachlich äußert sich der Unterschied beider Konzepte darin, dass die Referenzträger in der Wiederaufnahmestruktur meistens Substantive und Pronomina sind⁴¹ – man spricht auch von „nominaler Wiederaufnahmestruktur“ (vgl. z. B. Girth 2004, 60 f.). Demgegenüber spielt in Isotopieketten die Wortart keine Rolle, d. h., dass auch Adjektive und Verben in ihnen auftreten können, wenn sie das entsprechende Bedeutungsmerkmal enthalten. Im Unterschied zur Referenz spielt bei der Isotopie die Verflechtungsrichtung und der syntaktische Textaufbau keine Rolle (vgl. Langer 1995, 131; ähnlich in Girth 2004, 60). Girth veranschaulicht beide Konzepte an einer textlinguistischen Analyse (2004, 60 ff.). Hoffmann weist darauf hin, dass neuerdings die Referenzbezie-

⁴⁰ In deutscher Übersetzung von 1971 heißt das Buch „Strukturelle Semantik“.

⁴¹ Langer zählt zu den referenzfähigen Ausdrücken Nominalphrasen und spricht von einem Sonderfall, wenn der Bezugsausdruck durch einen „nicht referenzfähigen“ Ausdruck wie ein Prädikat oder Adjektiv wiederaufgenommen wird. Die Voraussetzung dafür ist die Einbettung in eine Kette koreferentieller Ausdrücke. Sie bringt ein folgendes Beispiel: *Das Blau der Himmels faszinierte mich. So blau hatte ich es selten erlebt. Nach einer Weile ging dieses satte Blau allerdings in ein leichtes Violett über* (vgl. 1995, 102). Auf diese Möglichkeit der Wiederaufnahme durch andere Wortarten weist auch Brinker hin (vgl. 2005, 28).

hungen „meistens schon in Verbindung mit semantischen Isotopiebeziehungen“ (Hoffmann 1998a, 259) beobachtet werden. Brinker (2005) geht auf das Isotopiekonzept nicht explizit ein, auch in der vorliegenden Arbeit wird im Analyseteil nur die Struktur der nominalen Wiederaufnahme analysiert. Wir gehen davon aus, dass sich die beiden Konzepte zum großen Teil decken: Die Wiederaufnahmeverhältnisse zeigen sowohl die grammatische Oberflächenstruktur als auch die semantische Tiefenstruktur des Textes. Die Ähnlichkeit der beiden Konzepte wird aus der Feststellung von Heinemann/Viehweger ersichtlich, dass neben der Vermittlung von Bedeutungszusammenhängen die zweite wichtige Bedingung für den Aufbau von Isotopieketten darin besteht,

daß sich die Elemente der Isotopierelation auf ein und dieselbe Erscheinung der Wirklichkeit beziehen müssen. Nur bei einer solchen *K o r r e f e r e n z* können die entsprechenden lexikalischen Einheiten als Isotopieglieder innerhalb einer bestimmten Kette gelten. Daher muß neben der durch Semrekurrenz bewirkten semantischen Äquivalenz auch Referenzidentität als wesentliches Merkmal von Isotopierelationen angesehen werden. (Heinemann/Viehweger 1991, 39; Hervorhebung von Heinemann/Viehweger)

Eine interessante Beobachtung zu Isotopieketten in multimedialen Texten macht Sandig (2000, 12): „Kohärenzbildung kann in Sprache-Bild-Texten z. B. nahegelegt werden durch Isotopieketten, deren Elemente sowohl sprachlich als auch bildlich gegeben sind.“ Diese Feststellung wird im Kapitel 10 dieser Arbeit aufgegriffen und es wird ein Versuch unternommen, sie zu bestätigen.

Tempuskontinuität und konjunktionale Verknüpfung

Das Prinzip der Wiederaufnahme ist nicht das einzige Mittel der grammatischen Kohärenz (vgl. Brinker 2005, 41). Neben den wiederaufnehmenden (referentiellen) existieren im Text verknüpfende (durch Konjunktionen und Adverbien entstehende) und verweisende (deiktische) Beziehungen, die ebenfalls zur Verflechtung und damit zur Kohärenz des Textes beitragen (vgl. Brinker 2005, 42; Langer 1995, 123 ff.).⁴² Sprachliche Mittel können gleichzeitig mehrere Funktionen erfüllen, deshalb fällt es oft schwer, die Art der Beziehung eindeutig zu bestimmen (vgl. Langer 1995, 123). Die Konnektoren, d. h. Konjunktionen und Pronominaladverbien, die in erster Linie der Verknüpfung von Textelementen dienen, können auch andere Funktionen erfüllen. Pronominaladverbien als Textkonnektoren haben generell zwei Funktionen: Einerseits stehen sie als Pronominationen im Dienste der Referenz, andererseits sind sie satzgrenzenüberschreitende Adverbien (vgl. Wawrzyniak 1980, 59; Langer 1995, 123).

Ein weiteres Mittel der grammatischen Kohärenz sieht Brinker in der Tempuskontinuität (vgl. Brinker 2005, 41; 158). Wenn die Tempora nicht aufeinander abgestimmt sind, wirkt der Text inkohärent (vgl. Brinker 2005, 41). Im Deutschen ist die Zeitreferenz als die zeitliche Einordnung von Ereignissen durch die Kategorie „Tempus“ grammatikalisiert (vgl. Vater 1994, 121). Nach

⁴² Auf Deixis geht Brinker (2005) explizit nicht ein.

Vater (vgl. ebd.) gehören zu den Mitteln der Zeitreferenz neben Tempora die Temporaladverbien.

4.1.2.5. Textsorten

Wie oben gezeigt wurde, muss ein sprachliches Gebilde gewisse Textualitätsmerkmale aufweisen, um als Text zu gelten (vgl. Brinker 2005, 138). Außerdem ist es „eine methodologische Selbstverständlichkeit geworden, die Einzeltexte als Manifestation des ihnen übergeordneten Rahmens anzusehen, der inzwischen üblicherweise als „Textsorte“ bezeichnet wird“ (Kalverkämper 2004, 37). Daraus lässt sich ein weiteres Merkmal der Textualität ableiten: die Zugehörigkeit des Textes zu einer bestimmten Textsorte.⁴³ Die Textsorten sind historisch aus den kommunikativen Bedürfnissen der Gesellschaft entstanden und spielen eine wichtige Rolle in der Kommunikation, weil „sowohl unsere Textproduktion als auch unsere Textrezeption im Rahmen von Textsorten erfolgt“ (vgl. Brinker 2005, 138).

In der linguistischen Textsortenlehre kann man – wie in der Textlinguistik insgesamt – zwei Hauptforschungsrichtungen unterscheiden: den sprachsystematisch ausgerichteten und den kommunikationsorientierten Forschungsansatz (vgl. Brinker 2005, 143 f.). Der sprachsystematische Ansatz konnte keine entscheidenden Erkenntnisse über textsortenspezifische Unterscheidungen bringen, denn nur aufgrund der grammatischen Merkmale lassen sich Textsorten schwer beschreiben: „Demgegenüber ist der kommunikations- bzw. handlungstheoretisch orientierte Forschungsansatz als weitaus erfolgversprechender zu beurteilen“ (Brinker 2005, 144). Unter der handlungstheoretischen Perspektive definiert Brinker den Begriff „Textsorte“ wie folgt:

Textsorten sind konventionell geltende Muster für komplexe sprachliche Handlungen und lassen sich als jeweils typische Verbindungen von kontextuellen (situativen), kommunikativ-funktionalen und strukturellen (grammatischen und thematischen) Merkmalen beschreiben. Sie haben sich in der Sprachgemeinschaft historisch entwickelt und gehören zum Alltagswissen der Sprachteilhaber; sie besitzen zwar eine normierende Wirkung, erleichtern aber zugleich den kommunikativen Umgang, indem sie den Kommunizierenden mehr oder weniger feste Orientierungen für die Produktion und Rezeption von Texten geben. (Brinker 2005, 144).

Möhn/Pelka vermuten, „daß bestimmte Textsorten, die wir heute unterscheiden können, in ihrem Ursprung fachlich bedingt sind“ (1984, 42). Bei der Untersuchung von Fachtextsorten, womit sich die Fachsprachenlinguistik beschäftigt, gehört der handlungstheoretische Ansatz zu den „wichtigsten textlinguistischen Grundpositionen“ (Hoffmann 1998b, 471). Hoffmann schreibt, dass Brinker

⁴³ In „Musterbezogenheit“ sieht auch Sandig (2000a, 101) ein zentrales Textualitätsmerkmal (vgl. dazu auch Stöckl 2004, 102).

„eine handlungstheoretische Perspektive in die Fachsprachenforschung hinein-
getragen hat“ (1998b, 471). Bei der Bestimmung des Begriffs „Fachtextsorte“
lehnt sich Hoffmann an den Textsortenbegriff von Brinker an:

Die Textsortendefinition von Brinker [...] lässt sich im Wesentlichen auch auf
Fachtextsorten anwenden. Notwendig ist allerdings der Zusatz: Fachtextsorten
sind eine spezielle Klasse von Textsorten, für deren Produktion und Rezeption
zusätzlich zum Alltagswissen noch Fachwissen nötig ist. (Hoffmann 1998b, 476).

Als Basiskriterium für die Differenzierung von Textsorten dient Brinker die
Textfunktion (vgl. 2005, 145). Darauf aufbauend unterscheidet er fünf Text-
klassen: Informationstexte, Appelltexte, Obligationstexte, Kontakttexte und
Deklarationstexte. Diesen Textklassen lassen sich Textsorten, wie z. B. Nach-
richt oder Kommentar, zuordnen (vgl. 2005, 145). Brinker entwickelt eine
Analysemethode, mit deren Hilfe Textsorten differenziert und konkrete Texte
einer Textsorte zugeordnet werden können:

Schritt 1: Beschreibung der Textfunktion

Schritt 2: Beschreibung der Kommunikationsform und – häufig eng damit ver-
knüpft – des Handlungsbereichs

Schritt 3: Beschreibung von thematischen Restriktionen (vor allem im Hinblick
auf die temporale und die lokale Orientierung)

Schritt 4: Beschreibung des zugrunde liegenden thematischen Musters (der
Grundform der thematischen Entfaltung) und der Art der Musterrealisierung (der
Realisationsform)

Schritt 5: Beschreibung textsortenspezifischer sprachlicher (lexikalischer und
syntaktischer) und ggf. nichtsprachlicher Mittel. (Brinker 2005, 154).

Im Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ sind die Textsorten Bericht, Kommentar,
Literaturverzeichnis, Adressverzeichnis, Chronologie, Lexikon und Interview
vertreten. Alle Teiltexthe des Makrotextes – sowohl monologische als auch dia-
logische – werden nach derselben textlinguistischen Analysemethode von Brin-
ker (2005) analysiert. Warum für die linguistische Analyse von Interviews nicht
die Methoden der Gesprächsanalyse verwendet werden, soll im nächsten Unter-
kapitel erklärt werden.

4.1.2.6. Zur Einbeziehung von Interviews in die textlinguistische Analyse

Brinker (vgl. 2005, 19 f.) unterscheidet zwischen den monologischen und den
dialogischen Texten, die von zwei verschiedenen Teildisziplinen der Linguistik
untersucht werden: Mit den monologischen Texten beschäftigt sich die linguis-
tische Textanalyse, mit den dialogischen die Dialog- und Gesprächsanalyse.
Allerdings muss diese Einteilung Grenzbereiche und Übergangszonen aufweisen,
wie aus der folgenden relativierenden Formulierung von Brinker ersichtlich wird:

Die linguistische Textanalyse beschäftigt sich **vornehmlich** mit dem m o n o l o g i s c h e n Text (ein Schreiber bzw. Sprecher). Dialogische sprachliche Gebilde (Gespräche) werden demgegenüber **weniger** innerhalb der Textlinguistik untersucht als **vielmehr** im Rahmen einer neuen linguistischen Teildisziplin, der sog. Dialog- oder Gesprächsanalyse. (Brinker 2005, 19 f.; Hervorhebung durch Sperrung von Brinker, durch Fettdruck von mir – N. L.).

Die linguistische Gesprächsanalyse beschäftigt sich nach Brinker/Sager (vgl. 2006, 13) mit natürlichen mündlichen Gesprächen, „die in ‚natürlichen‘ Kommunikationssituationen vorkommen“ und schließt die „Gespräche zum Zwecke der Aufnahme“ sowie literarische Dialoge aus ihrem Untersuchungsbereich aus. Presseinterviews werden vor- und nachbereitet (vgl. auch Burger 2000, 615 und 619; Straßner 2001, 1737; Roloff 1982, 43; Häusermann 2001, 121 ff.) und können deshalb nicht zu natürlichen Gesprächen gerechnet werden; sie können m. E. als „Gespräche zum Zwecke der Aufnahme“ betrachtet werden und würden damit nicht zum Bereich der Gesprächs-, sondern der Textlinguistik gehören. Über den Textcharakter von Presseinterviews schreibt Burger Folgendes:

Ein alter Streitpunkt der Textlinguistik ist die Frage, ob Gesprächsformen auch zu dieser Disziplin zu rechnen seien. [...] aus theoretischer Perspektive ist eine solche Abgrenzung für die Massenmedien aber sehr problematisch. Dies zeigt sich in der Presse am sog. „Presseinterview“. Zunächst sind Presseinterviews immer [...] „verschriftlicht“, d. h. lexikalisch, syntaktisch und textlinguistisch bearbeitet. (Burger 2000, 615).

Die Nichteinbeziehung von Dialogen in die textlinguistische Analyse begründet Brinker (vgl. 2005, 20; ähnlich in Brinker/Sager 2006, 12 f.) aus pragmatischer Sicht damit, dass die Kommunikationsteilnehmer eines Gesprächs unterschiedliche Intentionen haben können und die Textfunktion aus diesem Grunde nicht eindeutig zu bestimmen wäre. Deshalb enthält die Definition des Begriffes „Gespräch“ von Brinker/Sager (2006, 11; vgl. ebd., 12) keine kommunikativ-funktionale Komponente: „’Gespräch‘ ist eine begrenzte Folge von sprachlichen Äußerungen, die dialogisch ausgerichtet ist und eine thematische Orientierung aufweist“. Dem setzt Burger entgegen, dass Interviews eine homogene kommunikative Funktion aufweisen:

Das Kriterium der unterschiedlichen Intentionen von Interviewer und Interviewtem, das für die Ausgrenzung der Gespräche aus der Textlinguistik spräche, ist für Interviews von vornherein hinfällig, da es sich in der Regel um weitgehend vorbereitete, abgesprochene Veranstaltungen handelt, denen eine homogene Intention zugrundeliegt (Burger 2000, 616).

Die oben dargelegten Überlegungen liefern m. E. ausreichend Begründung für die Anwendung von textlinguistischen Analysemethoden bei der linguistischen Analyse von Presseinterviews.

4.2. Fachsprachentheorie

Bis heute liegt noch keine „allgemein anerkannte, widerspruchsfreie, explizite und umfassende Theorie der Fachsprachen“ vor (Bungarten 1993, 21; ähnlich in Bungarten 1981a, 11). Trotz der Gültigkeit dieser Feststellung auch für den heutigen Stand der Forschung muss jedoch eingeräumt werden, dass die Fachsprachenforschung in den letzten vier Jahrzehnten eine bedeutende Entwicklung von der Wortschatzforschung bis zur Fachkommunikationsforschung durchgemacht hat (vgl. u. a. Kalverkämper 1998d; Kalverkämper 2004; Niederhauser 1998; Niederhauser 1999; Engberg 2004).

4.2.1. Fachkommunikation und Fachsprache

In der gegenwärtigen Fachkommunikationsforschung macht sich nach Kalverkämper (vgl. 2004, 15 ff.) der Ansatz der Pluralität geltend. Neben der grundsätzlichen Beachtung der synchronen und diachronen Aspekte schließe die Pluralität „die Absetzung von bisherigen Einteilungen“ und die „Schärfung des Blicks für semiotische Gegebenheiten in fachlichen bzw. fachbezogenen Prozessen“ ein. Mit den Begriffen „Fachsprache(n)“ und „Fachsprachenforschung“ konkurrieren die „weiten und pluralen“ Begriffe „Fachkommunikation“ und „Fachkommunikationsforschung“ (vgl. Kalverkämper 2004, 16).

Im Sinne der Pluralität hat sich die Fachkommunikationsforschung an „den Faktoren des funktionierenden Ablaufs“ (Kalverkämper 2004, 17) , d. h. an den Bestandteilen des funktionalen Kommunikationsmodells, zu orientieren:

- (1) *Sender* und *Empfänger* in gegenseitig wechselnder Bezugnahme (Funktionsaustausch);
- (2) Der *Text* als Austausch zwischen ihnen, der sich angesichts des kommunikativen Wechsels als genuin dialogisch erweist; dabei sind
 - die Medialität (Mündlichkeit und Schriftlichkeit) und
 - die Semiotizität (verbal und nonverbal)gleichermaßen mit gemeint;
- (3) das *Sprachsystem* (oder der Code), an dem beide Beteiligten in etwa deckungsgleich teilhaben, aber eben auch eigene Bereiche ausgebaut haben, die dem Partner nicht geläufig sind (was sich z.B. in der Fachkommunikation offenkundig zeigt);
- (4) der Bereich der *Gegenstände, Sachverhalte und Handlungszusammenhänge*, der für die Fachkommunikation konstitutiv ist und dort als „Fach“ oder „Fachgebiet“, auch als „Branche“, „Domäne“, „Spezialbereich“, „Expertenwissen“, u. a. bezeichnet wird;
- (5) die *Kommunikationssituation*, deren komplementäre Funktion zur Sprache für die Textproduktion und die Verstehensprozesse sowie die Ökonomie des dialogischen Ablaufs von der Textlinguistik ab der sechziger Jahren des 20. Jahrhunderts erkannt wurde („[situativer] Kontext“);

- (6) die *Kultur* als übergeordnete und komplexeste Ordnungsgröße für die Produktion und Rezeption kommunikativer Prozesse; [...]. (Kalverkämper 2004, 17 f.; Hervorhebung von Kalverkämper).

Hoffmann definiert den Begriff der Fachkommunikation aus kognitiv-kommunikativer Sicht wie folgt:

Fachkommunikation ist die von außen oder von innen motivierte bzw. stimulierte, auf fachliche Ereignisse oder Ereignisfolgen gerichtete Exteriorisierung und Interiorisierung von Kenntnissystemen und kognitiven Prozessen, die zur Veränderung der Kenntnissysteme beim einzelnen Fachmann und in ganzen Gemeinschaften von Fachleuten führen (Hoffmann 1993, 614; Hervorhebung von Hoffmann).

Bei der Exteriorisierung geschieht der Übergang der fachlichen Inhalte in die sprachliche Form, bei der Interiorisierung verläuft dieser Prozess in die entgegengesetzte Richtung (vgl. ebd., 610).

Baumann (vgl. 1998c, 115) unterscheidet zwei Grundmodelle fachlicher Kommunikationsbeziehungen: das symmetrische und das asymmetrische Strukturmuster kommunikativer Beziehungen. Bei symmetrischen Kommunikationsbeziehungen „sind alle Beteiligten in gleicher Weise am Informationsfluss beteiligt“, bei asymmetrischen Kommunikationsbeziehungen hat ein Kommunikationspartner mehr Information und die anderen sind von ihm abhängig (vgl. ebd., 115 f.).

„Die generelle Entwicklungs- und Differenzierungstendenz der gesamtgesellschaftlichen Lebenswelt“ (Bungarten 1993a, 19), deren Bestandteil auch die fachliche Lebenswelt ist, spiegelt sich in der Sprache wider. Fachsprache und fachliche Lebenswelt beeinflussen sich gegenseitig und befördern dadurch ihre weitere Differenzierung (vgl. ebd.). Die Differenzierung der Fachwelt und der Fachsprache führt dazu, dass sich „funktional unterschiedliche Codes, Sprachvarianten und sektorale Sprachformen“ herausbilden (ebd., 17). Einzelne Codes haben einen sehr hohen Grad an Differenziertheit und Komplexität erreicht, was sprachliche Kommunikationsbarrieren schafft und die gesamtgesellschaftliche Kommunikation erschwert (vgl. ebd. 18; Bungarten 1986a, 10). Diese Kommunikationsbarrieren können mit Hilfe der Gemein- und Standardsprache, die „die metakommunikative Grundlage im Sinne einer Vermittlungs- und Erklärungsebene für alle anderen Codes [...] bereitstellt“ (Bungarten 1993a, 18), beseitigt werden. Diese Möglichkeit einer vermittelnden, erklärenden Darstellung der wissenschaftlichen Erkenntnisse müssen Experten nutzen (vgl. ebd., 18). Es ist von ihnen zu fordern, „dass sie dem Anspruch der Öffentlichkeit nach Information und auch Teilhabe an fachlichen Entwicklungen Rechnung tragen und sich um entsprechende Transferqualifikationen bemühen, d. h. verstärkt verständliche Kommunikationsformen nutzen“ (Fluck 1998, 44). Andererseits kann „Wissenstransfer [...] nicht in allen Fällen nur von professionellen Vermittlern geleistet werden, sondern verlangt auch von Seiten der Laien die Bereitschaft zur Einarbeitung in fremde, ihn aber interessierende oder ge-

sellschaftlich relevante Zusammenhänge" (ebd., 44). Die Vermittlung von Expertenwissen erfolgt in der Ausbildungssituation zwischen dem Experten und dem angehenden Fachmann, in der berufsbezogenen Kommunikation zwischen dem Experten und dem Fachpraktiker/Anwender sowie im Alltag in der Kommunikation zwischen dem Experten und dem interessierten Laien. Petöfi (vgl. 1981, 159) stellt fest, dass die vermittelnde Darstellung der wissenschaftlichen Erkenntnisse im täglichen Leben eine immer größer werdende Rolle spielt; die Analyse dieses Kommunikationstyps sei deshalb besonders wichtig.⁴⁴

In der Fachkommunikation fungieren die Fachsprachen „als eigene Kommunikationssysteme mit eigenen Aufgaben" und sind als Subsysteme der Gemeinsprache zu betrachten (vgl. Bungarten 1993a, 10; Bungarten 1993b, 29 ff.). Sie dienen „den besonderen Ausdrucks-, Darstellungs-, Informations-, Beziehungs-, Erkenntnis- und Handlungsbedürfnissen in speziellen Sach- und Tätigkeitsbereichen" (Bungarten 1993b, 9).

4.2.2. Fachtext als Gegenstand der Fachsprachenlinguistik

Schon in der frühen Phase der Fachsprachenforschung wurde erkannt, dass die Fachsprache „auf einer sehr niedrigen und ebenso auf einer höheren Abstraktionsstufe abgewickelt werden" kann (Drozd /Seibicke 1973, 82). Diesen Sachverhalt versucht man mit dem Begriff der „Fachlichkeit" zu erfassen:

Unter dem Phänomen der *Fachlichkeit* von Texten verstehen wir eine systemhafte, in sich strukturierte *Qualität*. Die Fachlichkeit von Texten stellt eine dynamische Relation dar, die sich auf der Grundlage sprachlicher und außersprachlicher Determinationszusammenhänge herausbildet. (Baumann 1993, 404; Hervorhebung von Baumann).

„Fachlichkeit" bezieht sich auf die außersprachliche, pragmatische, Seite des Fachtextes. Für die sprachliche Form benutzt man die Bezeichnung „Fachsprachlichkeit":

Dabei ist die Gegenüberstellung von Fachlichkeit als Ausdruck des Sachverhaltes (Inhalt) bzw. von Fachsprachlichkeit als Hinweis auf die konkrete sprachliche Form ein möglicher Versuch, den lange Zeit unterschätzten Stellenwert des Faches für die Konstituierung von Fachtextsorten zu überdenken (Baumann 1993, 421 f.).

⁴⁴ Es geht hier um den Kommunikationstyp (d) „Kommunikation zwischen Experten und Laien über ein zum Forschungsbereich des Experten gehörendes Thema" (Petöfi 1981, 154). Zu diesem Kommunikationstyp zählt er populärwissenschaftliche Serien einer Zeitschrift (vgl. ebd.). Das Schichtungsmodell von Petöfi wird im nächsten Unterkapitel vorgestellt.

Fachlichkeit und Fachsprachlichkeit fokussieren laut Baumann (vgl. ebd., 422) unterschiedliche Aspekte ein und desselben Objekts. Um eine Gegenüberstellung zu vermeiden, werden in der Fachsprachenforschung die beiden Begriffe oft in einem Wort „Fach(sprach)lichkeit“ geschrieben.

Die Kategorie der Fachlichkeit und ihre sprachliche Realisierung als Fachsprachlichkeit spielen bei einer linguistischen und pragmatischen Analyse von Fachtexten eine zentrale Rolle (vgl. Baumann 1993, 407 ff.). Beide Aspekte finden auch in der Definition der Fachsprache von Hoffmann ihren Niederschlag:

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 1985, 53).

Die „zentrale Stelle aller Kommunikationsprozesse“ ist nach Kalverkämper (vgl. 2004, 25) der Text, in der Fachkommunikation der Fachtext. Hoffmann definiert den Begriff „Fachtext“ wie folgt:

Der Fachtext ist Instrument und Resultat der im Zusammenhang mit einer spezialisierten gesellschaftlich-produktiven Tätigkeit ausgeübten sprachlich-kommunikativen Tätigkeit; er besteht aus einer endlichen, geordneten Menge logisch, semantisch und syntaktisch kohärenter Sätze (Texteme) oder satzwertiger Einheiten, die als komplexe sprachliche Zeichen komplexen Propositionen im Bewusstsein des Menschen und komplexen Sachverhalten in der objektiven Realität entsprechen. (Hoffmann 1985, 234).

Für Gläser (1990, 6) ist der Fachtext eine „Manifestation von Fachkommunikation“. Gläser schließt in ihre Definition des Fachtextes kohäsionsarme und kohäsionslose Texte und andere semiotische Codes ein:

Als Ergebnis einer kommunikativen Handlung ist der Fachtext eine zusammenhängende, sachlogisch gegliederte und abgeschlossene komplexe sprachliche Äußerung, die einen tätigkeitsspezifischen Sachverhalt widerspiegelt, situativ adäquate sprachliche Mittel verwendet und durch visuelle Mittel, wie Symbole, Formeln, Gleichungen, Graphika und Abbildungen ergänzt sein kann (Gläser 1990, 18).

Mit „situativ adäquaten sprachlichen Mitteln“ ist in dieser Definition auch der variierende Fachlichkeitsgrad des Fachtextes erfasst. Die Fachkommunikation ist „eingebunden in ein Sprachhandlungskonzept“, deshalb müssen die sprachlichen Mittel „gegenstands- und situationsgemäß“ verwendet werden (vgl. Gläser 1990, 7). Das Prinzip der „gegenstands- und situationsgemäßen Verwendung sprachlicher Mittel“ hat nach Gläser (vgl. ebd.) neben dem Gegenstand auch die Kommunikationspartner im Blickwinkel.

4.2.3. Vertikale Schichtung und horizontale Gliederung der Fachsprachen

Die fachliche Kommunikation in einer Wissenschaft erfolgt „nicht nur zwischen einigen hochspezialisierten Fachleuten, sondern auf verschiedenen Ebenen [...]“ (Niederhauser 1999, 163). Die Fachlichkeit von Texten wird in der Fachsprachenforschung zweidimensional durch die horizontale Gliederung und vertikale Schichtung beschrieben. Die horizontale Gliederung betrifft die Aufteilung in die Fachsprachen der einzelnen Fächer, die vertikale Schichtung die Abstufung des Fachlichkeitsgrades. Die Abstufung der Fachlichkeit von Texten bedingen nach Baumann (1993, 422) „soziale, kognitive, funktionale, textuelle, stilistische und semantische Faktoren“. Seit der Entstehung der Fachsprachenlinguistik gibt es zahlreiche Versuche, die Abstufung der Fach(sprach)lichkeitsmerkmale durch eine vertikale Schichtung darzustellen. Als Kriterien für die Schichtung dienen am häufigsten der Handlungsbereich, die Kommunikationspartner, die Abstraktionsstufe, die Textsorte und die sprachliche Realisierung. Nach einer groben Einteilung lassen sich diese Merkmale in sprachliche und pragmatische einteilen (vgl. dazu auch Kalverkämper 1998d, 50).

Im Weiteren sollen die wichtigsten Schichtenmodelle der Fach(sprach)lichkeit vorgestellt werden, um festzustellen, wie sie die Kommunikation zwischen dem Experten und dem praktisch tätigen Anwender widerspiegeln (vgl. auch Lepa 2008, 113 ff.). Der „Anwender“ bedeutet im Kontext der vorliegenden Arbeit den in der wirtschaftlichen Praxis tätigen Manager, eine Führungskraft, die im Unternehmen Entscheidungen trifft. Auch die Bezeichnung „Fachpraktiker“ wird in dieser Bedeutung benutzt. Anwender und Fachpraktiker sind also Fachleute, die theoretische Erkenntnisse der Experten in der Praxis anwenden.

Die übliche Zweiteilung in wissenschaftliche und populärwissenschaftliche Texte erweist sich m. E. als nicht ausreichend differenziert, weil man die populärwissenschaftliche Wissensvermittlung gewöhnlich mit der fachexternen Kommunikation verbindet. In dieser Zweiteilung finden fachbezogene journalistische Publikationen für den Fachpraktiker und Anwender keine Beachtung.

Eines der ältesten Schichtenmodelle entwickelte Ischreyt (1965). Nach ihm (vgl. ebd., 39) gliedert sich die technische Sprache horizontal in „einzelne ineinander übergewende Fachsprachen“, die trotz der terminologischen Unterschiede auf der Ebene der Morphologie und der Syntax Gemeinsamkeiten aufweisen (vgl. ebd., 40). Ischreyt unterscheidet bei den Fachsprachen der Technik drei vertikale Schichten der Fachlichkeit:

- wissenschaftliche Fachsprache,
- Werkstättensprache,
- Verkäufersprache (vgl. Ischreyt 1965, 38 ff.).

Ischreyt bindet die Ebenen nicht an den Kommunikationspartner, denn es könnte „zu Mißverständnissen führen, wenn bestimmte soziale Gruppen bestimmten Schichten der technischen Fachsprachen zugeordnet würden“ (ebd., 41). So bediene sich z. B. der Ingenieur aller drei Schichten je nach den jewei-

ligen Bedürfnissen. Nach dieser Klassifikation wären die Texte für den Fachpraktiker generell der Schicht der Werkstätten-sprache zuzuordnen, es ist jedoch zu bezweifeln, ob es auch für fachjournalistische anwendungsbezogene Texte für den Manager gelten sollte.

Die Dreiteilung in die fachinterne, fachexterne, und interfachliche Kommunikation⁴⁵ (wie z. B. in Möhn/Pelka 1984, 26) erweist sich zwar für die erste grundlegende Strukturierung der Fachkommunikation als geeignet (vgl. Niederhauser 1999, 57), wird jedoch den vermittelnden Texten für den Fachpraktiker und Anwender ebenfalls nicht gerecht: Einerseits verbindet man mit der fachinternen Kommunikation eine höhere Abstraktionsstufe, andererseits sind bei der fachexternen Kommunikation die Kommunikationspartner der Fachexperte einerseits und der Laie andererseits, und die ganze Kommunikationssituation ist nicht fachbezogen, sondern dient nach Gläser (vgl. 1990, 174) neben der Informationsvermittlung der Allgemeinbildung oder Unterhaltung. Daher muss der Feststellung von Baumann über die genannte Dreiteilung zugestimmt werden:

Wir vertreten die Auffassung, dass es mit den drei genannten Kategorien nicht möglich ist, der Differenziertheit des Fachlichkeitsphänomens umfassend gerecht zu werden. Der Grund der Fachlichkeit eines Textes ist offensichtlich das Ergebnis eines komplexen Zusammenwirkens struktureller und funktionaler Faktoren. (Baumann 1993, 416).⁴⁶

Eine Klassifikation speziell der journalistischen Texte bietet Gläser. Sie unterscheidet nach der Kommunikationssphäre und dem Adressatenkreis zwischen:

- dem *akademischen wissenschaftlichen Zeitschriftenaufsatz* der *fachinternen Kommunikation*, d. h. der Kommunikation unter Fachleuten des gleichen Fachgebietes oder mit denen verwandter Gebiete, wobei der Sprachgebrauch dieser Artikel als *akademisch-wissenschaftlicher Forscherstil* bezeichnet wird, und
- dem *populärwissenschaftlichen Zeitschriftenartikel* der *fachexternen Kommunikation*, d.h., der Kommunikation zwischen Fachleuten und Nichtspezialisten, in der Regel der interessierten Öffentlichkeit, wobei die Verfasser solcher Artikel häufig Wissenschaftsjournalisten, seltener Fachwissenschaftler sind und ihr Sprachgebrauch als *populärwissenschaftlicher Stil* bezeichnet wird. (Gläser 1998, 482; Hervorhebung von Gläser).

Der populärwissenschaftliche Zeitschriftenartikel ist nach Gläser (ebd., 483) „das Ergebnis eines Umformungsprozesses fachinterner Primärinformation für einen nichteingeweihten, aber fachlich interessierten Adressatenkreis“ und gehört zur fachexternen Kommunikation. Gläser unterscheidet innerhalb dieser Textsorte „den populärwissenschaftlichen Nachrichtenartikel, den populärwissenschaftlichen Problemartikel und den allgemeininformierenden Beitrag in der

⁴⁵ Nach Kalverkämper (2004, 38) auch Zweiteilung: „Als generelle Vorgabe gilt für den Ansatz der Fachkommunikationsforschung die Trennung in die *fachinternen* und die *fachexternen* Merkmale [...]“

⁴⁶ Verweis auf Baumann 1986, 148.

Wochenendbeilage einer Tageszeitung" (ebd.; ähnlich in Gläser 1990, 192 ff.). In dieser Klassifikation ist für die Fach- und Branchenzeitschriften kein Platz: Sie gehören wegen der niedrigeren Abstraktionsstufe nicht zur ersten Gruppe, aber auch nicht zur zweiten, weil die Kommunikationspartner Fachleute sind und die Kommunikationssituation berufs- und fachbezogen ist. Die Fach- und Branchenzeitschriften wären zwischen den beiden Schichten anzubringen.

Der Fachpraktiker als Fachkundiger in Produktion und beruflicher Weiterbildung kann nach Fix (1979, 29) „nach Ausbildung und Anspruch weder wissenschaftlich noch populärwissenschaftlich angesprochen werden". Aus der Sicht der Funktionalstilistik unterteilt Fix den Fachstil in drei Gruppen, wobei als Kriterium für die Klassifizierung der Kommunikationspartner dient:

- Stil der vom Wissenschaftler an den Wissenschaftler gerichteten Texte (fachwissenschaftliche Texte).
- Stil der vom Wissenschaftler oder Fachpraktiker an den Fachpraktiker gerichteten Texte (fachpraktische Texte); hier hätte auch die Werkstattsprache als ein Bereich von mehreren ihren Platz.
- Stil der vom Wissenschaftler, Fachpraktiker oder auch Schriftsteller (?) an den Laien gerichteten Texte (populärwissenschaftliche Texte). (Fix 1979, 33).

Sie stellt fest, dass der Bereich der an den „fachlich interessierten und fachlich tätigen Praktiker" gerichteten Sachprosa in den Typologien der funktionalen Stile fehle. Mit dem Begriff der Werkstattsprache sei dieses Gebiet nicht erfasst (vgl. Fix 1979, 28 f.).

Petőfi fasst die in der Fachliteratur vorhandenen Modelle der Schichtung verschiedener Aspekte der sprachlichen Kommunikation in folgende „Kommunikationshaupttypen", die sich von einander in der „Eindeutigkeit/Vagheit/Komplexität/Gemischtheit" unterscheiden:

- a) Kommunikation zwischen Experten eines gegebenen Wissenschaftszweiges über ein zum Bereich eines anderen Wissenschaftszweiges gehörendes Thema;
- b) Kommunikation zwischen Experten eines gegebenen Wissenschaftszweiges über ein Thema dieses Wissenschaftszweiges;
- c) Kommunikation zwischen Experten verschiedener Wissenschaftszweige [...] über ein Thema, dessen Erforschung [...] Gegenstand derjenigen Wissenschaftszweige [...] ist, deren Experten sich über das Thema unterhalten;
- d) Kommunikation zwischen Experten und Laien über ein zum Forschungsbereich der Experten gehörendes Thema;
- e) Kommunikation zwischen Laien über ein wissenschaftliches Thema;
- f) Kommunikation zwischen Laien über ein nicht-wissenschaftliches Thema. (Petőfi 1981, 154).

Nach diesem Modell gehören die Fachtexte für den Fachpraktiker und Anwender zwischen die Schichten c) und d). Zur Schicht c) gehören sie nicht, weil diese Schicht ein symmetrisches Verhältnis zwischen den Kommunikationspartnern bezüglich des Kenntnisstandes voraussetzt, außerdem betreibt der Fachpraktiker in der Regel keine Forschung. Die Schicht d) setzt zwar ein

asymmetrisches Verhältnis im Kenntnisstand voraus, zu ihr gehören sie trotzdem nicht, weil Fachpraktiker kein Laie ist.

Das bekannteste Modell der vertikalen Schichtung bietet Hoffmann (1985, 66). Das ist zugleich eines der differenziertesten Modelle, weil es die sprachlichen und pragmatischen Kriterien zu erfassen versucht, und zwar die „Abstraktionsstufe“, die „äußere Sprachform“, das „Milieu“ und die „Teilnehmer an der Kommunikation“:

A = 1. höchste Abstraktionsstufe, 2. künstliche Symbole für Elemente und Relationen, 3. theoretische Grundlagenwissenschaften, 4. Wissenschaftler – Wissenschaftler;

B = 1. sehr hohe Abstraktionsstufe, 2. künstliche Symbole für Elemente, natürliche Sprache für Relationen (Syntax), 3. experimentelle Wissenschaften, 4. Wissenschaftler (Techniker) – Wissenschaftler (Techniker) – wissenschaftlich-technische Hilfskräfte;

C = 1. hohe Abstraktionsstufe, 2. natürliche Sprache mit einem sehr hohen Anteil an Fachterminologie und einer streng determinierten Syntax, 3. angewandte Wissenschaften und Technik, 4. Wissenschaftler (Techniker) – wissenschaftliche und technische Leiter der materiellen Produktion;

D = 1. niedrige Abstraktionsstufe, 2. natürliche Sprache mit einem hohen Anteil an Fachterminologie und einer relativ ungebundener Syntax, 3. materielle Produktion, 4. wissenschaftliche und technische Leiter der materiellen Produktion – Meister – Facharbeiter (Angestellte);

E = 1. sehr niedrige Abstraktionsstufe, 2. natürliche Sprache mit einigen Fachtermini und ungebundener Syntax, 3. Konsumtion, 4. Vertreter der materiellen Produktion – Vertreter des Handels – Konsumenten – Konsumenten. (Hoffmann 1985, 66).

Das Modell von Hoffmann wurde in verschiedenen Untersuchungen „überprüft, modifiziert und in den Grundzügen bestätigt“ (Gläser 1990, 11)⁴⁷, aber auch kritisiert worden. Gläser vermisst in dieser Klassifikation „die Tätigkeitsbereiche der Lehre bzw. Ausbildung und der Popularisierung bzw. Weiterbildung“ (Gläser 1990, 11). Diese Kritik findet Bestätigung, wenn man zu bestimmen versucht, zu welcher Schicht anwendungsbezogene fachjournalistische Texte gehören sollen – wahrscheinlich zwischen die Schichten C und D. Baßler bemerkt zu Recht, dass die Schicht E sowohl die fachinterne Kommunikation zwischen den Vertretern der materiellen Produktion und den Vertretern des Handels als auch die fachexterne Kommunikation unter Konsumenten beinhaltet: „Durch die Zusammenfassung in einer Schicht suggeriert das Modell, daß es zwischen diesen verschiedenen Kommunikationskonstellationen keinerlei Unterschiede gäbe“ (Baßler 1996, 29).

Da es in der vorliegenden Arbeit um die Analyse von Fachtexten aus dem Handlungsbereich Wirtschaft geht, sollen die auf die Fachsprachen der Wirtschaft bezogenen Schichtenmodelle fokussiert und zusammenfassend vorgestellt

⁴⁷ Gläser (1990, 10 ff.) nennt in diesem Zusammenhang Langer 1986, Zerm 1987, Fiedler 1986 und Lauer 1986.

werden. Die Beschreibung der Fach(sprach)lichkeit von Fachtexten aus dem Bereich Wirtschaft wird durch die Tatsache erschwert, dass Wirtschaftsdeutsch ein heterogener Begriff ist, der mehrere Fachsprachen zusammenfasst:

Der Ausdruck ‚Wirtschaftsdeutsch‘ oder ‚Fachsprache Wirtschaft‘ ist ein Sammelbegriff für diverse Fachsprachen, die von Personengruppen mit unterschiedlicher Vorbildung, unterschiedlichen Tätigkeiten und unterschiedlichen Kommunikationszielen und -formen in einem beruflichen, akademischen und/oder ausbildungsbedingten Umfeld benutzt werden, das irgendwie mit Wirtschaft zu tun hat. Wir müssen also davon ausgehen, daß das, was als ‚Fachsprache Wirtschaft‘ bezeichnet wird, die Summe der in der Wirtschaft bzw. in der wirtschaftsbedingten Kommunikation benutzten Fachsprachen ist. (Buhlmann 1990, 85 f.; zitiert nach Bolten 1992, 60).

In der linguistischen Literatur besteht Konsens darüber, dass es eine einheitliche Fachsprache der Wirtschaft nicht gibt (vgl. Brünner 2000, 13; Bolten 1992, 60; Buhlmann 1989, 82 ff.).

Buhlmann unternimmt eine Klassifikation des Textsortenbestandes in der Wirtschaft nach dem Kriterium der Kommunikationssituation:

- Kommunikation von Betrieb zu Betrieb
- Kommunikation im Betrieb
- Kommunikation in der Ausbildungssituation
- Allgemeine Information : Lexikon, [...] Zeitschrift etc.
- Aktuelle Information: Zeitung, Zeitschrift, Magazin [...] (vgl. Buhlmann 1989, 89 f.).

Die Wirtschaftszeitschriften gehören danach zur allgemeinen und zur aktuellen Information.

Eine weitere Klassifikation der Fachsprachen der Wirtschaft bietet Borgulya (1988). Sie unterscheidet in Anlehnung an Drozd (1966) und Schmidt (1961) drei Schichten in der Fachsprache der Wirtschaft:

- „wissenschaftliche Wirtschaftssprache“;
- „halbwissenschaftliche oder populärwissenschaftliche Schicht“ (u. a. „Wirtschaftssprache der Tagespresse“, „Wirtschaftsfachzeitschriften, die für eine breitere Öffentlichkeit gedacht sind“). Adressatenkreis: „breiter Leserkreis mit Wirtschaftsinteresse und mit Wirtschaftskenntnissen auf niedrigerem Niveau“;
- „praktisch-fachliche Schicht“ („Sprache der Wirtschaftspraxis, der Wirtschaftslenkung, -realisierung und -verwaltung“) (vgl. Borgulya 1988, 420 f.).

Die fachjournalistischen Vermittlungstexte für den Fachpraktiker und Anwender wären in dieser Klassifikation auf der „halbwissenschaftlichen oder populärwissenschaftlichen Schicht“ anzusiedeln.

Hundt (1998b, 2000) verzichtet auf eine Einteilung in fachinterne und fachexterne Kommunikation. Er gliedert den heterogenen Komplex Wirtschaftsfachsprache in „institutionelle und theoretisch-wissenschaftliche Fachsprachen der Wirtschaft“ (vgl. 1998b, 99). Dabei geht er von Ohnackers (1992) Klassi-

fikation aus, die aus drei Schichten besteht: der „theoretisch-wissenschaftlichen“, der „praktisch-fachlichen“ und der „populärwissenschaftlichen“ Schicht. Zur „wissenschaftlichen“ Kommunikation gehören wissenschaftliche Wirtschaftsfachsprachen, zur „praktisch-fachlichen“ institutionelle Wirtschaftsfachsprachen. Zur „populärwissenschaftlichen“ Wirtschaftskommunikation „sind Texte zu rechnen wie der Wirtschaftsteil der Tageszeitungen und die Fachzeitschriften [...]“ (Hundt 1998b, 109), d. h. Presstexte.

Bolten (1991; 1992) geht von Ischreys (1965, 43) Klassifikation aus und überträgt sie auf die Fachsprachen der Wirtschaft. Er schlägt eine vertikale Schichtung und horizontale Gliederung der Fachsprache Wirtschaft nach Unternehmensbereichen vor – nicht, wie üblich, nach Fächern und Fachbereichen. Als Grundlage für die Klassifikation nimmt er „das idealtypische Organisationsmodell eines Großunternehmens“, das in verkleinertem Maßstab das gesamtwirtschaftliche Handlungsfeld und seine sämtlichen Sprachebenen repräsentiert (vgl. 1992, 63 ff.). Dieses Modell wird, so Bolten, den realen wirtschaftlichen Handlungssituationen gerecht (vgl. ebd.). In Anlehnung an die Gliederung von Ischreyt (1965, 43) für die technischen Sprachen teilt Bolten den Sprachbereich Wirtschaft in Theoriesprache, Berufssprache und fachbezogene Umgangssprache ein. Er bindet diese sprachlichen Ebenen nicht strikt an bestimmte Hierarchiebereiche im Unternehmen, sondern lässt wie Ischreyt (vgl. 1965, 41) eine Durchlässigkeit in Richtung nach oben und nach unten zu – „in Abhängigkeit von Kommunikationspartnern und -situationen“ (Bolten 1992, 63 f.). In einem Artikel von 1991 bringt Bolten eine detaillierte Beschreibung der drei Ebenen:

a) Theoriesprache

- Textsorten: Monographien, Forschungsberichte, Lehrbücher u. a.;
- Kommunikationspartner: Wissenschaftler, Studenten [...], Unternehmensführer, Stabsstellenleiter in der Unternehmensführung, Bereichsleiter, Wirtschaftspolitiker

b) Berufssprache

- Textsorten: Geschäftsberichte, 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 (Bolten 1991, 76).

Aus dem Schichtenmodell von Bolten wird ersichtlich, dass man zwischen den einzelnen Schichten keine scharfe Grenze ziehen kann, denn einige Elemente (wie z. B. die Kommunikationspartner) wiederholen sich in anderen Schichten. Auch Niederhauser (1998, 163 f.) stellt fest, dass Schichtenmodelle in der Regel „eine Einheitlichkeit der einzelnen Stufen und eine Abgrenzung der Stufen

voneinander suggerieren, die nicht unbedingt gegeben ist". Die fachjournalistischen anwendungsbezogenen Texte wären nach der Schichtung von Bolten (1991, 76) der Berufssprache zuzurechnen, weil sie zur Textsorte „branchen- und fachbezogene Zeitschriften- und Zeitungsartikel" gehören und die Kommunikationspartner die Fachjournalisten auf der einen Seite und die Vertreter des operativen Managements auf der anderen Seite sind. Auf einen relativ hohen Fachlichkeitsgrad solcher Texte deutet Reschenberg (1991, 157) hin: „Fach- und Branchenzeitschriften können bei ihren Lesern einen höheren Kenntnisstand voraussetzen; dafür sind aber auch die Informationsbedürfnisse anspruchsvoller". Röper charakterisiert die Zielgruppen der Wirtschaftspresse wie folgt:

Die Wirtschaftsspezialpresse ist ganz auf die Belange ihres kleineren, aber für das Verständnis wirtschaftlicher Probleme qualifizierten Leserkreis ausgerichtet und versucht, Menschen in entscheidenden Positionen in Industrie, Handel und Bankenwelt sowie deren Mitarbeiter und Nachwuchskräfte anzusprechen (Röper 1969, 207).

Dasselbe stellen auch Piirainen und Airismäki (1987) für die Leser des „Handelblattes" fest. Die Analyse der Leserschaft von „Handelsblatt" hat ergeben, dass sie sich anders zusammensetzt als das Publikum der Massenmedien im Allgemeinen. Der qualifiziertere Leserkreis beeinflusst den Fachlichkeitsgrad der Zeitung, ihren „wirtschaftsfachsprachlichen Charakter" (vgl. Piirainen/Airismäki 1987, 249).

Wenn fachliche Sachverhalte popularisierend dargestellt werden, heißt es nicht, dass diese Texte nicht für Fachleute bestimmt sind. Hohnhold bemerkt, dass der Übergang vom Fachtext zum gemeinsprachlichen Text fließend ist, weil „es Texte gibt, die sich gemeinsprachlich, ja sogar umgangssprachlich, lesen, aber doch fachliche Inhalte vermitteln, die auch durchaus im Vordergrund stehen können. (Der Wirtschaftsteil der Tageszeitung enthält routinemäßig solche Texte.)" (Hohnhold 1993, 113). Dennoch weist nach Fröhlich/Gertoberens (1990) auch der Wirtschaftsteil der Zeitung, der für ein breiteres Publikum als eine Fach- oder Branchenzeitschrift bestimmt ist, Merkmale eines Fachtextes auf und setze beim Leser Kenntnisse sowohl der Fachbegriffe als auch der wirtschaftlichen Zusammenhänge voraus (vgl. Fröhlich/Gertoberens 1990, 9). Die Autoren des Buches „Der Wirtschaftsteil der Zeitung richtig gelesen und genutzt" stellen im Vorwort fest,

daß Wirtschaftsmeldungen nicht so einfach zu verstehen und zu bewerten sind wie Meldungen im Lokal- oder Sportteil. Dies liegt zum einen an den vielen Fachbegriffen, zum anderen daran, daß sich viele Zusammenhänge wegen Platzmangels nicht im ausreichenden Umfang darstellen lassen. Die Journalisten müssen bei ihren Lesern Vorkenntnisse voraussetzen, die oft aber nicht vorhanden sind. (Fröhlich/Gertoberens 1990, 9).

Auf die Schwierigkeiten einer Eingliederung der Presse aus dem Bereich Wirtschaft in die Modelle der vertikalen Schichtung weist Heuberger (1997) hin. Sie schreibt:

Die Textsorten ‚Wirtschaftsberichte der Tagespresse‘ und ‚Wirtschaftsfachzeitschriften‘ sind Informationsquellen, die [...] eine große Rolle bei der Kommunikation der europäischen Wirtschaftselite spielen und dementsprechend auch Kommunikationsträgern der theoretisch-wissenschaftlichen Schicht zugeordnet werden müßten. Auch Großmaas gibt zu bedenken, daß die aktuelle Informationsquelle der Wirtschaftsfachleute die Tagespresse ist‘ (1993, 487). [...] Ohnacker ordnet die Wirtschaftspresse jedoch nur der populärwissenschaftlichen Schicht und ihren Kommunikationsträgern zu. (Heuberger 1997, 63).

Heuberger (vgl. 1997, 63) hält eine Zuordnung von Themenbereichen bestimmten Schichtungsebenen, die Ohnacker (1992) vorschlägt, nicht für sinnvoll, weil sich in der Praxis „jeder von Ohnacker genannte Themenbereich auf mehreren Schichtungsebenen bei unterschiedlichem Spezifizierungsgrad“ wieder finden lässt.

Nach diesem Überblick über die existierenden Schichtenmodelle der Fachlichkeit lässt sich zusammenfassend festhalten, dass sie die Kommunikationssituation zwischen dem Experten und dem Anwender nicht erfassen. Das Problem scheint u. a. darin zu liegen, dass die populärwissenschaftliche Vermittlung von den meisten Autoren an fachexterne Kommunikation gebunden wird. In diesem Punkt wäre m. E. eine stärkere Differenzierung angebracht. Im nächsten Unterkapitel wird das Thema der Vermittlung von Expertenwissen detaillierter beleuchtet. Dazu werden die pragmatische und die sprachliche Seiten der Kommunikation zwischen dem Experten und dem Fachpraktiker zu Analysezielen auseinander gehalten.

4.2.4. Theorie der Popularisierung von Expertenwissen

Die Öffentlichkeit erwartet von den Wissenschaften „nicht nur theoretische Lösungsmodelle, sondern auch praktische Hilfen bei der Bewältigung ihrer Aufgaben“ (Bungarten 1986a, 8).

Außerdem hat die Öffentlichkeit einen Anspruch auf Information über die Ziele, Methoden und Ergebnisse der wissenschaftlichen Forschung, um „die Möglichkeit einer stärkeren gesellschaftlichen Einflussnahme und Mitentscheidung über die praktischen Anwendungen wissenschaftlicher Erkenntnisse“ zu haben (Bungarten 1981a, 10). Wegen des gesellschaftlichen Interesses nach Wissensvermittlung „gewinnen die Sprach- und Kommunikationsformen, die in den Wissenschaften selbst und zwischen Wissenschaftlern und Laien, zwischen wissenschaftsinternen und -externen Institutionen und Gruppen verwendet werden, eine kritische Funktion“ (Bungarten 1986a, 11). „Eine wichtige Instanz für den Wissenstransfer“ sieht Bungarten (1981b, 24 f.) im Wissenschaftsvermittler:

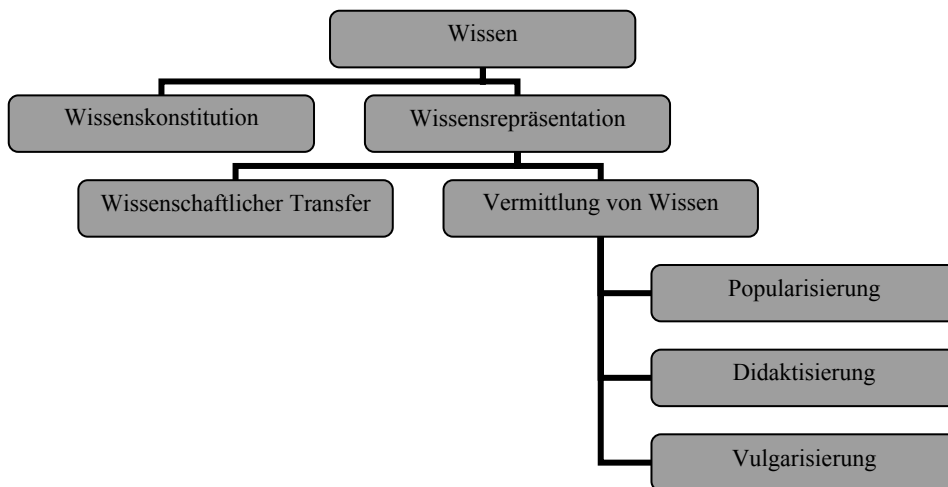
Die Information muss notwendig in Kommunikationsformen erfolgen, die der Allgemeinheit zugänglich sind. Der Wissenschaftsvermittler wird daher, wenn nicht die Alltagssprache selbst, so doch eine ihr angenäherte populärwissenschaftliche Form von Sprache verwenden, die den Wissenstransfer garantieren kann. (Bungarten 1981b, 25).

Antos (2001, 19) spricht von „vertikaler und horizontaler Kommunizierbarkeit von Wissen“: Die horizontale „Ingroup-Kommunikation“ bedeutet die Kommunikation zwischen den Experten, die vertikale „Ingroup-Outgroup-Kommunikation“ betrifft Situationen, wo das Wissen vermittelt werden muss. Antos (2001, 20) unterscheidet den wissenschaftlichen Wissenstransfer der horizontalen Kommunikation einerseits und folgende Formen des vertikalen Wissenstransfers zwischen Wissenschaft und Alltag andererseits:

- Popularisierung (durch Fachzeitschriften, Medien etc.);
- Didaktisierung (für Zwecke der schulischen oder beruflichen Qualifikation);
- Vulgarisierung (Teil des Alltagsdiskurses).

Nach Antos (ebd., 24) ist es wichtig, „zwischen der Wissenskonstitution und ihren didaktischen, populärwissenschaftlichen usw. Repräsentationformen“ zu unterscheiden. Die Formen des vertikalen Wissenstransfers lassen sich in Anlehnung an Antos (vgl. ebd., 20 ff.) als Diagramm folgendermaßen veranschaulichen:

Abb. 7. Formen des vertikalen Wissenstransfers (nach Antos 2001)



Wissen muss zuerst im Prozess der Wissenskonstitution geschaffen werden. Diesen Prozess bezeichnet Bungarten (vgl. 1999, 115) als „Erkenntnisgewinnung“, dem Begriff „Wissensrepräsentation“ von Antos entspricht bei Bungarten bezogen auf den Handlungsbereich Wirtschaft „Transfer des Wissens in die Wirtschaftspraxis“ (ebd.). Die Wahl der Form der Wissensrepräsentation hängt u. a. vom Adressaten ab: In einer symmetrischen „Ingroup-Kommunikation“ erfolgt wissenschaftlicher Wissenstransfer, in einer asymmetrischen „Ingroup-Outgroup-Kommunikation“ wird das Wissen didaktisierend, popularisierend oder vulgarisierend vermittelt (vgl. Antos 2001, 26). Antos ordnet die Repräsentationsformen „Didaktisierung“ und „Vulgarisierung“ den Kommunikationssituationen „Schule/Beruf“ und entsprechend „Alltag“ zu; die Popularisierung erfolgt durch Medien und Fachzeitschriften (vgl. ebd., 20).

Für die vorliegende Arbeit sind die Repräsentationsformen Didaktisierung und Popularisierung relevant, weil sie eher als Vulgarisierung etwas mit der fachinternen Kommunikation zu tun haben können. Außerdem zählen viele Autoren das, was Antos mit „Vulgarisierung“ meint, zur Repräsentationsform „Popularisierung“.

Es gibt unterschiedliche Meinungen darüber, ob die Didaktisierung als Vermittlungsform von Wissen der fachinternen oder der fachexternen Kommunikation angehört. Kalverkämper (2004, 31) zählt die Kommunikation zwischen den Fachleuten und den „lernend einsteigenden Fachleuten“ zur „Fachmann-Fachmann-Kommunikation“. Baßler (vgl. 1996, 35 ff.) untersucht Wissenstransfer in intrafachlichen Vermittlungsgesprächen in der Ausbildung von Automechanikern am Beispiel der Textsorte „Unterweisung“. Er unterscheidet extrafachliche Vermittlung in der Kommunikation zwischen dem Experten und dem Laien und intrafachliche Vermittlung in der Ausbildungssituation. In anderen Quellen werden intrafachliche Vermittlungstexte „didaktische Texte“ genannt (vgl. Baßler 1996, 36). Somit gehören für Baßler didaktisierende Fachtexte, die in der Ausbildungssituation entstehen, der fachinternen Kommunikation an. Nach Gläser (1990, 48) sind didaktisierende und popularisierende Fachtextsorten für die fachexterne Kommunikation charakteristisch. In Bezug auf didaktisierende Textsorten relativiert sie diese Feststellung jedoch, und in ihrer Typologie der Fachtextsorten liegen sie im Grenzbereich zwischen der fachinternen und der fachexternen Kommunikation, weil die „Grade der adressatenbezogenen Aufbereitung von Fachwissen“ unterschiedlich sein können, z. B. in einem Hochschullehrbuch und einem Schullehrbuch (vgl. Gläser 1990, 47 ff.).

Wenn die Didaktisierung als Repräsentationsform von Wissen eher zur fachinternen Kommunikation gerechnet wird, gehört die Popularisierung bei den meisten Autoren zur fachexternen Kommunikation. Wir versuchen nachzuweisen, dass die Situation komplexer ist und dass es fachinterne Kommunikationssituationen gibt, in denen Wissen popularisierend vermittelt wird.

Niederhauser (1999, 37) unterscheidet die „fachinterne Wissenschaftskommunikation“ einerseits und die „fachexterne Wissenschaftsvermittlung“ andererseits. Die beiden „befassen sich zwar teilweise mit den gleichen

Inhalten, aber sie gehören zwei unterschiedlichen Kommunikationsbereichen an, sind Teile zweier Welten, der wissenschaftlichen Welt auf der einen und der lebensweltlichen und öffentlichen Welt auf der anderen Seite.“ Die populärwissenschaftliche Wissenschaftsvermittlung bedeutet für Niederhauser „*Transformation, Transfer, Umsetzung* oder *Übersetzung* wissenschaftlicher Inhalte in fachexterne Darstellungen unter Anwendung bestimmter *Methoden, Techniken und Strategien* der Popularisierung“ (Niederhauser 1999, 117; Hervorhebung von Niederhauser). Unter den Strategien der Vermittlung versteht Niederhauser (1999, 131) „Präsentation wissenschaftlichen Wissens nach ausgewählten Gesichtspunkten mit dem Ziel, das Interesse an wissenschaftlichen Themen zu wecken, wissenschaftliche Stoffe für ein Nichtfachpublikum attraktiver zu gestalten“. Damit bindet er die Popularisierung an die fachexterne Kommunikation. Ähnlich sieht es auch Gruben in ihrer Monografie zum Sachbuch:

Popularisierende Literatur wird nicht geschaffen, um direkt oder indirekt den innerfachlichen Zwecken zu dienen. Wenn die Autoren popularisierende Texte produzieren, handeln sie zwar als 'Experten' eines Faches, aber nicht als Beteiligte an der fachlichen Tätigkeit. (Gruben 2006, 70).

Nach Gläser handelt es sich bei der Popularisierung um eine

Vermittlung aktuellen Fachwissens an fachexterne Rezipienten, für die dieses Wissen einen oft als Freizeitbeschäftigung verstandenen Bildungswert hat und die von einem solchen Text sachlich informiert, aber auch anregt und niveauvoll unterhalten sein möchten (Gläser 1990, 174).

Die Adressaten der populärwissenschaftlichen Texte sind „Fachleute anderer Disziplinen, die ihr Wissenshorizont durch anspruchsvolle Zeitschriftenartikel [...] erweitern möchten, andererseits interessierte Laien mit einem höheren Schulabschluß [...] und schließlich Leser im Ausbildungsalter [...]“ (Gläser 1990, 174). Da die Fachkenntnisse der Adressaten unterschiedlich sind, kann auch der Fachlichkeitsgrad populärwissenschaftlicher Texte stark variieren (vgl. ebd., 175).

Auch bei den populärwissenschaftlichen Texten ist m. E. eine stärkere Differenzierung notwendig: Sie können wie die Texte der Didaktisierung (s. o.) sowohl zur fachinternen als auch zur fachexternen Kommunikation gehören. Solche Texte enthalten z. B. Wirtschaftsmagazine für den Fachpraktiker und Anwender.

Natürlich hat Gläser Recht, dass „der populärwissenschaftliche Text [...] nicht dem Erkenntnisgewinn oder der Polemik mit anderen Auffassungen im Dienste der Theoriebildung [dient]“ (Gläser 1990, 174), aber damit ist er nicht zwangsläufig *fachextern*. Nach meiner Auffassung ist er *fachwissenschaftsextern*, denn „Erkenntnisgewinn oder die Polemik mit anderen Auffassungen im Dienste der Theoriebildung“ (ebd.) sind die Aufgaben der Wissenschaft.

Demnächst wird versucht zu beweisen, dass die Vermittlungsform („Darstellungsform“ bei Niederhauser 1998, 1999) „Popularisierung“ auch in der fach-

internen Kommunikation anzutreffen ist. Dazu müssen die Begriffe „fachintern“ und „fachextern“ sowie „Fach“ und „Wissenschaft“ näher betrachtet werden.

Bungarten bringt die folgende Definition des Begriffs „Wissenschaft“:

Wissenschaft manifestiert sich in verschiedenen, in sich relativ homogenen Handlungsbereichen, die als konstitutive Elemente methodisch-theoretisch ausgebildete Personen, Untersuchungsinteressen und soziale Bedürfnisse dieser Personen, objektivierbare Sachverhalte (Untersuchungsobjekte), theoretische und praktische Probleme, Problemlösungsinteressen, empirische Daten, tradiertes Wissen (Theorien), intellektuelle und materielle Instrumente zur Problemlösung (theoretische Methoden und praktische Hilfsmittel), Erkenntnisse (Hypothesen) und Mittel zur Überprüfung der Erkenntnisse (z. B. Experiment und andere Methoden) und Kommunikationsmittel (Wissenschaftssprache) umfassen. (Bungarten 1981b, 27 f.; im Original ist das ganze Zitat durch Kursivdruck hervorgehoben).

Um genauer zu bestimmen, was die Begriffe „fachintern“ und „fachextern“ bedeuten, muss man von einer eindeutigen Definition des Begriffs „Fach“ ausgehen. Kalverkämper (1998, 1; 2004, 18) und Gläser (1990, 14) stellen fest, dass es trotz der langjährigen Beschäftigung mit dem Phänomen der Fachsprachlichkeit der Begriff „Fach“ bis jetzt noch nicht präzise definiert worden ist. Beide Autoren setzen sich mit dem Problem auseinander und versuchen Klarheit in die Situation zu bringen.

Kalverkämper (1998b) behandelt die gesellschaftsbezogene, die soziokulturelle, die referentielle und die sprachliche Dimensionen des Begriffs „Fach“. In der soziokulturellen Dimension vollzieht sich „auf der obersten Ebene des menschlichen Handelns in der Welt bereits eine Trennung“ in die Lebensbereiche „Arbeit“ und „Alltag und Fest“. Der Lebensbereich „Arbeit“ ist „das Handlungsumfeld des Fachmanns“ und teilt sich in Handwerk (Hand-Arbeit, Praxis) und Wissenschaft (Kopf-Arbeit, Theorie) (vgl. Kalverkämper 1998b, 6 f.). Kalverkämper kommt aus der Sicht der Pragmatik zur folgenden Definition des Begriffs „Fach“⁴⁸:

Fach ist, was (a) als solches *institutionalisiert* ist, (b) von der (sozialen und sachlichen) Bedarfslage her sich als *ganzheitlicher* Komplex motiviert und (c) als identifizierbares Arbeitsfeld *mit Effizienz funktioniert* und (d) durch soziale Konvention (von welchen Gruppen auch immer) *akzeptiert* ist. (Kalverkämper 1998b, 8; Hervorhebung von Kalverkämper).

⁴⁸ Vgl. dazu auch das Kommunikationsmodell von Kalverkämper am Anfang des Kapitels:

[...]der Bereich der *Gegenstände, Sachverhalte und Handlungszusammenhänge*, der für die Fachkommunikation konstitutiv ist und dort als „Fach“ oder „Fachgebiet“, auch als „Branche“, „Domäne“, „Spezialbereich“, „Expertenwissen“, u.a. bezeichnet wird (Kalverkämper 2004, 18).

Aus der obigen Definition wird ersichtlich, dass zum Fach und damit zur fachinternen Kommunikation sowohl die theoretische als auch die praktische Tätigkeit gehört. Gläser bietet in ihrer Monografie zu Fachtextsorten des Englischen die folgende Definition des Begriffes „Fach“:

Es herrscht heute ein gewisser Konsens darüber, daß das Fach eine in sich strukturierte Menge von Wissensbeständen und Kenntnissystemen sowie ein System von gegenstandsbedingten und zielgerichteten Handlungsweisen in einer bestimmten Sphäre der gesellschaftlichen Tätigkeit ist, eine Ergebnisform der gesellschaftlichen Arbeitsteilung mit fortschreitender Spezialisierung. Dabei ist der Begriff der ‚Tätigkeit‘ nicht zu eng zu sehen: Er umfasst neben der materiellproduktiven und reproduktiven Tätigkeit auch eine geistig-produktive und reproduktive, eine künstlerisch produktive und interpretatorische, eine organisierende, leitende und sicherheitsgewährleistende Tätigkeit. (Gläser 1990, 14 f.).

In dieser Definition kommen zwei wichtige Komponenten zum Ausdruck: Wissensbestände und Tätigkeiten, wobei die Tätigkeiten sowohl theoretischer als auch praktischer Art sein können. Sowohl in der Definition von Kalverkämper als auch in der von Gläser gehört zum Fach nicht nur theoretische, sondern auch praktische Tätigkeit. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass zur fachinternen Kommunikation nicht nur Beschäftigung mit theoretischen Problemen des Faches, sondern auch praktische Tätigkeit im Fach gehört. Also handelt auch Fachpraktiker und Anwender fachintern. Die fachbezogenen Inhalte werden innerhalb fachlicher Tätigkeitskontexte thematisiert, deshalb handelt es sich hier um fachinterne Kommunikation (vgl. Gruben 2006, 11).⁴⁹

Neben der Abgrenzung zwischen der Gemeinsprache und der Fachsprache lässt sich eine weitere Differenzierung zwischen der Wissenschaftssprache und der Fachsprache vornehmen. Während die wissenschaftliche Fachsprache „vor allem die Sprache einer Fachdisziplin“ bedeutet, bezeichnet der Begriff „Wissenschaftssprache“ laut Bungarten „einen angenommenen, allen Einzelwissenschaften gemeinsamen Bestand von Formen und Funktionen, der sich auf charakteristische Weise von denjenigen anderer Kommunikationsbereiche – etwa der Alltagssprache, der Literatur- oder der Werbesprache – unterscheidet“ (Bungarten 1981a, 11).

Wissenschaftssprache ist das einzig geeignete und angemessene Kommunikationsmittel zur Erkenntnisgewinnung und fachinternen Verständigung in der Wissenschaft. Sie dient der *Entwicklung* und *Verbreitung* wissenschaftlicher Erkenntnisse. Die zur Erfüllung dieser spezifischen Aufgaben entwickelte Sprachstruktur in ihren fachwissenschaftlichen Ausprägungen wird zwangsläufig zu objektiven Sprachbarrieren in der interdisziplinären und wissenschaftsexternen Kommunikation. (Bungarten 1981b, 48; Hervorhebung von Bungarten).

⁴⁹ Bei dieser Behauptung gehe ich von der folgenden Feststellung von Gruben (2006, 12) aus: „In Sachbüchern werden fach- und sachbezogene Inhalte außerhalb fachlicher Tätigkeitskontexte thematisiert. Deshalb gilt das Sachbuch als fachexterne Kommunikationsform, in der fachliches Wissen an Laien [...] vermittelt wird“.

Bungarten spricht von „fachinterner Verständigung in der Wissenschaft“ einerseits und von der „wissenschaftsexternen“ – nicht von der „fachexternen“ – Kommunikation andererseits. Wie oben gezeigt, sind die Begriffe „Fach“ und „Wissenschaft“ nicht identisch, dementsprechend sind auch die Begriffe „wissenschaftsextern“ und „fachextern“ keine Synonyme. Es entsteht der Eindruck, dass die meisten Autoren, wenn sie „fachextern“ oder „fachintern“ schreiben, eigentlich „fachwissenschaftsextern“ bzw. „fachwissenschaftsintern“ meinen.

Für Gläser (1990, 14) bedeutet der Begriff „Fach“ nicht nur „eine in sich strukturierte Menge von Wissensbeständen und Kenntnissystemen“, sondern auch „ein System von gegenstandsbedingten und zielgerichteten Handlungsweisen in einer bestimmten Sphäre der gesellschaftlichen Tätigkeit“. Der Fachpraktiker und Anwender wäre danach derjenige, der das Fachwissen in der Praxis umsetzt; er handelt „im Fach“, d. h. fachintern.⁵⁰ Nach Niederhauser (1999, 59) wird der Bereich der fachexternen Kommunikation durch „Vermittlung wissenschaftlichen Wissens einer Disziplin an fachfremde Außenstehende“ bestimmt. Der Fachpraktiker, in unserem Fall Manager, gehört zu dieser Gruppe der Rezipienten schon deshalb nicht, weil er i. d. R. Wirtschaftswissenschaften studiert hat. Nach der stark pragmatisch ausgerichteten Definition der Fachkommunikation von Ditlevsen et. al. (2003, 21), die Engberg zitiert, handelt der Fachpraktiker beim Lesen der Fachliteratur als Vertreter des Unternehmens und nicht als Privatperson:

’Grob gesagt ist fachliche Kommunikation jede Kommunikation, die in Situationen abläuft, wo Unternehmen, Organisationen oder Institutionen (und keine Privatpersonen) als Sender oder Empfänger fungieren. [...]’ (Ditlevsen et. al. 2003: 21; Übersetzung J.E.). (Engberg 2004, 436).

Die Intention des Managers beim Lesen einer Fachzeitschrift, die z. B. das Thema „flexible Arbeitszeitmodelle“ behandelt, ist nicht Unterhaltung oder Allgemeinbildung⁵¹, sondern berufliche Weiterbildung: Er sucht nach Problemlösungen für sein Unternehmen. Wenn man von pragmatischen Kriterien ausgeht, muss diese Situation im Bereich der fachinternen Kommunikation liegen. Eine Studie von Böhme (1992) über die Fachzeitschrift als Informationsquelle für Unternehmen belegt, dass die Zeitschrift „Kreditwesen“ von 51 % der Mitarbeiter im Büro/in der Arbeitszeit, 41 % zu Hause/in der Freizeit und 7 % sowohl in der Arbeitszeit als auch in der Freizeit gelesen wurde. Dieses Ergebnis zeigt deutlich, dass die Freizeit u. a. für Weiterbildung genutzt wird. Auch wenn die Fachzeitschrift, die man in dieser informellen Weiterbildungssituation liest, populärwissenschaftlich geschrieben ist, ändert das nichts daran, dass die Situation fachintern ist.

⁵⁰ Kalverkämper (2004, 38) spricht von „der Fachlichkeit des Handelns und des Kommunizierens ‚im Fach‘“ bei der fachinternen Kommunikation.

⁵¹ Nach Gläser (1990) liest der Laie populärwissenschaftliche Literatur zur Unterhaltung oder Allgemeinbildung.

Kommen wir zurück zum Problem der Popularisierung. „Popularisierung“ ist m. E. vor allem eine sprachliche Kategorie und keine pragmatische. Bei dieser Feststellung stützen wir uns auf Niederhauser (1998, 1999), der die Popularisierung als eine Darstellungsform der Wissenschaften vor allem mit sprachlichen Kriterien bestimmt; dazu gehören u. a. der Umgang mit Fachwörtern, dem wissenschaftlichen Apparat, den Definitionen, der Textstruktur etc. Wir bezweifeln nicht, dass journalistische Fachtexte für den Fachpraktiker und Anwender, z. B. Wirtschaftsmagazine, sprachlich gesehen populärwissenschaftliche Vermittlungstexte sind. So schreibt Hundt (1998b, 99): „Texte aus dem Bereich der Wirtschaftspresse sind tendenziell ‚Vermittlungstexte‘“. Eine Vermittlung findet auch „in stärker fachlich ausgerichteten Tages- (z. B. ‚Handelsblatt‘), Wochen- (‚WirtschaftsWoche‘) und Monatszeitschriften (‚Capital‘, ‚Manager Magazin‘ etc.) statt“ (Hundt 2000, 654). Thiel/Thome (1996) bezeichnen wissenschaftsjournalistische Texte als „populärwissenschaftlich“. Wir bezweifeln jedoch, dass die populärwissenschaftliche Vermittlung nur in der fachexternen Kommunikation geschieht. Sie kann ebenfalls in der asymmetrischen fachinternen Kommunikation zwischen dem Wissenschaftler und dem Fachpraktiker stattfinden, insbesondere, wenn mit Hilfe von fachjournalistischen Texten kommuniziert wird. Im Bereich der Fachzeitschriften und -magazine, die der Weiterbildung von Managern dienen, spielen die Merkmale des Journalismus eine wichtige Rolle. Deshalb wirken solche Texte nach den sprachlichen Kriterien populärwissenschaftlich, dienen jedoch pragmatisch gesehen fachinternen Interessen und Aufgaben.

Um das zu veranschaulichen, werden in der unten stehenden Tabelle (Abb. 8) die pragmatischen und die sprachlichen Aspekte der Fachkommunikation für Analysezwecke auseinander gehalten. Diese Übersicht ist stark vereinfachend und erfasst nur wenige Kommunikationssituationen.

Abb. 8. Pragmatische und sprachliche Aspekte der Fachkommunikation

Pragmatische Aspekte		Sprachliche Aspekte				
Fachbezug	Kommunikationspartner	Kommunikations-situation	Bezug zum Wissen	Zeitschriften	Darstellungsformen	Sprachebene
Fachintern	Wissenschaftler – Wissenschaftler	symmetrisch	Wissens-konstitution	wissenschaftliche Zeitschrift	wissenschaftlich	Theorie-sprache
	Wissenschaftler – Fachpraktiker u. Anwender	(leicht) asymmetrisch	Vermittlung von Wissen an den Fachpraktiker und Anwender	Fachzeitschrift Magazin	populär-wissenschaftlich	Beruf-sprache
Fachextern	Wissenschaftler – Laie	(stark) asymmetrisch	Vermittlung von Wissen an den Laien	Magazin Publikumszeitschrift	populär-wissenschaftlich	fach-bezogene Umgang-sprache

Zu den pragmatischen Aspekten gehören der Fachbezug der Kommunikation, die Kommunikationspartner, die kommunikative Situation im Hinblick auf den Wissensstand der Kommunikationspartner und der Bezug der Kommunikation zum Wissen. Beim Fachbezug der Kommunikation dient als Ausgangspunkt die generelle Trennung in fachinterne und fachexterne Kommunikation (vgl. Kalverkämper 2004, 38). Die interfachliche Kommunikation wurde aus Gründen einer besseren Transparenz ausgelassen.

In Bezug auf die Kommunikationspartner treten hier nur drei Konstellationen auf; die Kommunikation zwischen den Kommunikationspartnern Wissenschaftler – Student, Fachpraktiker – Fachpraktiker, Fachpraktiker – Laie, Laie – Laie wurde ausgelassen. In der dritten Spalte wird die Kommunikation in Hinsicht auf den Kenntnisstand der Kommunikationspartner charakterisiert. Die nächste Spalte zeigt, ob in der Kommunikation neues Wissen geschaffen oder vorhandenes Wissen in einer transformierten Form (vgl. Niederhauser 1999, 117) vermittelt wird.

Bei den sprachlichen Aspekten der Fachkommunikation sind der Typ der Zeitschrift, die Darstellungsformen und die Sprachebene angegeben. Unter den Darstellungsformen der Wissenschaften wird mit Niederhauser (1998, 157) die „Art und Weise der Präsentation fachlichen Wissens“ verstanden. Niederhauser (1998) unterscheidet zwischen den wissenschaftlichen und populärwissenschaftlichen Darstellungsformen. Bei der populärwissenschaftlichen Wissensvermittlung werden bestimmte Methoden, Techniken und Strategien der Popularisierung angewandt (vgl. Niederhauser 1999, 117 ff.), die eine konkrete sprachliche Realisierung finden. In der letzten Spalte sind die Sprachebenen nach Bolten (1991) dargestellt, weil das Modell von Bolten m. E. den Handlungsbereich Wirtschaft am differenziertesten erfasst. Die Sprachebene der Berufssprache, zu der die Fachzeitschrift „management & seminar“ gehört, ist in der Tabelle durch die graue Farbe hervorgehoben. Es wird deutlich, dass in der fachinternen Kommunikation zwischen dem Wissenschaftler und dem Fachpraktiker Wissen populärwissenschaftlich vermittelt wird, weil der Kenntnisstand der Kommunikationspartner asymmetrisch ist.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass so ein wichtiger Bereich der Fachkommunikation wie die Kommunikation zwischen dem Experten und dem Fachpraktiker und Anwender noch nicht ausreichend genug untersucht worden ist und einer detaillierteren Darstellung bedarf. Auch die existierenden Schichtenmodelle der Fachsprachlichkeit werden den Texten dieser Abstraktionsstufe nicht gerecht. Mit Populärwissenschaft verbindet man traditionell die Vermittlung von Expertenwissen an den Laien in einer fachexternen Kommunikationssituation. Eine populärwissenschaftliche Vermittlung erfolgt jedoch auch in der fachinternen Kommunikation zwischen dem Experten und dem Fachpraktiker, weil der Kenntnisstand der Kommunikationspartner asymmetrisch ist. Das betrifft vor allem fachjournalistische Texte. Nach den pragmatischen Kriterien (Fachlichkeit) ist diese Kommunikationssituation fachintern, nach den sprachlichen Kriterien (Fachsprachlichkeit) populärwissenschaftlich.

4.2.5. Konsequenzen des fachlichen Kontextes für die Textgestaltung

In diesem Unterkapitel sollen wissenschaftliche und populärwissenschaftliche Texte im Hinblick auf den Grad und die Erscheinungsformen der Fachsprachlichkeit miteinander verglichen werden. Eine besondere Beachtung gilt dabei den wissenschaftlichen und populärwissenschaftlichen Texten aus dem Handlungsbereich Wirtschaft. Die Ergebnisse der existierenden Analysen der Fachsprachlichkeit sind zum Teil widersprüchlich, weil sie auf Texten basieren, die zu verschiedenen Handlungsbereichen und Fächern sowie zu verschiedenen Textsorten gehören. Die sprachliche Form wird durch die Spezifik des Gegenstandes beeinflusst.⁵²

4.2.5.1. Allgemeine Anforderungen an einen Fachtext

Die sprachliche Form, in der sich die Fachlichkeit ausdrückt, ergibt sich aus den besonderen Anforderungen, die an die Fachsprachen gestellt werden: Exaktheit, Explizitheit, Ökonomie, Verständlichkeit (Baumann 1998a, v. Hahn 1998a, Fijas 1998, Biere, 1998). Diese Qualitäten werden mit bestimmten textuellen, syntaktischen und lexikalischen Mitteln erreicht. Bei einer niedrigeren Stufe der Fachsprachlichkeit sind diese Eigenschaften weniger ausgeprägt, was damit zusammen hängt, dass populärwissenschaftliche Texte Vermittlungstexte sind (Hundt 1998a, 406; Baumann 1998b, 730). Sie vermitteln Fachkenntnisse in einer asymmetrischen Kommunikationssituation, wo der Rezipient entweder ein Fachpraktiker/angehender Fachmann oder ein Laie ist.

Wissenschaftliche und populärwissenschaftliche Texte unterscheiden sich von einander durch die Abstraktionsstufe (Hoffmann 1985, 66; Baumann 1998b, 731). Während für wissenschaftliche Texte „Terminologisierung, Formalisierung, Wohldefiniertheit und exaktes Zitieren“ (v. Polenz 1993, 86) sowie „Bezug auf präzise Prinzipien oder Ausgangsbegriffe“ (Dressler 1998, 612) typisch sind, werden in populärwissenschaftlichen Texten „Sachverhalte weniger formalisiert als vielmehr verbal dargestellt“ (Gläser 1990, 178), vage Formulierungen kommen vor (vgl. Baumann 1998b, 731), rationale Darstellungselemente werden mit emotionalen verbunden (vgl. Baumann 1998b, 731). Wissenschaftliche Texte zeichnen sich durch Vermeidung von Redundanz aus, d. h., dass zusätzliche Informationen für den Laien fehlen (vgl. Harweg 1993, 854 ff.) und Paraphrasen vermieden werden (vgl. Dressler 1998, 613). In populärwissenschaftlichen Texten kommt dagegen Redundanz vor (vgl. Baumann 1998b, 734), die Fachlichkeit wird durch Hintergrundinformationen aufgelockert (vgl. Gläser 1998, 483), was zu einer niedrigeren Informationsdichte führt (vgl. Baumann 1998b, 731). Im Unterschied zu wissenschaftlichen Texten, die

⁵² Zu Konsequenzen des fachlichen Kontextes für die Textgestaltung vgl. auch Lepa 2008, 112 f.

Vollständigkeit der Wissensvermittlung anstreben (vgl. Beneš 1973, 40), erfolgt in populärwissenschaftlichen Texten eine partielle Wissensvermittlung (vgl. Biere 1998, 407), auf fachspezifische Polemik und Detailerörterungen wird verzichtet (vgl. Baumann 1998b, 734). Zur Senkung der Abstraktionsstufe werden bei der popularisierenden Wissensvermittlung anschauliche, illustrierende Beispiele und Zitate sowie impliziter Dialog mit dem Rezipienten eingesetzt (vgl. Baumann 1998b, 731 f.).

4.2.5.2. Formale Textstruktur

Den Text als strukturelle Einheit charakterisieren im Falle der wissenschaftlichen Texte „kleine [...], oft nummerierte [...] Blöcke mit [...] klaren syntaktischen Verbindungen“⁵³ (Dressler 1998, 612), konzeptuelle Relationen zwischen Textelementen werden „durch Konjunktionen bzw. adverbiale Ausdrücke markiert und durch Absätze formal kenntlich gemacht“ (v. Hahn 1983, 121), der Absatz als Einheit der formalen Gliederung stimmt mit der inhaltlichen Einheit „Teilttext“ überein (vgl. Baumann 1998a, 375). Wissensvermittelnde populärwissenschaftliche, insbesondere journalistische Texte zeichnen sich durch attraktives Layout (vgl. Baumann 1998b, 732), effektvolle Überschriften (vgl. Gläser 1998, 483) und Zwischenüberschriften (vgl. Baumann 1998b, 732; Michel 1986, 179) aus, verschiedene Gliederungssignale (vgl. Baumann 1998b, 732) und Aufhänger (vgl. Baumann 1998b, 734; Gläser 1998, 483) werden benutzt.

4.2.5.3. Nonverbale Mittel

Sowohl in wissenschaftlichen als auch in populärwissenschaftlichen Texten werden nichtsprachliche oder spracharme Mittel eingesetzt. In wissenschaftlichen Texten wird die Information u. a. in Form von Abkürzungen, künstlichen Symbolen, Formeln, Zahlenbeispielen, Diagrammen, Tabellen, Grafiken, Schaubildern dargelegt (vgl. v. Polenz 1993, 86; Dressler, 1998, 613; Buhlmann/Fearns 1987, 309). In populärwissenschaftlichen Texten kommen Tabellen, Diagramme, Skizzen⁵⁴, Schemata, Illustrationen, Fotos, Karten vor (vgl. Buhlmann/Fearns 1987, 309; Michel 1986, 179).

Der Unterschied beim Einsatz von außersprachlichen oder spracharmen Mitteln besteht vor allem in der Absicht des Textproduzenten: Während in wissenschaftlichen Texten nonverbale Mittel eher der Verdichtung und Redundanzvermeidung (vgl. Fijas 1998, 39; Hoffmann 1998c, 421; Höhne 1992, 113) sowie Formalisierung und Visualisierung fachlicher Sachverhalte (vgl. Laurén 1983; zitiert nach Gläser 1990, 17) dienen, werden sie in populärwissenschaftli-

⁵³ Für Dressler ist das ein Merkmal der Textsorte wissenschaftliche Monografie.

⁵⁴ Diese Angaben betreffen Zeitungen und Magazine.

chen Texten auch im Dienste der förderlichen Redundanz eingesetzt (vgl. Michel 1986, 179). Durch die Einheit von begrifflicher und bildlicher Darstellung wirken sie hier verständnisfördernd (vgl. Baumann 1998b, 732). In populärwissenschaftlichen Texten dienen nonverbale Mittel eher der Auflockerung als der Verdichtung des Inhalts.

4.2.5.4. Inhaltliche, thematische Aspekte

Die inhaltliche, thematische Seite des Textes findet in den Wiederaufnahmebeziehungen ihren Niederschlag. Fachtexte werden explizit kohärent formuliert (vgl. v. Hahn 1983, 120; Dressler 1998, 614). Als Mittel der Eindeutigkeitsicherung und damit der Explizitheit und Exaktheit wird in wissenschaftlichen Texten die direkte Wiederaufnahme verwendet (vgl. v. Hahn 1983, 120; Hoffmann 1988, 175, 260; Hoffmann 1998c, 421; Dressler 1998, 613), die Referenzketten zeichnen sich durch geringe Pronominalisierung aus (vgl. v. Hahn 1983, 120; Dressler 1998, 613; Hoffmann 1988, 175, 260). Die zentralen Elemente der Isotopieketten sind Termini (vgl. Baumann 1998d, 409). Kataphorische Textverknüpfung, u. a. kataphorische Ellipse, wird vermieden (vgl. Dressler 1998, 613). Im Gegensatz dazu stellt Brinker für populärwissenschaftliche Texte Vorkommen von kataphorischer Textverknüpfung fest, was einer spannenden Darstellung von Sachverhalten dient (vgl. Brinker 1992, 35). In einem wissenschaftlichen Text sollte nach Hoffmann „Die Hauptisotopiekette durch Primärnomination(en) im Titel der Publikation aufgenommen werden“ und „Nebenketten sollten in Zwischenüberschriften beginnen“ (Hoffmann 1988, 175). Von deiktischen Mitteln werden in wissenschaftlichen Texten häufig „Rück- und Vorverweise auf Distanz“ verwendet (Dressler 1998, 613).

4.2.5.5. Allgemeine stilistische Merkmale eines Fachtextes

In wissenschaftlichen Texten werden Metaphern, Metonymien, Litotes, Ironie, direkte Rede, rhetorische Repetitionen und Vergleiche vermieden (vgl. Dressler 1998, 613 f.). Im Gegensatz dazu sind rhetorische Fragen, Vergleiche und ausgebautere Metaphorik typisch für populärwissenschaftliche Texte (vgl. Michel 1986, 179; Hundt 1998b, 109), ein Vorkommen von zahlreichen semantischen und syntaktischen Stilfiguren in ihnen stellt auch Baumann (vgl. 1998b, 734) fest. In populärwissenschaftlichen Texten sind journalistische und essayistische Stilmittel als Rezeptionsanreiz häufig anzutreffen (vgl. Gläser 1998, 483).

4.2.5.6. Syntax und Morphologie im Fachtext

Hoffmann betont an mehreren Stellen, dass die Merkmale der Fachsprachlichkeit von Textsorte zu Textsorte und von Fach zu Fach unterschiedlich stark

ausgeprägt sein können (vgl. Hoffmann 1998c, 418; ebd., 421). In der Grammatik allgemein ist in Fachtexten eine gewisse „Einschränkung im Gebrauch der syntaktischen und morphologischen Mittel bei grundsätzlicher Beachtung des normativen Regelwerkes“ zu verzeichnen (Hoffmann 1998c, 416). Außerdem sind Selektion (hinsichtlich sowohl der Auswahl und als auch der Häufigkeit von Konstruktionen) und Funktionswandel zu beobachten (vgl. ebd.). Höhne (1992) untersucht an seinem Korpus morpho-syntaktische Phänomene, die für den Sprachbereich Wirtschaft typisch sind. Dabei stellt er fest, dass sich das Typische in der Frequenz und Distribution sprachlicher Elemente finden lässt; d. h., „dass im Sprachbereich Wirtschaft keine exklusive Morpho-Syntax verwendet wird, sondern (analog zu anderen Fachsprachen) eine spezifische Auswahl gemeinsprachlicher Mittel vorgenommen wird“ (Höhne 1992, 104). Für den Sprachbereich Wirtschaft stellt Höhne (vgl. ebd., 105) fest, dass sich die Wortbildung in diesem Bereich nicht prinzipiell von der der Gemeinsprache unterscheidet: „Der Gebrauch von Wortbildungsmitteln [...] belegt eine für fachsprachliche Kommunikation typische Tendenz, Sachverhalte mit Hilfe rationeller, d. h. ausdrucksökonomischer Mittel zu formulieren“ (ebd., 108). Diesem Zweck dient auch die „hochfrequente Verwendung bestimmter syntaktischer Konstruktionen auf der sprachlichen Oberfläche“ (ebd., 108). In Bezug auf die Satzlänge wurde sowohl für wissenschaftliche (vgl. Hoffmann 1998c, 417) als auch für populärwissenschaftliche (vgl. Baumann 1998b, 732) Texte festgestellt, dass Sätze mittlerer Länge dominieren. Dabei ist für wissenschaftliche Texte eine Tendenz zur Verkürzung zu beobachten (vgl. Hoffmann 1998c, 417; Beneš 1981, 189). Von den Satzarten dominiert in wissenschaftlichen Texten der Aussagesatz (vgl. Beneš 1981, 191; Hoffmann 1998c, 418), Frage- und Ausrufesätze werden vermieden (vgl. Dressler 1998, 613). Von den Satztypen dominieren bei wissenschaftlichen Texten einfache erweiterte Sätze (vgl. Fijas 1998, 393; Beneš 1981, 191; ebd. 201) mit komplexen Satzgliedern (vgl. Hoffmann 1998c, 423). Im Gegensatz zur komplexen Syntax der wissenschaftlichen Texte (vgl. v. Polenz 1981, 86; Fijas 1998, 393) wurde für populärwissenschaftliche Texte eine vereinfachte Syntax (vgl. Hundt 1998b, 109) festgestellt. Zum Anteil von Hypotaxe und Parataxe sowie von Konjunktionen in Fachtexten gibt es widersprüchliche Angaben.

Das allgemeine Bestreben nach ökonomischer Ausdrucksweise wird auch mit den Mitteln der syntaktischen Kompression erreicht (vgl. v. Hahn 1983, 117 f.; Hoffmann 1998c, 421; für wirtschaftliche Texte Höhne 1992, 113). Hoffmann nennt unter den für Fachtexte typischen Kondensationsformen Reduzierung von Nebensätzen auf Partizipial- und Gerundivkonstruktionen, Genitivweiterungen, präpositionale Substantivgruppen, Ellipsen, Aufzählungen und Asyndese (vgl. Hoffmann, 1998c, 421; ähnlich in Fijas 1998, 393 und Beneš 1981, 191). Dressler stellt im Gegensatz dazu für die Textsorte Monografie Vermeidung von Ellipsen und Asyndese fest (vgl. Dressler 1998, 614). Beneš bemerkt, dass Partizipialfügungen in wissenschaftlichen Texten seltener als in populärwissenschaftlichen vorkommen, weil sie „in syntaktischer und semantischer Hinsicht verschiedene Interpretationen“ offen lassen und damit der Anforderung

derung an Exaktheit nicht genügen; demgegenüber kommen sie in Texten essayistischer und publizistischer Prägung häufiger vor (Beneš 1981, 205 f.).

4.2.5.7. Besonderheiten des prädikativen Bereichs

Sowohl in wissenschaftlichen als auch in populärwissenschaftlichen Texten dominiert die 3. Person Singular. In den Fachtexten ist sie „mit etwa 90 % häufigste Form“ und „verkörpert die beobachtende, beschreibende und sachlich-informierende Haltung des Fachmannes“ (Hoffmann 1998c, 425). Sowohl für Monografien als auch für Magazine aus dem Bereich Wirtschaft wurde ein dominanter Gebrauch der 3. Person Sing./Pl. und ein seltener Gebrauch der 1. Pers. Pl. festgestellt (vgl. Buhlmann/Fearns 1987, 308). Als Zeitform dominiert in wissenschaftlichen Texten das Präsens „vor allem als Ausdruck der Zeitlosigkeit“ (Beneš 1981, 196) und „eines zeitunabhängigen Allgemeingültigkeitsanspruchs“ (Hoffmann 1998c, 426). Für wissenschaftliche Veröffentlichungen aus dem Handlungsbereich Wirtschaft ist ebenfalls das Präsens charakteristisch, das Perfekt und das Präteritum sind selten. In Magazinen aus diesem Bereich herrscht das Präsens zwar vor, alle anderen Zeitformen wurden jedoch auch nachgewiesen (vgl. Buhlmann/Fearns 1987, 308). Leider werden die Angaben dazu in der Tabelle in Buhlmann/Fearns (1987, 308) in quantitativer Hinsicht nicht präzisiert, deshalb kann die Interpretation der Angaben wie „selten“, „häufig“, „zahlreich“, „vorhanden“, „meistens“ usw. ziemlich subjektiv ausfallen. Diese Daten ermöglichen jedoch eine Vorstellung vom relativen Vorkommen der sprachlichen Mittel in wissenschaftlichen und populärwissenschaftlichen Texten. Für die populärwissenschaftliche Schicht aus dem Bereich Wirtschaft stellt Ohnacker neben der Dominanz von Präsens auch einen frequenten Gebrauch von Perfekt, Plusquamperfekt und Präteritum zur Betonung vergangener Vorgänge fest (vgl. Ohnacker 1992, 87 ff.; zitiert nach Heuberger 1997, 70).

Von den Modi ist Indikativ vorherrschend (vgl. Beneš 1981, 197), was nach Hoffmann dem Realitätsbezug wissenschaftlich-technischer bzw. fachlich-professioneller Aussagen entspreche (vgl. Hoffmann 1998c, 425 f.). Buhlmann und Fearns erwähnen für wirtschaftliche Magazine im Vergleich zu Monografien neben der Dominanz von Indikativ auch ein häufigeres Vorkommen von Konjunktiv II und I. (vgl. Buhlmann/Fearns 1987, 308). Im Korpus von Ohnacker war bei wissenschaftlichen Texten „fast ausschließlich“ Indikativ und für populärwissenschaftliche neben dem vorherrschenden Gebrauch von Indikativ auch ein häufiges Vorkommen von Konjunktiv zur Zitation zu beobachten (vgl. Ohnacker 1992, 87 ff.; zitiert nach Heuberger 1997, 70).

Bei Genera wurde für wissenschaftliche Texte ein häufiger Gebrauch von Passiv (vgl. Beneš 1981, 196; Hoffmann 1998c, 422) festgestellt. Als sprachliches Mittel der Anonymisierung und Deagentivierung (vgl. Hoffmann 1998c, 426; Höhne 1992, 113) wird es zur sachlich-objektiven Darstellung von Sachverhalten des Faches benutzt (Höhne 1992, 113). In populärwissenschaftlichen Texten dominiert das Aktiv (vgl. Baumann 1998b, 732, 734), auch in Magazi-

nen aus dem Bereich Wirtschaft wurde von Buhlmann/Fearns (vgl. 1987, 308) mehr Aktiv als Passiv beobachtet. Ohnacker stellt sowohl für wissenschaftliche als auch für populärwissenschaftliche Texte aus diesem Bereich einen häufigen Gebrauch von Passiv fest, wobei in den letzten das Vorgangspassiv dominiert (vgl. Ohnacker 1992, 87 ff.; zitiert nach Heuberger 1997, 70).

Allgemein ist im verbalen Bereich eine Tendenz zur Desemantisierung der Verben (vgl. Hoffmann 1998c, 423; Beneš 1993, 194) zu beobachten, die im Falle der Kopula bis zur Deverbalisierung gehen kann (vgl. Hoffmann 1998c, 424). Desemantisierung der Verben wird u. a. durch häufiges Auftreten von Funktionsverbgefügen erreicht (vgl. Hoffmann 1998c, 423; v. Hahn 1983, 117 f.; Beneš 1993, 193). In den Prädikaten fachsprachlicher Texte überwiegen nominale Elemente, weil es sich auch hier um „komplexe Prädikatsgruppen mit zahlreichen Ergänzungen – Abdverbialbestimmungen und Objektergänzungen – handelt“ (Hoffmann 1998c, 423). Beneš (1981, 193) betont einen „höchsthäufigsten“ Gebrauch von Hilfs- und Modalverben in wissenschaftlichen Texten. Höhne (vgl. 1992, 113) stellt für Texte aus dem Bereich Wirtschaft einen häufigen Gebrauch von Funktionsverbgefügen fest, was einer sachlich-objektiven Darstellung dient. Differenziertere Angaben zum Gebrauch von Funktionsverbgefügen in wirtschaftlichen Texten liefert Ohnacker, und zwar kommt er zum Ergebnis, dass Funktionsverbgefüge in theoretisch-wissenschaftlicher Schicht nicht besonders frequent sind, in der populärwissenschaftlichen Schicht treten sie dagegen häufig auf und dienen „zur sachbezogenen, agensabgewandten und sprachökonomischen Darstellung“ (vgl. Ohnacker 1992, 87 ff.; zitiert nach Heuberger 1997, 71).

4.2.5.8. Besonderheiten des nominalen Bereichs

Die allgemeine Tendenz der Fachsprachen zum Nominalstil äußert sich in der Nominalisierung (vgl. v. Hahn 1983, 117 f.; Beneš 1981, 193; Fijas 1998, 391 ff.; v. Polenz 1993, 86), u. a. in der Bildung von Verbalsubstantiven (vgl. Hoffmann 1998c, 422; Beneš 1981, 194; Fijas 1998, 391 ff.), in der Univerbierung und dem Gebrauch von Prosubstantiven (z. B. *Situation*, *Problem* etc.) (vgl. Fijas 1998, 391 ff.). Die nominale Darstellung von Sachverhalten wirkt sprachökonomisch, indem sie die Verhältnisse der objektiven Realität kompakt, redundanzvermindernd und überschaubar wiedergibt (vgl. Spranger 1985, 184 zitiert nach Fijas 1998, 391 ff.). Der Fachtext zeichnet sich durch eine hohe Anzahl von nominalen Syntagmen im Satz aus, wobei auch in Prädikaten nominale Elemente überwiegen; die Komplexität der Satzglieder äußert sich auch in der häufigen gleichzeitigen Prä- und Postmodifikation der Substantive (vgl. Hoffmann 1998c, 423). Eine ausgeprägte Attribuierung durch Attributsatz, Infinitiv- und Partizipialfügungen, das eigentliche Attribut und Apposition hebt auch Beneš (1981, 202) hervor. Buhlmann/Fearns (1987, 308) erwähnen in Bezug auf BWL-Monografien zahlreiche Attribuierungsmittel, die Ketten bilden können; sie stellen auch für populärwissenschaftliche Texte aus dem Be-

reich Wirtschaft ein häufiges Vorkommen von Attributen fest. Ohnacker (vgl. 1992, 87 ff.; zitiert nach Heuberger 1997, 68 ff.) beobachtet in seinem Korpus aus der theoretisch-wissenschaftlichen Schicht ein häufiges Auftreten von Attributen, insbesondere von Genitivattributen; frequent seien ebenfalls Präpositionalattribute. Für die populärwissenschaftliche Schicht seien Appositionen in attributiver Funktion und anteponierte Attribute typisch. In beiden Schichten würden sie zur Präzisierung und Differenzierung eingesetzt. Adjektive dienen in wissenschaftlichen Texten zur Präzisierung und Differenzierung, in populärwissenschaftlichen Texten hätten sie häufig eine schmückende Funktion (vgl. ebd.).

Höhne (vgl. 1992, 113) stellt für Texte aus dem wirtschaftlichen Bereich Ersetzung einfacher Objekte durch präpositionale Fügungen, Verbnominalisierungen, Komposita und Funktionsverbgefüge fest. Im Sinne der Präzisierung werden Adverbien durch präpositionale Gruppen ersetzt (vgl. Hoffmann 1998c, 423). Nach Höhne (vgl. 1992, 113) dient die Nominalisierung dem Rationalisierungsbestreben – mit ihrer Hilfe wird die Kondensierung der Aussagen erreicht. Diesem Zweck dienen auch satzsparende Komposita und zusammengezogene Sätze. Ohnacker stellt sowohl für die theoretisch- als auch für die populärwissenschaftliche Schicht im Bereich Wirtschaft ein häufiges Auftreten von Nominalisierungen auf *-ung* fest, die zur sprachökonomischen, präzisen und sachbezogenen Darstellung dienen (vgl. Ohnacker 1992, 87 ff.; zitiert nach Heuberger 1997, 71).

4.2.5.9. Lexik im Fachtext

Das auffälligste Merkmal der Fachsprachen bringt Fraas auf den Punkt: „Die Spezifik von Fachsprachen äußert sich am deutlichsten in den *Fachwortschätzen* und *Terminologien*, fachliche Inhalte werden über die Lexik transportiert“ (Fraas 1998, 428; Hervorhebung von Fraas). Zu Besonderheiten von Fachtexten gehört wegen des hohen Abstraktionsgrades eine hohe Terminusdichte, „wobei Termini nicht eingeführt zu werden brauchen“ (Laurén 1983; zitiert nach Gläser 1990, 17). In populärwissenschaftlichen Texten ist demgegenüber die Umschreibung der Termini mit Hilfe von Alltagslexik sowie ihre Veranschaulichung durch Alltagsbeispiele notwendig (vgl. Gläser 1990, 17; Baumann 1998b, 732). Der Anteil der Fachterminologie ist dem Adressaten angepasst (vgl. Gläser 1990, 178). Unterschiede sind auch im Gebrauch von Synonymen zu verzeichnen: Während in wissenschaftlichen Texten Synonyme vermieden werden (vgl. Dressler 1998, 613), werden in wissensvermittelnden Texten Abstrakta durch Paraphrasen und Synonyme ausgedrückt (vgl. Baumann 1998b, 732; Dressler 1998, 613). Thiel/Thome (1996, 763 ff.) stellen fest, dass in populärwissenschaftlichen Texten die Termini ihre begriffliche Stringenz verlieren und durch gemeinsprachliche Ausdrücke ersetzt werden. Als Ausdruck der Sprachökonomie treten in wissenschaftlichen Texten anstelle von Substantiven häufig Symbolzeichen (Ziffern, Buchstaben) auf, Komposita dienen als

„höchstmögliche Kondensierung“ (vgl. Beneš 1981, 194, 202 f.), Abkürzungen werden als die „letzte Stufe der Straffung von Termini“ eingesetzt (Hoffmann 1984, 175; zitiert nach Fijas 1998, 391 ff.).

In wissenschaftlichen Texten werden Begriffe exakt definiert (vgl. Dressler 1998, 612), während sie in Texten niedrigerer Abstraktionsstufen durch Beispiele aus der Alltagserfahrung des Lesers erläutert werden (vgl. Baumann 1998b, 732; Hundt 1998b, 109; Gläser 1990; Gläser 1998, 483). Für populärwissenschaftliche Texte haben Thiel/Thome (vgl. 1996, 754) ein Auftreten der Lexeme gleichzeitig in fachlicher und nichtfachlicher Verwendung festgestellt. Determinologisierung als Merkmal solcher Texte erwähnen auch Drozd/Seibicke (vgl. 1973, 94). In Texten dieser Abstraktionsstufe ist auch die Verwendung von Internationalismen, Lehnwörtern, Okkasionalismen, wertenden Adjektiven und Phraseologismen zu beobachten (vgl. Baumann 1998b, 732). Für die BWL-Monografie geben Buhlmann/Fearns (vgl. 1987, 308) einen niedrigen bis mittleren Grad der Spezialisierung und Terminologisierung der Fachlexik an; für das Wirtschaftsmagazin stellen sie einen mittleren Spezialisierungsgrad fest, wobei Fachwörter sehr oft nicht terminologisiert sind und zahlreiche ad-hoc-Bildungen und Metaphern anzutreffen sind. Den Anteil der Fachlexik schätzen sie für die Monografie auf 15–25% und für das Magazin auf unter 10% (vgl. ebd.).

4.3. Theorie der Intertextualität

Als Rezipienten werden wir häufig nicht nur mit einzelnen Texten, sondern auch mit mehr oder weniger zusammenhängenden Textverbänden konfrontiert, und das nicht nur in Online-Medien. Es gibt sogar Textsorten, die durch einen Textverband konstituiert werden und als Makrotextsorten bezeichnet werden können, z. B. Sachbuch, Geschäftsbericht, Vortragsreihe, akademische Vorlesung, Portfolio, Dossier, Special/Spezial, Internet-Seite usw. Burger (2000, 622) stellt für die Textsorten der Massenmedien eine medienübergreifende Tendenz zu Großformen fest, „in die die herkömmlichen Textsorten als Bausteine eingefügt und funktionalisiert sind“. Zu solchen textuellen Großformen kann auch der Makrotext einer thematischen Zeitschriftenrubrik gerechnet werden. Die vorliegende Arbeit setzt sich zum Ziel, die Textbeziehungen in dieser Großform linguistisch zu untersuchen. Mit den Beziehungen zwischen Texten beschäftigt sich die relativ neue linguistische Wissenschaft Intertextualität. Im nächsten Unterkapitel sollen zur Einordnung und Abgrenzung die für eine linguistische Analyse wichtigen Konzepte der Intertextualität vorgestellt werden.

4.3.1. Konzepte der Intertextualität

Der Begriff der Intertextualität existiert seit 1967 und stammt von Julia Kristva, einer bulgarischen Literaturwissenschaftlerin, Semiotikerin und Psychoanalyti-

kerin, die seit 1965 in Paris lebt (vgl. Fix 2000, 450; ähnlich in Adamzik 2004, 96). Adamzik fasst das Konzept von Kristeva wie folgt zusammen:

Das ideologisch geprägte Konzept richtet sich gegen die traditionelle Auffassung des Autors als autonomen Subjekt, der in künstlerischer Gestaltungsabsicht ein geschlossenes Werk kreiert; es betrachtet den Text vielmehr als ‚Mosaik von Zitaten‘, der sich aus anderen Texten speist und als ‚Gewirr von Stimmen‘ anderer Texte eine eigenständige Produktivität entfaltet. Der Autor (und Leser) gilt nur noch als Schnittpunkt von Texten und Diskursen. Erweitert bzw. aufgelöst wird der Textbegriff auch insofern, als er nicht mehr als sprachlich verfasstes Phänomen betrachtet wird, sondern alle Formen kultureller Zeichensysteme umfasst und eingebettet ist in den ‚allgemeinen Text‘ der Kultur. (Adamzik 2004, 96).

Über die Intertextualität wird seit den 1970er Jahren unter den Literatur- und Sprachwissenschaftlern heftig diskutiert (vgl. Adamzik 2004, 95f.). Anfangs wurde der Begriff „Intertextualität“ in der Literaturwissenschaft auf die Beziehungen zwischen künstlerischen Texten angewandt, später entdeckte ihn die Sprachwissenschaft für sich und neuere linguistische Arbeiten behandeln intertextuelle Beziehungen u. a. von Sachtexten (vgl. Fix 2000, 450 ff.). Holthuis beklagt die Unschärfe des Begriffs „Intertextualität“: Er werde „für alles mögliche ge- und mißbraucht, das in irgendeiner Weise zu tun hat mit Relationen zwischen Texten“ (Holthuis 1993, 1). So ist z. B. Heinemann bei einer Literaturrecherche auf 48 Verwendungsweisen des Begriffs „Intertextualität“ gestoßen (vgl. Heinemann 1997, 21). Alle Auffassungen von „Intertextualität“ verbindet jedoch der Gedanke, „dass Texte sich immer auf Texte beziehen (müssen)“ und „dass es unmöglich ist, außerhalb der Welt der Texte und unabhängig von ihr zu kommunizieren“ (Fix 2000, 449; ähnlich in Tschauer 1989, VII). Heinemann schreibt dazu: „Das Phänomen der generellen Vernetztheit von Texten ist [...] uralt und notwendig für das Überleben der Gesellschaft“ (Heinemann 1997, 22). Holthuis, die eine der grundlegenden linguistischen Arbeiten zur Intertextualität vorgelegt hat, bezeichnet Intertextualität ganz allgemein als „das Phänomen einer wie auch immer festzulegenden Relation zwischen Texten“ (Holthuis 1993, 29).

Fix unterscheidet drei Typen intertextueller Beziehungen: Text-Textwelt-Beziehung, Text-Textmuster-Beziehung und Text-Text-Beziehung (vgl. 2000, 449). Die Text-Textwelt-Beziehung bedeutet eine weite Auffassung von Intertextualität, einen generellen Bezug: „Alles ist ein Text“ (vgl. ebd. 450). Die Text-Textsorte-Beziehung, die der typologischen Intertextualität von Holthuis (1993) entspricht, bedeutet das Wissen über Textmuster. Die Text-Text-Beziehung – Holthuis nennt sie „referentielle Intertextualität“ – beschreibt reale Beziehungen zwischen den konkreten Texten. Zu Funktionen der letzten Kategorie gehört der Bezug zu Vortexten (z. B. Rezension), zu Text-in-Relationen (z. B. Vorwort – Monografie) und zu Prätexten (z. B. zu Abstracts) (vgl. Fix 2000, 449; 453 f.).

Heinemann (1997, 35) schlägt vor, den Terminus „Intertextualität“ „nur noch auf die grundsätzliche Textsortengeprägtheit aller Texte einzugrenzen“. Rößler

(1997, 239) schließt sich ebenfalls einem enger gefassten Konzept der Intertextualität an, „mit deren Hilfe vor allem verschiedene Formen konkreter Bezüge zwischen sprachlichen Einzeltexten beschrieben werden können“. Bezogen auf die Fachtexte benutzt Gläser (1990, 176; 179) den Begriff „Intertextualität“, wenn sie von Beziehungen zwischen dem wissenschaftlichen Primärtext und dem davon abgeleiteten populärwissenschaftlichen Text spricht. Adamzik (1998, 2) untersucht die Intertextualität in der wissenschaftlichen Kommunikation und stellt fest, dass „man (moderne) Wissenschaft einfach nicht betreiben [kann], ohne sich auf eine ziemlich große Menge von konkreten Prätexten zu beziehen, d. h. ohne diese rezipiert und verarbeitet zu haben. [...] IT [= Intertextualität] ist in der Wissenschaft also konstitutiv“.

Nach Heinemann/Heinemann (2002, 112) sind Texte in „übergreifende interaktionale Text-Zusammenhänge“, d. h. Diskurse, eingebettet. Unter „Diskurs“ verstehen die Autoren „ein abstraktes (Rahmen-)Bezugssystem, [...] bestehend aus einer Menge von Texten/Äußerungen, die pragmatisch und/oder semantisch aufeinander bezogen sind und oft institutionell zusammenhängen“ (Heinemann/Heinemann 2002, 113). Als Beispiele der Diskurse, die sich durch den thematischen Bezug konstituieren, nennen Heinemann/Heinemann (vgl. ebd., 114) u. a. die gesellschaftlichen Diskurse zu den Themen Asylrecht, Steuerreform und Drogenkonsum. Pragmatisch determiniert ist demgegenüber z. B. „das obligatorische Procedere bei der Konstitution und Verabschiedung von Gesetzen“ (ebd., 114). In diesem Diskurs werden die Texte eher durch den Handlungszusammenhang als durch den thematischen Zusammenhang verbunden (vgl. ebd., 114).

Fix fasst die Diskussion um die Intertextualität wie folgt zusammen:

Beides sollte im Bewußtsein sein: Erstens: Alles ist Text und steht miteinander in Beziehung. Zweitens: Texte stehen in konkret fassbaren Bezügen zu anderen Texten und zu Textmustern. Und drittens sollte man sich dessen bewusst sein, dass sich mit den Möglichkeiten digitaler Kodierung neue Begriffe von Text und von Intertextualität herausgebildet haben [...]. (Fix 2000, 455).

Für die vorliegende Untersuchung sind von besonderer Relevanz die Konzepte der Intertextualität, in denen verschiedene Formen von Bezügen zwischen konkreten Texten – nach Fix (vgl. 2000, 449) also die Text-Text-Beziehungen – im Vordergrund stehen. Es geht bei dem Untersuchungskorpus um einen Textkomplex, den wir als „Makrotext“ bezeichnen möchten und den wir als eine Erscheinungsform von Intertextualität auffassen; deshalb sollen demnächst die existierenden Verwendungsweisen von „Makrotext“ näher betrachtet werden.

4.3.2. Zum Begriff des Makrotextes in der Textlinguistik

Der Begriff „Makrotext“ wird in der Linguistik in unterschiedlicher Bedeutung gebraucht, auch Verbindungen von Texten werden in der textlinguistischen

Fachliteratur unterschiedlich genannt: Großtext, Großraumtext, Textmenge, Quasitext, Pseudotext, Textkomplexe, Makrotext, Hypertext, Multitext. Heinemann/Viehweg (vgl. 1991, 251) verstehen unter dem Begriff „Makrotext“ einen „Großtext“, d. h. einen „umfangreicheren Schrifttext“, z. B. Monografie, Dissertation, Forschungsbericht, Fachbuch, Lehrbuch, umfangreiche literarische Erzählung, Roman. Dieser Begriff bezieht sich in erster Linie auf den Textumfang und bezeichnet einen längeren Einzeltext, nicht eine Verbindung von mehreren Texten. Harweg spricht von „Großraumtext“ (Harweg, 1970) und von „großraumtextologischen Identitätssubstituentia“ z. B. in Briefen und Tagebüchern (Harweg 2001, 262). Eine aus mehreren Einzeltexten bestehende Textverbindung bezeichnet er als „Textmenge“ und bringt als Beispiel die Textsorten Ringvorlesung und Sammelband (vgl. 2001, 177 ff.; 194 ff.). Die Textmenge ist durch die Textmengendeixis verbunden, „die die Grenzen des Einzeltexts überschreitet“ (vgl. ebd., 194). Für Agricola (vgl. 1979, 21) bilden „die diversen Texte einer Tageszeitung“ einen Pseudotext bzw. einen Quasitext. Heinemann/Heinemann (2002, X) nennen „Verknüpfungen von mehreren Einzeltexten zu komplexeren Ganzheiten“ als „Textkomplexe“. Burger (2000, 620) spricht in Bezug auf Massenmedien von „medialen Makrotexten“, die durch formale Mittel (Layout, Positionierung, Länge der Teiltex te, ihre visuelle „Aufmachung“) sowie semantische und funktionale Relationen entstehen. Im Bereich der elektronischen Texte hat sich für Textverbindungen der Begriff „Hypertext“ etabliert. Fix (vgl. 2000, 455) nennt noch „Intermedialität“ und „Interaktivität“ als verwandte Begriffe zu „Hypertext“. Der Begriff „Multitext“ wird für das Zusammenspiel von Text und Bild verwendet (vgl. Burger 2000, 622 f.). Gruben (2006, 129 f.) versteht unter „Makrotext“ eine „große, mindestens durch einen möglichen Sinnzusammenhang (globales Thema) verbundene Texteinheit“, wobei die einzelnen Teiltex te „nicht immer der expliziten Anbindung durch sprachliche Mittel an andere Teiltex te“ bedürfen. Für Gruben (2006) ist der Gesamttext eines Sachbuches ein „Makrotext“. Tschauer (1989; 1993) benutzt für die Bezeichnung von Textverbindungen ebenfalls den Begriff „Makrotext“. Seine Überlegungen, an die wir bei der Bestimmung des Makrotextbegriffes anknüpfen möchten, sollen im nächsten Unterkapitel näher betrachtet werden.

4.3.3. Die Makrotextologie von Gerhard Tschauer

Eine interessante Arbeit, die Ansätze für die Analyse des Makrotextes einer Zeitschriftenrubrik bietet, ist die Monografie von Tschauer (1989) „Textverbindungen: Ansätze zu einer Makrotextologie, auch unter Berücksichtigung fiktionaler Texte“. 1984 wurde diese Arbeit von der Ruhr-Universität Bochum als Habilitationsschrift angenommen, 1989 erschien eine neue Fassung und 1993 wurde der Artikel „Fachsprache als Makrotext“ veröffentlicht, der ebenfalls einen Beitrag zur Intertextualität darstellt. Merkwürdig erscheint vor diesem Hintergrund die Tatsache, dass die Arbeiten von Tschauer keine Beach-

tung bei den Autoren gefunden haben, die zur Thematik rund um Intertextualität schreiben. So kommen z. B. in den Literaturverzeichnissen von Fix (1997), Fix (2000), Heinemann (1997), Tegtmeier (1997), Steyer (1997), Sager (1997), Hess-Lüttich (1997), Adamzik (2004) die Arbeiten von Tschauer nicht vor. Von den mir bekannten linguistischen Untersuchungen zur Intertextualität erwähnt nur Holthuis (1993) in ihrem Literaturverzeichnis die Monografie von Tschauer (1989).

Tschauer erwähnt den Terminus „Intertextualität“ nur einmal, in der Einleitung seiner Monografie zu Textverbindungen (1989), als er sich mit dem Intertextualitätsbegriff Kristevas auseinandersetzt: Seine Arbeit sei „ebenfalls [wie die von Kristeva (1967)] ‚intertextuell‘ ausgerichtet“ (1989, 3). Weiterhin operiert er mit dem Begriff „Makrotextologie“. Er behandelt – im Sinne der Klassifikation von Fix (2000) – vor allem die Text-Textwelt-Beziehung und die Text-Text-Beziehung. Die Beziehung Text-Texttyp erwähnt er nur kurz in der Einleitung in Bezug auf Übernahme von Textmustern in literarischen Texten: Bei den Textvergleichen wird manchmal darauf hingewiesen, dass ein bestimmter Verstyp oder eine bestimmte Verstechnik aus einer anderen Epoche stammt (vgl. Tschauer 1989, 1).

Tschauer unterscheidet den Makrotext im weitesten und den Makrotext im engeren Sinn. Seine Auffassung von „Makrotext“ im weitesten Sinn ist ähnlich dem Konzept der Text-Textwelt-Beziehung der Intertextualität. In der Bestimmung des Begriffes „Makrotext“ lehnt er sich (ebd., 7) an den Textkosmos-Begriff von Harweg (1979/1968, 143) an, was „die Gesamtheit aller Texte [...] ein und derselben Sprache“ bedeutet. Tschauer (1989, VII) geht davon aus, „daß Einzeltexte nicht isoliert nebeneinander existieren, sondern auf vielfache Weise, in den verschiedenen Dimensionen der Sprache, miteinander verbunden sind.“ Diese Verbundenheit der Texte versteht Tschauer (vgl. ebd., 9) im Sinne der „syntagmatischen Substitution“ von Harweg und begründet seine Makrotextologie auf dem Textbegriff von Harweg (1979/1968, 148), der wie folgt lautet: „Ein Text ist ein durch ununterbrochene pronominale Verkettung konstituiertes Nacheinander sprachlicher Einheiten“. Tschauer (vgl. 1993, 159) bestimmt den Makrotext als „eine Verbindung von mindestens zwei, in aller Regel aber von einer Vielzahl von Mikrotexen“. Ob Einzeltexte einen Makrotext bilden, entscheidet „die Existenz von auf andere Texte verweisenden Einheiten, von Anaphorika in einem weiteren Sinn“ (1993, 158). In der Arbeit von 1989 ist die folgende genauere Definition des Makrotextes zu finden:

„[...] lassen sich syntagmatische Relationen zwischen zwei oder mehreren Mikrotexen nachweisen, so sind diese Texte makrotextuell verbunden. Somit konstituiert ein Substitutionsstrang, der sich über mindestens zwei Mikrotexen erstreckt, einen **Makrotext**.“ (Tschauer 1989, 46; Hervorhebung von Tschauer).

Nach Tschauer ist die ganze Textwelt in sich gegenseitig überlappende Makrotexte organisiert. Als Beispiel bringt er den Makrotext der Allgemeinsprache und den Makrotext der Fachsprachen (vgl. Tschauer 1993). Die Zielsetzung

seiner Arbeit bestehe darin, „allgemeine Textverknüpfungsstrukturen zu beschreiben“ (1989, 4).

Die Text-Text-Beziehung, d. h. die Beziehung zwischen konkreten Texten, fasst Tschauder als Makrotext im engeren Sinne auf. Er nennt diese Textbeziehung noch „Hypertext“⁵⁵ und „Makrotext-Sprechakt“ (vgl. 1989, 197). Mit dem letztgenannten Begriff bringt er die pragmatischen Dimension in den Begriff des Makrotextes ein, was m. E. sehr aufschlussreich ist. Er betrachtet den Makrotext als eine komplexe sprachliche Handlung mit einer einheitlichen Funktion, als einen „illokutionären Makroakt“:

Es stellt sich [...] die [...] Frage, ob Sprechakte nicht auch auf einer noch umfassenderen Stufe analysiert werden müssen. Die Legitimität dieser Frage steht [...] außer Zweifel; denn es gibt nicht nur textbezogene Sprechakte, die mehrere Texte umfassen **können** – ich erinnere an die als eine (fiktive) Makroerzählung zu interpretierenden Sherlock-Holmes-Geschichten –, sondern auch solche Sprechakte, die sich **notwendigerweise** aus mehreren Texten konstituieren. Ein in letzterem Sinne transtextueller Sprechakt wird z.B. vollzogen, wenn jemand eine Vortragsreihe (etwa eine akademische Vorlesung) präsentiert und somit [...] eine in Abständen fortgesetzte, also sich über mehrere Konstitutionzeitpunkte erstreckende Veranstaltung durchführt. Diese komplexe Sprechhandlung verfolgt eine textsortenbedingte einheitliche Zielsetzung, so daß man von einem illokutionären Makroakt sprechen kann. (Tschauder 1989, 194; Hervorhebung von Tschauder).

Sprachstrukturell wird der Makrotext im engeren Sinne durch das Prinzip der Wiederaufnahme, „die mehrfache Bezugnahme der Kommunikationspartner auf ein und dasselbe Referenzobjekt“ (ebd., 199), und durch andere Verknüpfungsmittel zusammengehalten. Eine makrosubstitutionelle Verbindung „wird z.B. gestiftet, wenn der Anfang eines die Vortragsreihe mitkonstituierenden subsequentialen Mikrotext etwa lautet: [...] *Beim letzten Mal haben wir festgestellt, daß ...*“ (Tschauder 1989, 194; Hervorhebung von Tschauder). Solche „Textbrücken“ seien jedoch nicht obligatorisch (vgl. ebd. 194; 205). Die Mikrotexte können außerdem durch einen „metatextuellen Vor- oder Nachspann“ verbunden werden, „in dem kataphorisch oder anaphorisch, entweder zusammenfassend oder begleitend, auf die (nicht-substitutionell) koordinierten Texte Bezug genommen wird“. Als Beispiel für diese Form der „substitutionellen Verklammerung“ nennt Tschauder einen Makrotext-Sprechakt der Rechtsfindung, bei dem zwei Texte, u. z. „ein Gutachten und eine Spesenabrechnung für einen Zeugen“, die kein gemeinsames Denotat bezeichnen, durch ein gemeinsames Aktenzeichen zu einem Makrotext verbunden werden. Eine sehr häufig auftretende zusammenfassende Form der Klammerung ist das Vor- oder Nachwort, z. B. in Anthologien von Gedichten, Sammlungen von Gesetzestexten etc. (vgl. Tschauder 1989, 206). Im Extremfall kann die klammernde Funktion des Metatextes durch einen Titel oder Untertitel erfüllt werden, denn Über-

⁵⁵ In der vorliegenden Arbeit wird dieser Begriff nur für elektronische Makrotexte verwendet.

schriften können als elliptisches Vorwort betrachtet werden: „Auf diese Weise sind letztendlich auch die Texte einer Zeitung [...] miteinander verbunden“ (Tschauder 1989, 207).

Tschauder betrachtet den Makrotext im engeren Sinne als kohärente Folge von sprachlichen Zeichen. Dabei knüpft er an Brinkers vorläufigen Textbegriff an: „Der Terminus ‚Text‘ bezeichnet eine kohärente Folge von sprachlichen Zeichen [...], die nicht in eine andere (umfassendere) sprachliche Einheit eingebettet ist“ (Brinker 1979, 3) und stellt fest: „[...] das Definiens ‚kohärente Folge von sprachlichen Zeichen‘ erlaubt die Öffnung der Perspektive über den Einzeltext hinaus in Richtung auf makrotextologische Einheiten“ (Tschauder 1989, 9).

Tschauder stellt die Frage nach einem weiteren Merkmal der Textualität, nach der Linearität des Makrotextes als einer Folge von sprachlichen Zeichen: „Welchen Stellenwert aber hat [...] das Prinzip der Linearität, welches traditionell so eng mit dem Konzept des Textes assoziiert wird?“ (Tschauder 1989, 233). Die Linearität im Sinne der Gerichtetheit liege nach Tschauder auch im Makrotext vor. Er stellt fest, „daß der Makrotext in seiner Gänze, genau wie der Mikrotext, gerichtet ist, so daß auch hier, unbeschadet mannigfacher Vielsträngigkeit und auch Diskontinuitäten, Linearität vorliegt“ (Tschauder 1989, 233).

Zusammenfassend ergibt Tschauders Konzept der Makrotextologie, dass der Makrotext als Verbindung von konkreten Texten (d. h. als Text-Text-Beziehung) in seiner Textualität dem Einzeltext, dem Text im traditionellen Sinn, sehr ähnlich ist:

1. Der Makrotext stellt aus pragmatischer Sicht eine komplexe sprachliche Handlung, einen Sprechakt, dar, der aus einem propositionalen und einem illokutionären Akt besteht; d. h., dass der Makrotext in funktionaler und inhaltlich-thematischer Hinsicht eine Einheit bildet.
2. Der Makrotext bildet eine sprachstrukturelle Einheit, die vor allem durch das Prinzip der Wiederaufnahme verbunden ist.
3. Der Makrotext ist eine kohärente und lineare (gerichtete) Folge von sprachlichen Zeichen.

Desweiteren soll ein Versuch unternommen werden, das Makrotext-Konzept von Tschauder und die Erkenntnisse der anderen Untersuchungen zur Intertextualität für die Beschreibung der Textualität des Makrotextes einer Zeitschriftenrubrik zu nutzen und darauf aufbauend einen eigenen Makrotext-Begriff zu definieren.

4.3.4. Zur Textualität des Makrotextes „Arbeitszeitmodelle“

Die vorliegende Arbeit stellt u. a. die Frage nach der Textualität eines aus mehreren Einzeltexten bestehenden Makrotextes, der im Rahmen einer Zeitschriftenrubrik ein kohärentes Ganzes bildet. Dazu wird der Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ der Rubrik „Extra“ der Zeitschrift „management & seminar“, Jg.

1996, H. 2, textlinguistisch analysiert. Der zu analysierende Makrotext besteht aus 12 Einzeltexten, die verschiedenen Textsorten angehören. Die Gesamtheit der Texte der Rubrik wird als „Makrotext der Rubrik“, die Gesamtheit der Texte der Zeitschrift als „Makrotext der Zeitschrift“ bezeichnet. Der Begriff „Gesamttext“ wird nicht benutzt, weil man in der Werbeforschung mit diesem Begriff einen Einzeltext mit darin enthaltenen bildlichen Elementen bezeichnet (vgl. Androutsopoulos 2000, 346). Ebenfalls wird der Terminus Tschauders „Mikrotext“ für die Bezeichnung eines Einzeltextes nicht übernommen. Der Begriff „Teiltext“ scheint uns treffender zu sein, weil er stärker darauf hinweist, dass es sich um einen Teil des Ganzen handelt. Bei der linguistischen Analyse dient als theoretische Grundlage der Textbegriff von Brinker (2005, 17)⁵⁶. Es wird versucht, diesen Textbegriff auf einen Makrotext anzuwenden und Brinkers Erkenntnisse zur Textualität eines Einzeltextes mit den Überlegungen Tschauders zur Textualität eines Makrotextes zu verbinden.

Einen grundlegenden Unterschied zwischen Mikro- und Makrotext sieht Tschauder im Konstitutionspunkt, in der zeitlichen Dimension der Entstehung des Textes: der Mikrotext ist ein „Text mit einem textzeitlich singulären Konstitutionspunkt“, der Makrotext ist ein „Text mit mehr als einem Konstitutionszeitpunkt“ (Tschauder 1989, 203). Zwischen den Teiltexten des Makrotextes, z. B. denen einer Vortragsreihe, existiert ein „zeitlicher Abstand“ (vgl. Tschauder 1989, 198). Anders ist es beim Makrotext „Arbeitszeitmodelle“: Diese Texte befinden sich auf einem Träger in räumlicher und zeitlicher Nähe zueinander und sind linear (mit einigen Unterbrechungen durch Einschübe) angeordnet.⁵⁷ Dieser Makrotext ist einem anderen Beispiel für einen Makrotext, den Tschauder bringt, u. z. dem der Zeitung (vgl. ebd. 207), ähnlich. Es handelt sich hier um eine Text-Text-Beziehung, genauer gesagt, um die Beziehung „Text-in-Relationen“, vergleichbar mit der Beziehung zwischen dem Vorwort und der Monografie (vgl. Fix 2000, 454).

Ähnlich wie Tschauder betrachten wir den Makrotext als eine komplexe Sprechhandlung, und im Analyseteil der vorliegenden Arbeit werden wir zeigen, dass dem analysierten Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ eine einheitliche Funktion zugeschrieben werden kann. Durch die Analyse der thematischen Struktur anhand der Wiederaufnahmebeziehungen wird ersichtlich, dass es sich beim Makrotext der Rubrik um ein kohärentes Ganzes handelt. Tschauder beschränkt sich aus ökonomischen Gründen auf den Nachweis eines einzigen textverbindenden Substitutionsstranges (vgl. 1989, 200). Im Unterschied dazu werden in der vorliegenden Arbeit Koreferenzketten mehrerer wichtiger Referenzträger untersucht, um den inhaltlichen Zusammenhang des Makrotextes nachzuweisen. Außerdem wird auf die Rolle der formalen Gestaltungselemente wie einheitliches Layout eingegangen, die ebenfalls zur Kohärenz des Makrotextes beitragen.

⁵⁶ Siehe dazu Kapitel 4.1.2.1.

⁵⁷ Zur formalen Anordnung der Teiltexte im Makrotext siehe Abb. 11.

Anknüpfend an die Überlegungen von Brinker (2005) und Tschauder (1989; 1993) definieren wir den Begriff „Makrotext“ als einen Textkomplex, der aus mehreren miteinander funktional und thematisch verbundenen, schriftlich konstituierten Texten besteht, die zu verschiedenen Textsorten gehören können, sich in einer (relativ) linearen Abfolge ohne zeitliche und räumliche Distanz auf **einem** Träger befinden und eine kohärente Ganzheit bilden.

Beispiele der Makrotexte haben wir am Anfang dieses Kapitels gebracht. Wir grenzen diesen Begriff von den Begriffen „Hypertext“ und „Diskurs“ ab. Unter „Hypertext“ verstehen wir einen verlinkten elektronischen Textkomplex, in dem die Linearität nicht gegeben ist. Wir wenden den Begriff „Makrotext“ auf schriftlich konstituierte Texte an. Der Diskurs unterscheidet sich vom Makrotext durch die zeitliche und räumliche Distanz zwischen den einzelnen zum Diskurs gehörenden Texten. Bei der Unterscheidung der beiden Begriffe „Diskurs“ und „Makrotext“ gehen von der Definition des Begriffs „Diskurs“ von Heinemann/Heinemann (2002, 113) aus.⁵⁸ Nach Heinemann/Heinemann werden Diskurse durch thematische **und/oder** pragmatischen Bezüge zusammengehalten (vgl. ebd.). Im Unterschied dazu ist im Makrotext sowohl der pragmatische als auch der thematische Zusammenhang gegeben. In einer engeren linguistischen Auffassung von Intertextualität als Theorie von Beziehungen zwischen konkreten Texten kann der Makrotext m. E. als ihre Erscheinungsform betrachtet werden.

4.4. Medientheorie

In diesem Kapitel werden die medien- und kommunikationstheoretischen Grundlagen der Journalistik dargestellt und es wird ein kurzer Überblick über die journalistischen Medien gegeben. Anschließend wird auf die Presse eingegangen, wobei der Fachjournalismus und insbesondere der Wirtschaftsjournalismus im Fokus des Interesses stehen werden.

Die Journalistik als die Wissenschaft vom Journalismus entstand aus der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft untersucht „alle Phänomene der durch Massenkommunikation vermittelten öffentlichen Kommunikation“ (Meier 2007, 20 f.), während sich die Journalistik mit den Massenkommunikationsmedien Presse, Fernsehen, Hörfunk und einigen Bereichen des Internets beschäftigt (vgl. Mast 2004, 51).

Die Medienwissenschaft entstand in den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts aus der Germanistik und den Literatur- und Theaterwissenschaften. Sie versteht sich als Geistes- und Kulturwissenschaft und ist ästhetisch und historisch orientiert. Die Kommunikationswissenschaft ist demgegenüber eher sozialwissenschaftlich ausgerichtet, d. h., sie berücksichtigt stärker die Kommunikationsverhältnisse in der Gesellschaft (vgl. Meier 2007, 21).

⁵⁸ Zur Bestimmung des Begriffes „Diskurs“ von Heinemann/Heinemann (2002) siehe das Kapitel 4.3.1. der vorliegenden Arbeit.

Kommunikation wird generell als „eine Bedeutungsvermittlung zwischen Menschen definiert, die über bestimmte Träger bzw. Medien stattfindet“ (Mast 2004, 51). Den Begriff „Medien“ definiert Saxer (1999, 6) als „komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen.“ Die Medienkommunikation definiert Bucher wie folgt:

[...] eine institutionelle Form der Kommunikation, also den Bedingungen einer Medieninstitution unterworfen. Sie ist zweitens medial vermittelte Kommunikation, d. h. die Beiträge werden in einem Medium präsentiert. Und sie ist drittens eine Form der öffentlichen Kommunikation mit größerer Reichweite und anderen Zugangsregelungen als die direkte Alltagskommunikation. (Bucher 1999, 214).

Die kommunikationsanalytische Medienwissenschaft hat die allgemeine Handlungstheorie zur theoretischen Grundlage. Sie stellt sich die Frage nach der Rolle von Texten, Bildern und Tönen als Mittel der Verständigung. Aus der funktionalen Perspektive wird die Verwendung von Kommunikationsmitteln als kommunikatives Handeln mit bestimmten Absichten verstanden (vgl. Muckenhaupt 1999, 28 f.).

Die Medienwissenschaft entwickelt sich immer mehr „zu einer transdisziplinären Wissenschaft mit zahlreichen Berührungspunkten zu anderen Disziplinen“, u. a. zur Sprachwissenschaft (vgl. Meier 2007, 22). Im Zuge der pragmatischen Wende, die sich in den 70er Jahren in der Linguistik einsetzte, verlagerten sich die Schwerpunkte der sprachwissenschaftlichen Medienforschung von der Mediensprache auf die Medienkommunikation. Die Pragmatisierung hatte erstens zur Folge, dass sich ein neuer Kommunikationsbegriff entwickelte, „der sich auf handlungstheoretische Grundlagen einer Theorie des Sprachgebrauchs stützt“ (Bucher 1999, 213). Zweitens wurde es auf der handlungstheoretischen Grundlage möglich, verschiedene Aspekte der linguistischen Analyse „unter einer funktionalen Perspektive zu integrieren“ (ebd.). Drittens hat sich in der sprachwissenschaftlichen Medienforschung eine strukturelle Betrachtungsweise etabliert, wonach „konkrete Medienbeiträge als Ausdruck regelhafter, systematischer Strukturmerkmale der Medienkommunikation beschrieben“ werden (ebd.).

4.4.1. Journalismus

Auch die theoretischen Grundlagen der Journalistik sind aus denen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft hervorgegangen (Meier 2007, 25). Es gibt keine einheitliche „Supertheorie“ des Journalismus, „sondern es konkurrieren Teiltheorien mit unterschiedlichen fachlichen Wurzeln und Herangehensweisen sowie einer jeweils spezifischen Erklärungskraft, die sich auf bestimmte Aufgaben konzentriert“ (Meier 2007, 27). Eines der theoretischen Konzepte der Journalismusforschung bilden die Handlungstheorien, wonach der Journalismus

als soziales und kommunikatives Handeln verstanden wird, das nach bestimmten Regeln abläuft (vgl. Meier 2007, 26 f.).

Der Journalismus als „Kommunikationsprozess mit vielfältigen Bezügen zu Politik, Wirtschaft und Technik“ hat ganz allgemein ausgedrückt die Aufgabe, Informationen an ein Publikum professionell zu vermitteln (vgl. Mast 2004, 50). Meier formuliert die Aufgaben des Journalismus genauer wie folgt:

Journalismus recherchiert, selektiert und präsentiert Themen, die neu, faktisch und relevant sind. Er stellt Öffentlichkeit her, indem er die Gesellschaft beobachtet, diese Beobachtung über periodische Medien einem Massenpublikum zur Verfügung stellt und dadurch eine gemeinsame Wirklichkeit konstruiert. Diese konstruierte Wirklichkeit bietet Orientierung in einer komplexen Welt. (Meier 2007, 13).

Die Journalistik als Teil der Kommunikationsforschung geht wie die Kommunikationswissenschaft von der 1948 entstandenen Lasswell-Formel aus, die den Kommunikationsprozess in fünf Elemente einteilt: „Who says what in which channel to whom with what effect?“ (vgl. Meier 2007, 18 f.; Mast 2004, 50). Im Journalismus, verstanden als Kommunikationsprozess, vermittelt der Kommunikator (Journalist, Redaktion) über ein Medium (Fernsehen, Radio, Presse und Internet) Inhalte an ein Publikum (Zuschauer, Hörer, Leser und Nutzer) (vgl. Mast 2004, 50). Die Vermittlung erfolgt durch die für den Journalismus wichtigsten Medien der Massenkommunikation die Presse (Zeitungen und Zeitschriften), das Fernsehen, den Hörfunk und zum Teil das Internet (vgl. Mast 2004, 51).

Während unter der Individualkommunikation eine „direkte, persönliche Kommunikation“ verstanden wird, richtet sich die Massenkommunikation als „indirekte, technisch vermittelte Kommunikation“ an ein anonymes und „dispersed, d. h. weit verstreutes Publikum“ (Mast 2004, 51 f.). Die Massenkommunikation existiert in den Formen Druckmedien, Rundfunk, Film/Kino, Unterhaltungselektronik und Online-Dienste. Zu den Druckmedien gehören Presse (Zeitung, Zeitschrift), Buch, Plakat, Flugblatt (vgl. Mast 2004, 52).

4.4.2. Wirtschaftsjournalismus

Trotz der rasanten Entwicklung der Neuen Medien „haben Zeitungen und Zeitschriften nach wie vor eine erhebliche ökonomische Bedeutung und einen nicht wegzudiskutierenden Wirkungsradius“ (Bohrmann 1999, 147). Auch beim Vergleich der traditionellen journalistischen Medien Presse, Fernsehen und Radio kommt bei der Wirtschaftsberichterstattung der Presse immer noch die wichtigste Rolle zu, was nach Heinrich/Moss (vgl. 2006, 19) durch die Komplexität der Materie Wirtschaft zu erklären wäre. Das Angebot an wirtschaftsjournalistischen Printmedien ist reich und differenziert; es umfasst wissenschaftliche Wirtschaftszeitschriften, Fach- und Branchenzeitschriften, Wirtschaftsmagazine, Kundenzeitschriften, Verbraucherpresse etc. Themen aus dem Bereich

Wirtschaft werden auch in speziellen Zeitungen („Wirtschaftswoche“, „Handelsblatt“) und dem Wirtschaftsteil der Tages- bzw. Wochenzeitungen behandelt (vgl. Turi 1990, 201 ff.; Heinrich/Moss 2006, 19 ff.; Ruß-Mohl/Stuckmann 1991, 150 ff.).

Wirtschaftsjournalistik umfasst [...] die aktuelle Berichterstattung über Menschen, Unternehmen, Institutionen und Organisationen der Wirtschaft, über Märkte und Bereiche der Wirtschaft, über Branchen, Sektoren und Industrien, sie umfasst die Berichterstattung über Volkswirtschaften und Probleme der Weltwirtschaft sowie die Berichterstattung über ökonomische Funktionen und Rollen der Menschen etwa als Arbeiter, Unternehmer, Sparer, Konsument oder Steuerzahler. (Heinrich/Moss 2006, 10).

An der Wirtschaftsberichterstattung sind nicht nur Führungskräfte aus der Wirtschaft, sondern auch Politiker und weite Teile der Bevölkerung interessiert (vgl. Afheldt 1990, 181).

Bei der Frage, was soll, was kann die Wirtschaftsberichterstattung leisten, muß der Journalist seine Leserschaft klar vor Augen haben, die er informieren will [...]. Unterschiedliche Informationsinteressen, Ansprüche und Voraussetzungen der Leser machen eine Differenzierung erforderlich. (Afheldt 1990, 182).

Trotz der vorhandenen Unterschiede ist für alle Lesergruppen das knappe Zeitbudget gemeinsam. Eine Folge des Wettbewerbs um die Zeit und Aufmerksamkeit der Leser ist „eine weitgehende Differenzierung im Informationsangebot zwischen den Medien, den Titeln und innerhalb der Hefte (Rubriken) [...] Der Informationsprozeß wird folglich vielschichtiger, aber gleichzeitig zielgerichteter“ (vgl. ebd., 182).

Zeitungen und Zeitschriften werden nach verschiedenen Kriterien voneinander abgegrenzt. Eines der Kriterien ist die Erscheinungsweise. Zeitungen erscheinen mehrmals in der Woche und zeichnen sich durch eine hohe Aktualität aus. Sie richten sich an einen breiten Leserkreis und behandeln ein breites Spektrum von Themen. Die Zeitschriften erscheinen wöchentlich, monatlich oder in einem noch längeren Rhythmus; sie beschränken sich auf bestimmte Themen und richten sich „nur an eine klar definierte oder sogar geschlossene Lesergruppe“ (Mast 2003, 38 f.).

Die Zeitschriften müssen sich aufgrund ihrer sekundären Aktualität grundsätzlich anders als die Tageszeitungen ausrichten. Es werden vermehrt Hintergründe zu bestimmten Ereignissen oder Themen recherchiert und dargestellt, Interpretation, Analyse und Meinung angeboten und Konsequenzen gezeigt. (Mast 2003, 40).

Zeitungs- und Zeitschriftenbeiträge unterscheiden sich in den Quellen der Information:

„Zeitungsbeiträge schöpfen in der Regel aus einer Quelle; Magazinbeiträge berücksichtigen *unterschiedliche Sichtweisen und Urteile*, indem sie aus mehreren Quellen schöpfen“ (Baentsch 1991, 152; Hervorhebung von Baentsch).

Mast (vgl. 2003, 39) unterscheidet anhand der Kriterien Erscheinungsweise, behandeltes Themenspektrum und angesprochene Zielgruppe folgende Zeitschriftentypen:

Erscheinungsweise (Periodizität, Aktualität): wöchentlich erscheinende Titel,
monatlich erscheinende Titel

Zielgruppe (Publizität): organisations- und gruppenorientierte Zeitschriften,
Publikumszeitschriften

Themenspektrum (Universalität): General-Interest-Zeitschriften, Specia-Interest-Zeitschriften, Fachzeitschriften

Die IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. zählt zu Publikumszeitschriften der Wirtschaftspresse mit nationaler Verbreitung insgesamt 220 Titel, darunter „Wirtschaftswoche“, „Capital“, „Euro“, „Focus Money“, „Karriere“, „Impulse“, „Manager Magazin“ und „managerSeminare“, um nur einige zu nennen (vgl. auch Heinrich/Moss 2006, 21). Zu den Fachzeitschriften aus dem Bereich „Wirtschaft allgemein“ gehören nach IVW 301 Titel (vgl. IVW).

Die Publikumszeitschriften weisen eine größere Themenvielfalt auf als die Fachzeitschriften und wenden sich an die breite Öffentlichkeit oder an eine bestimmte Zielgruppe (Mast 2004, 21). „In Fachzeitschriften werden Themen für ein speziell interessiertes Publikum in die Tiefe gehend bearbeitet, wobei bei Berichterstattung zum Teil auf Allgemeinverständlichkeit zugunsten einer mehr fachspezifischen Darstellung verzichtet wird“ (Mast 2003, 40; vgl. Mast 2004, 21). Die Zielgruppen der Fachzeitschriften sind „z. B. Angehörige einer bestimmten Berufsgruppe oder eines Verbandes“ (Mast 2004, 21).

Nach Heinrich/Moss (vgl. 2006, 20) gibt es etwa 1250 Fachzeitschriften zu Wirtschaft. Zur Fachpresse gehörende Publikationen lassen sich in zwei Gruppen einteilen: „die eher *wissenschaftlichen Blätter*, die sich ökonomischen Fragen widmen; sie werden von Experten für Experten geschrieben“ und die „stärker praxisorientierten“ Branchenzeitschriften (vgl. Reschenberg 1991, 157; Hervorhebung von Reschenberg). Mast (vgl. 2004, 21) unterscheidet entsprechend zwischen wissenschaftlichen und berufsbezogenen Fachzeitschriften. Die wissenschaftlichen Zeitschriften dienen als „das wichtigste Forum der wissenschaftlichen Diskussion“, die berufsbezogenen Fachzeitschriften sind eine „unverzichtbare Informationsquelle für die meisten Berufsgruppen“ (ebd.). Eine Erhebung der Bertelsmann-Stiftung von 1978 ergab, dass die „Fachzeitschrift für die ‚Weiterentwicklung der eigenen Fähigkeiten und Kenntnisse‘ unangefochten und bei der ‚Wissensvertiefung‘ vorne lag“ (Kübler 2001, 1745). Formell höher gebildete und beruflich besser gestellte Befragte „bedienten sich

insbesondere für ihre Fortbildung und Wissensvertiefung der berufs- und arbeitsbezogenen Informationen der Fachzeitschriften" (ebd.). Böhme (vgl. 1992, 153 ff.) kam in seiner Studie „Die Fachzeitschrift als Informationsquelle von Unternehmen" zum Ergebnis, dass Fachzeitschriften eine der wichtigsten Informationsquellen für Unternehmen darstellen und eine große Bedeutung für den Unternehmenserfolg haben.

In den Branchen- und Fachzeitschriften macht sich der allgemeine Wandel vom Verlautbarungsjournalismus zum Recherchenjournalismus bemerkbar; d. h., dass in ihnen heute nicht mehr nur Expertenaufsätze und Nachrichten veröffentlicht werden – „sie greifen Probleme kritisch auf und passen sich damit immer mehr den Erwartungen der Leser an" (Reschenberg 1991, 158). So erscheinen in Fachzeitschriften auch Meinungsbeiträge wie Leitartikel, Kommentare und Hintergrundgeschichten, die früher untypisch für diese Medien waren (vgl. ebd.). Zunehmend werden als Formen der Berichterstattung Reportage und Magazingeschichte eingesetzt (vgl. Mast 2003, 40). Das bedeutet, dass der journalistische Stil bei der Behandlung von Fachthemen immer wichtiger wird und dass sich eine Annäherung an den Magazinstil vollzieht (vgl. Reschenberg 1991, 158). Wirtschaftswissenschaftliche Fachzeitschriften sind dagegen „von den im *Wissenschaftsbetrieb* üblichen Normen und Maßstäben geprägt – und nicht von denen des Journalismus" (ebd.).

Sowohl bei einem Teil der Publikumszeitschriften als auch der Fachzeitschriften aus dem Bereich Wirtschaft ist die Bezeichnung „Magazin" als Bestandteil des Titels anzutreffen (vgl. IVW [2008a]; [2008b]).

Ihre Stellung im Markt rechtfertigen die Wirtschaftsmagazine dadurch, dass sie Hintergründe aufleuchten, die in der tagesaktuellen Berichterstattung zu kurz kommen, mit moderner Grafik- und Bildsprache das oft sperrige Thema Wirtschaft leichter präsentieren, gelegentlich investigativ arbeitend Missstände aufdecken und schwierige Zusammenhänge durch Personifizierung transparent machen. (Tichy 2004, 422).

Das Besondere des Wirtschaftsmagazins äußert sich ebenfalls in der Art und Weise, wie mit den Themen umgegangen wird:

Kommt die Wirtschaft in anderen Medien oft in abstrakter Form als Vernetzung ökonomischer Kennziffern vor, [...] so fragt das Magazin stets nach den *Akteuren*: Wer macht was? Was sind seine Ziele und Motive? Wer profitiert, wer leidet? Wer hat gewonnen, wer verloren? (Baentsch 1991, 150; Hervorhebung von Baentsch).

Die Magazine schöpfen ihre Themen aus „zeitlosen Vorgängen und aus erahnter *latenter Aktualität*. Was authentisch nicht recherchierbar ist, weil noch nicht passiert, wird intelligent vorausgeahnt und möglichst schlüssig deduziert" (Baentsch 1991, 151; Hervorhebung von Baentsch).

4.4.3. Journalistische Textgattungen

Bei einer Systematisierung von journalistischen Gattungen müssen mehrere Aspekte beachtet werden, „von den Zielen und Absichten der Journalisten über die Art der zu vermittelnden Inhalte und die formalen Gestaltungsmerkmale der Texte bis zur erzielten Wirkung beim Publikum“ (Mast 2003, 31). Die Grenzen zwischen den einzelnen Gattungen sind fließend, „sie können sich überschneiden und unterschiedlich ausgelegt werden“ (Roloff 1982, 6). Über die Struktur der einzelnen Textsorten bemerkt Bucher (1999, 220), „daß es zwar typische elementare Sequenzmuster für die einzelnen Textsorten gibt, deren Anordnung und Auswahl für die konkrete Realisierung eines Beitrags aber relativ offen ist“. Bezogen auf die Textsorten der Fachzeitschriften stellt Engberg (2004, 435 f.) eine Tendenz zur „Mustermischung“ fest: „Die Konventionen von einschlägigen Textsorten, die ja in hohem Maße die Fachsprachlichkeitsmerkmale aufweisen, vermischen sich und werden aufgeweicht.“

Die Einteilung in referierende, interpretierende und kommentierende Textgattungen, die Roloff (vgl. 1982, 3; 10) vorschlägt, berücksichtigt die Komplexität der journalistischen Praxis und vermeidet eine strikte Trennung zwischen den Gattungen (vgl. Mast 2003, 32). Zu referierenden Textgattungen zählt Roloff Nachricht, Bericht, Dokumentation, Pressespiegel und Statement; zu interpretierenden wären Magazinbeitrag, Reportage, Feature, Porträt, Interview/Diskussion, Brief, Feuilleton, Essay und Bildunterschrift zu rechnen und zu kommentierenden gehören Kommentar, Leitartikel, Glosse, Kolumne und Kritik/Rezension.

Mast (vgl. 2003, 33) geht von dieser Klassifikation aus und gruppiert die Textsorten noch in Anlehnung an Reumann (1994) nach den Kriterien „tatsachenbetont“, meinungsbetont“ und „phantasiebetont“. Danach gehört z. B. die Textgattung „Magazingeschichte“ den tatsachenbetonten, referierenden und interpretierenden Formen an: „Im Zeitschriftenbereich wird mit der Magazingeschichte eine Form der Berichterstattung angewendet, die eine Mischung zwischen dem faktizierenden Vorgehen bei den Nachrichtenformen und dem subjektiven Stil der rein interpretierenden Gattungen ist“ (Mast 2003, 34).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass eine der wichtigsten theoretischen Grundlagen der Medien- und Journalismusforschung der handlungstheoretische Ansatz ist. Danach werden Texte als komplexe sprachliche Handlungen verstanden, die eine bestimmte Funktion in der gesellschaftlichen Kommunikation erfüllen. Der Wirtschaftsjournalismus hat die Funktion, die breite Öffentlichkeit oder klar definierte Zielgruppen über die wirtschaftlichen Prozesse zu informieren. Die wissenschaftlichen Fachzeitschriften dienen der fachinternen wissenschaftlichen Kommunikation, die berufsbezogenen Fachzeitschriften vermitteln in einer asymmetrischen Kommunikationssituation fachliches Wissen an Fachpraktiker und Anwender und stellen eine wichtige Informationsquelle dar.

4.5. Text-Bild-Beziehungen

4.5.1. Zur Diskussion über Text-Bild-Beziehungen

Aus der alltäglichen, vorwissenschaftlichen Sicht erscheint einleuchtend, dass Bilder ihren Beitrag zur Funktion und zum Inhalt des Textes leisten müssen. Denn wenn man Bilder benutzt, bezweckt man damit etwas, man setzt sie mit einer Intention ein. Schon deshalb dürfen bei textlinguistischen Analysen Bilder und andere nonverbale Elemente, die der Gesamttext enthält, nicht ignoriert werden. Auch in der Fachliteratur wird darauf hingewiesen, dass nonverbale Elemente in die Textanalyse einbezogen werden müssen (vgl. Muckenhaupt 1986, Fix/Wellmann 2000, Androutsopoulos 2000, Reissmann 2000, Adamzik 2002, Thome 2005, Stöckl 2004 u. a.). Trotz dieser Notwendigkeit interessiert sich die Linguistik in ihren großen Teilen nicht für das Bildliche (vgl. Stöckl 2004, 63). Die Formen der visuellen Kommunikation werden in der kulturellen Praxis der Gesellschaft, insbesondere in den Massenmedien, jedoch immer wichtiger (vgl. ebd., 64). Einige Textsorten sind ohne Bildanteile sogar unvorstellbar, dazu gehört u. a. die Textsorte Zeitschriftenartikel (vgl. Kalverkämper 1993, 218). In den journalistischen Texten, u. a. auch in Fachzeitschriften, ist eine Tendenz zur Vergrößerung des bildlichen Anteils zu beobachten (vgl. Kübler 2001, 1743). Stegu (2000, 309) behauptet sogar, dass in der Presse der prinzipielle Bilder-Imperativ herrscht. Diese Entwicklung wird u. a. durch den Einfluss der Digitalisierung auf die Printmedien verursacht (vgl. Kübler 2001, 1743). Aus diesen Gründen ist die Einbeziehung des Bildes in die linguistische Analyse unverzichtbar.

Texte, die Bilder enthalten, werden in der Fachliteratur unterschiedlich genannt. Die folgende, keine Vollständigkeit beanspruchende Auflistung der Bezeichnungen für Text-Bild-Kombinationen soll das demonstrieren:

- „Wort-Bild-Texte“ (Spillner 1982, 91)
- „semiotisch komplexe Texte“ (Spillner 1982, 94)
- „Sprache-Bild-Text“ (Sandig 2000b, 4)
- „multimodale Texte“ (Androutsopoulos 2000, 343 f.; Sandig 2000b, 3; Schröder 1993, 189 ff.; Stöckl 2004, 5)
- „Gesamttext“ für das Zusammenspiel von verbalen und nonverbalen Textteilen in der Werbeforschung (z. B. Androutsopoulos 2000, 346; Stöckl 2004, 97; Spillner 1982; Schröder 1993)
- „Supertext“ (Stegu 1988, 400; Stöckl 2004, 97)
- „bimediale Textsorte“ (Stöckl 2000, 334)
- „bimodale“ Texte (Stöckl 2004, v)
- „Sprachtext“ und „Bildtext“ (Fix/Wellmann 2000, XIII)
- „Kommunikat“ statt „Text“ für alle Textformen (Adamzik 2002)
- „verbaler und piktorialer Text“, „verbaler und visueller Text“ als Textteile eines bimodalen Textes (Stöckl 2004)

Zur Textualität der Text-Bild-Beziehungen gibt es ebenfalls unterschiedliche Meinungen. Wichtige Unterschiede in der Textualität des verbalen und visuellen Textes liegen im semiotischen Code (vgl. u. a. Fix/Wellmann 2000; Hanna 2003; Ballstaedt 2003, 11), der die Besonderheiten der Rezeption bedingt: Sprachliche Texte werden „im zeitlichen Nacheinander“ rezipiert, Bilder dagegen „in einem simultanen Akt des Sehens als Ganzheit erfasst“ (vgl. Fix/Wellmann 2000, XII). Diese Unterschiede in der Rezeption sind durch die semiotische Struktur des Bildes zu erklären: „Bilder [...] lassen sich nicht [...] in bedeutungsleere Minimaleinheiten zerlegen“ (Nöth 2000, 490). Elemente des Bildes werden simultan und holistisch aufgenommen, der geschriebene Text dagegen linear (vgl. ebd.). Nach Hanna (vgl. 2003, 24) sind Bilder semiotisch gesehen Mischformen von verschiedenen Zeichensystemen, was zu einer Verschmelzung von verbalen und nonverbalen Zeichen führen kann: „Unter ‚Bild‘ verstehe ich eine komplexe visuelle Zeichenkombination, die auch verbale Zeichen einschließt“ (Hanna 2003, 43). Stegu (2000, 329) sieht die Besonderheit der Bilder darin, dass „sie sowohl Texte als auch Nicht-Texte sind“. Stöckl (2004, 327 f.) betrachtet Bilder als Texte mit einer spezifischen „visuellen Textualität“ und betont die „Sprachabhängigkeit bildlicher Darstellungen“.

Als Problem bei der Analyse von Text-Bild-Beziehungen erscheint die Tatsache, dass die etablierten textlinguistischen Theorien sehr sprachzentriert sind und keinen Ansatz für die Analyse von Texten bieten, die mehrere Zeichensysteme verbinden (vgl. Stöckl 2004, v; Androutsopoulos 2000, 344). Nach B. Spillner (1982, 91) fehlt es an „einer hinreichend exakten Methodologie, mit deren Hilfe die Informationselemente der unterschiedlichen Zeichensysteme semiotisch aufeinander bezogen und die bei ihrem Zusammentreffen im Text ablaufenden komplizierten Zeichenprozesse beschrieben werden können“. Aus textlinguistischer Sicht scheint mir der Bildbegriff und die textlinguistisch-semiotische Analyseverfahren von H. Stöckl (2004) ein guter Ansatz für die Betrachtung von multimedialen Texten zu sein. Diese Methode bietet m. E. die Möglichkeit eines Anschlusses an die Texttheorie von Brinker, die eine wichtige theoretische Grundlage der vorliegenden Arbeit bildet. Obwohl Brinker (vgl. 2005, 17) in seine Textdefinition⁵⁹ nur sprachliche Zeichen explizit einbezieht, behandelt er in seinen Textanalysen bildliche Elemente als einen natürlichen Bestandteil der Texte, z. B. schließt er in die linguistische Analyse eines Werbetextes das Bild ein (vgl. Brinker 2005, 121 ff.). Er unterscheidet im Werbetext den sprachlichen Teil (vgl. ebd. 121) und das Bild, wobei er das Bild als einen Bestandteil der Textstrategie behandelt und es in die linguistische Analyse integriert (vgl. ebd. 124 f.). Aus der Sicht der Textsortenproblematik sind für Androutsopoulos die bekannten Textsortenmodelle, auch wenn sie das Nonverbale nicht behandeln, potentiell für Betrachtung von multimodalen Texten geeignet:

⁵⁹ Siehe dazu Kapitel 4.1.2.

Obwohl sich etablierte Textsortenmodelle (z. B. Brinker 1997, Heinemann/Viehweger 1991) noch kaum mit multimodalen Texten auseinandergesetzt haben, schließen sie eine multimodale Sichtweise nicht aus, sondern legen sie durch ihre fachsprachliche Metaphorik gerade nahe [...]. (Androutsopoulos 2000, 344).

Brinkers textlinguistische Analyseverfahren ermöglicht zwar eine detaillierte Analyse sprachlicher Texte, bei der Analyse der Text-Bild-Beziehungen im Makrotext erweist sich m. E. die textlinguistisch-semiotische Analyseverfahren von H. Stöckl als ein sinnvoller Analyseansatz.

4.5.2. Der linguistisch-kommunikative Bildbegriff von Hartmut Stöckl

Hartmut Stöckl setzt sich in seiner Monografie „Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache“ (2004)⁶⁰, zum Ziel, „Bilder als legitimes Untersuchungsobjekt in der Textlinguistik salonfähig zu machen und einem verbreiteten linguistischen Logozentrismus entgegenzuwirken“ und eine „spezifisch sprach- und textwissenschaftliche Sicht auf das Bild zu reklamieren“ (vgl. 2004, v). Den „linguistischen Anspruch auf das Bild“ begründet Stöckl erstens mit der „Bilderflut“ insbesondere in den Massenmedien und sich daraus ergebenden Konsequenz, dass „Texte [...] heute überwiegend Konglomerate verschiedener Zeichensysteme [sind]“ (ebd.). Bereits die typographische Gestaltung eines schriftlichen Textes enthält ein „starkes bildliches Moment“ (vgl. ebd.). Die Bedeutung des Bildes greift in den Sinn des Gesamttextes ein, und wenn man sich zum Ziel setzt, den Sprachgebrauch in solchen „bimodalen“ Texten zu untersuchen, muss man sich dem Bild zuwenden (vgl. ebd.). Stöckl behandelt materielle, mentale und sprachliche Bilder. In der vorliegenden Arbeit stehen materielle Bilder im Mittelpunkt der Darstellung; deshalb wird demnächst auf diesen Aspekt der Untersuchung von Stöckl eingegangen.

Stöckl untersucht illustrierte Zeitungsartikel, Zeitschriftenartikel und Werbeanzeigen. Wichtige Begriffe bei der Behandlung von Text-Bild-Beziehungen sind für ihn Multimodalität, Multimedialität und Design. Unter „Multimodalität“ versteht Stöckl die „Strukturierung von Texten mit unterschiedlichen semiotischen Ressourcen“; unter „Multimedialität“ sind die „Gestaltungs-, Produktions- und Distributionsprozesse von Texten mit ihren jeweiligen materiellen und technischen Möglichkeiten“ erfasst, „die der Bedeutungsfähigkeit des kulturellen Artefakts Text wichtige Nuancen hinzufügen und dessen Verstehen und Analyse beeinflussen“ (ebd., 6). Der Design „verbindet Inhalt und Form eines Textes und betont dessen sozialen Prozesscharakter“ (ebd.).

Bildliche Darstellungen sind für Stöckl (2004, 96) „komplexe, aus Einzelzeichen komponierte Gebilde“. Unter „bildlichen Zeichen“ versteht Stöckl

⁶⁰ Diese Arbeit stellt eine leicht überarbeitete Fassung der 2002 fertig gestellten Habilitationsschrift von H. Stöckl dar.

[...] größere, gestalthafte Ganzheiten, die eher komplexen Formen entsprechen, wie sie Gegenstände in realen oder fiktiven Welten haben. Die wesentliche Grundanforderung an solche optimalen Bildzeichen mittlerer Größenordnung wäre daher Bedeutungshaltigkeit als prototypensemantische Anschlussfähigkeit der wahrgenommenen Elemente an mentale Modelle. (Stöckl 2004, 94).

Stöckl (2004, v) thematisiert das Bild „nicht an und für sich, sondern in seiner unauflösbaren Verbindung zum Sprachgebrauch und in seiner situativen Verortung in musterbildenden kommunikativen Prozessen“. Er begreift Bilder als „komplexe Zeichenobjekte, die im kommunikativen Gebrauch – meist in Kombination mit sprachlichen Textteilen – illokutive Intentionen verfolgen“ (ebd., 380). Stöckl betont die Sprach- und Textgebundenheit der Bilder und ihre Abhängigkeit von der Sprache (vgl. Stöckl 2004, 381; 2000, 327). Über die Bedeutung der Schrift in multimodalen Texten schreibt er Folgendes:

In Anbetracht der Sprachgebundenheit und der kommunikativen Abhängigkeit der meisten Bilder von der Sprache dürfte Schrift in multimodalen Texten nach wie vor eine wesentliche Rolle spielen. Sie bildet gleichsam den Kitt zwischen den einzelnen Textfragmenten unterschiedlichster Modalität und Medialität. (Stöckl 2004, 5).

In Bezug auf fachliches Bild sieht das Kalverkämper ähnlich:

Wenn Bilder in dem Text vorkommen, werden sie also grundsätzlich vom Text aus als eingebettete Teile des sprachlichen Textes angesehen. Zwar ziehen sie die erste Beachtung des Lesers auf sich, aber das ändert nichts am zugewiesenen Stellenwert in der Text-Bild-Gemeinschaft, der sich eben für das Bild aus dem Text heraus bemißt und rechtfertigt. Es ist somit die Textqualität, die Einfluß nimmt auf die Einschätzung der Textbilder. (Kalverkämper 1993, 220).

Nach Muckenhaupt (vgl. 1986, 243) kann die Verständigung mit Bildern nur sprachlich gesichert werden. Er spricht von der übergeordneten Rolle der Sprache in Text-Bild-Beziehungen (vgl. ebd., 234 f.) und von der „Notwendigkeit einer integrativen Untersuchung von Text und Bild“ (ebd., 2).

Die vergleichbare Größe für Bilder sieht Stöckl im Text: „Bilder verhalten sich [...] wie Texte, weil sie als komplexe Gebilde in sich strukturiert und kommunikativ-situativ bestimmt sind“ (Stöckl 2004, 381; vgl. ebd., 96). Die wichtigen Elemente des Bildbegriffs sind ihre Gegliedertheit und Komplexität, systematische Bezogenheit auf kommunikative Situationen, Kohärenz und Intentionalität. Besonders wichtig ist für Stöckl (ebd., 96 f.) „die Betrachtung von visuellen Zeichenprozessen unter dem Aspekt ihrer situativen und kontextuellen Einbindung im kommunikativen Gebrauch“, weil diese Betrachtungsweise dem handlungstheoretischen Ansatz in der Linguistik entspreche. Ein weiterer Grund für die Auffassung der Bilder als Texte ist für Stöckl die unlösbare Verknüpfung von Bild und Sprache im kommunikativen Handeln (vgl. ebd., 97).

Wenn man Bilder als Texte betrachtet, kann man sie mit den Kriterien der Textualität beschreiben und bei der Bildanalyse mit linguistischen Begriffen operieren. Das Verbindende, das die Grundlage für eine integrative Betrachtung von Text-Bild-Beziehungen bildet, ist m. E. die Textualität. Stöckl schreibt dem Bild eine „spezifisch visuelle Textualität“ zu (Stöckl 2004, 97 ff.; vgl. auch Stöckl 2000, 327 f.). Bei der Beschreibung der Textualität des Bildes geht er zuerst von den allgemeinen Textualitätskriterien von Beaugrande/Dressler (1981)⁶¹ aus und überprüft sie auf ihre Gültigkeit für visuelle Texte, dann wendet er sich den subsidiären und spezifisch visuellen Textmerkmalen zu (Stöckl 2004, 100 ff.).

Schon bei der Anwendung der allgemeinen Textualitätskriterien an visuelle Texte stellt Stöckl Unterschiede fest. Die Kohäsivität von Bildern besteht in der „Wahrnehmbarkeit von graphisch zusammengehörigen Formen, Flächen und Farben als Gestalten“. Die visuelle Kohärenz ist relativ stark ausgeprägt und besteht darin, „dass Bildzeichen im Bildersehen kognitive Konzepte und mentale Modelle aktivieren. Das heißt, Bilder führen zu einem Abgleich konkreter Bildzeichenkonfigurationen mit im Wissen der Betrachter gespeicherten prototypischen Objekten, Situationen und Handlungen“ (ebd., 98). Stöckl unterscheidet zwischen „rahmeninterner“ und „rahmenexterner“ Kohärenz. Die rahmeninterne Kohärenz betrifft die Eigenschaften der Bildelemente und ihre Beziehungen untereinander. Die rahmenexterne Kohärenz entsteht aus den situationalen Faktoren und aus dem im Rahmen nicht Sichtbaren. (Vgl. ebd.). Da Bilder multifunktional einsetzbar sind, ergibt sich ihre Situationalität in großem Maße aus der sprachlichen Einbindung in komplexere textuelle Umgebungen (vgl. ebd.). Die Intentionalität von Bildern besteht in erster Linie im „Darstellen merkmalsreicher Objekte und deren räumlicher Verortung“ (ebd., 382), als Funktion stehen „das Auslösen unmittelbarer emotionaler Reaktionen sowie das Abbilden von Weltausschnitten im Vordergrund“ (ebd.). Informativität kommt Bildern dann zu, wenn sie „frische Perspektiven auf Bekanntes zeigen, selten bzw. nie Gesehenes präsentieren“ (ebd., 99) oder kognitive Operationen ermöglichen, die mit der Sprache nicht durchgeführt werden können (vgl. ebd., 382). Der Informationsgehalt der Bilder ist in ihrem massenmedialen stereotypischen Gebrauch nicht sehr hoch, wenn sie dort lediglich als Elemente des Layouts eingesetzt werden. Die Intertextualität der Bilder kann erstens durch die Beziehung des Einzelbildes zum visuellen Textuniversum entstehen, zweitens „können aktuelle Bilder inhaltlich wie formal auf etablierte Bildgenres bzw. Bildtypen zurückgreifen“ und drittens entsteht die Intertextualität durch den Bezug des Bildes zum begleitenden sprachlichen Text (vgl. ebd., 99 f.; 382). In Anlehnung an die Klassifikation der auf Texte bezogenen Intertextualität von Fix (2000, 449) – Text-Textwelt-Beziehung, Text-Textmuster-Bezie-

⁶¹ Auch Sandig (2000b, 4) betrachtet das Verhältnis von Sprache und Bild in multimodalen Texten aus linguistischer Sicht und wendet die Textualitätskriterien von von Beaugrande/Dressler auf „Sprache-Bild-Texte“ an. Koch (2000, 409) hält diese Textualitätskriterien ebenfalls für anwendbar auf Bilder.

hung und Text-Text-Beziehung – lässt sich m. E. die auf das Bild bezogene Intertextualität ebenfalls in drei Typen einteilen: Bild-Bildwelt-Beziehung, Bild-Bildmuster-Beziehung und Bild-Bild- (z. B. in Bildserien) bzw. Bild-Text-Beziehung.

Neben den allgemeinen Textualitätsmerkmalen von Beaugrande/Dressler (1981) haben sich in der langjährigen Diskussion um den Text(sorten)begriff „eine Reihe von Merkmalen etabliert, die das Konzept der Textualität ergänzen und vertiefen, jedoch in unterschiedlichem Maße prototypisch für den Textbegriff sind“ (Stöckl 2004, 100). Einige dieser Textmerkmale, die vor allem von Sandig (2000a) stammen, überprüft Stöckl (vgl. 2004, 100 ff.) auf ihre Relevanz für visuelle Texte und nennt spezifisch visuelle Textmerkmale, die nur Bildern zugeschrieben werden können. Eine Auswahl der subsidiären und spezifisch visuellen Textmerkmale, die für die vorliegende Untersuchung besonders relevant sind, soll als Nächstes kurz vorgestellt werden.

Eine relative Abgeschlossenheit bzw. Begrenztheit „trifft für Bilder als Texte in starkem Maße zu. Sie sind durch einen Rahmen auf eine bestimmte Fläche begrenzt“ (ebd., 100). Das Merkmal der Gegliedertheit äußert sich in piktoralen Texten in der Möglichkeit der Aufteilung der Bildfläche in Zentrum / Rand, Vordergrund / Hintergrund. Eine Reihe von Bildern „sind im klassischen Sinne nicht gegliedert“, deshalb ist dieses Merkmal eher peripher (ebd.). Das Textmerkmal Thema/Autosemantizität ist bei denotierenden Bildern dadurch ausgeprägt, dass sie einen Ausschnitt von Welt bzw. Realität präsentieren. Andererseits „stellen Bilder oft aber auch einen Bezug zu sich selbst her, indem sie Formen, Farben, Strukturen und Texturen zum Thema haben“ (ebd., 100 f.). Das Thema kann sich als wichtig für die Bestimmung der Situation und der Funktion des Bildes erweisen (vgl. ebd., 101). Die gesellschaftliche Legitimität des Bildes hängt von der Textsorte ab, z. B. werden Bilder in Gesetzestexten nicht akzeptiert; jedoch im Allgemeinen ist die Legitimität des Bildes in letzter Zeit enorm gestiegen (ebd.). Die Merkmale Medialität/Flächigkeit sind beim Bild anders ausgeprägt als beim verbalen Text. Die spezifische Flächigkeit des Bildes äußert sich darin, dass „Zweidimensionalität in der Regel Dreidimensionalität suggeriert und im Sinne des Bezugs auf Objekte und Personen auch so verstanden wird“ (ebd., 102). Im Unterschied zum verbalen Text wechseln materielle Bilder oft ihr Trägermedium: Sie entstehen auf einem bestimmten Zeichenträger, können dann zur Betrachtung auf unterschiedliche Oberflächen projiziert werden und werden für ihren eigentlichen Gebrauch zumeist in sprachliche Texte eingebettet (vgl. ebd.). Ein Spezifikum massenmedialer Bilder sind „vermittelte Medialität und eine Situations- und Funktionalitätsabhängigkeit von sprachlichen Gesamtexten“ (ebd.). Das Merkmal der Musterbezogenheit ist für Sandig (2001a, 101) ein zentrales und komplexes Textmerkmal. Es lässt sich auf Bilder übertragen und „führt zur Etablierung unterschiedlicher Bildmuster bzw. Bildsorten“. Die Sprachgebundenheit der in verbale Texte eingegliederten Bilder führt dazu, „dass sich Bildsorten in enger Abhängigkeit von den kommunikativen Erfordernissen bimodaler Textsorten entwickeln“ (Stöckl 2004, 102). Isoliert betrachtet können Bilder nach den thematischen

Kriterien (Landschaftsbilder, Portraits etc.) oder nach der Art ihrer Herstellung (Gemälde, Fotografie etc.) zu Bildsorten klassifiziert werden. Im Merkmal „Gestalthaftigkeit / tendenzielle Simultaneität in der Rezeption“ sieht Stöckl einen Vorteil der bildlichen Darstellung gegenüber dem verbalen Text. Das Verstehen der wichtigsten Bildinhalte geschieht „in Bruchteilen von Sekunden in einem Abgleich gespeicherter mentaler Modelle mit den präsentierten Gestalten“ (ebd., 103). „Welt-Bild-Abgleich“ ist das nächste von Stöckl erwähnte Merkmal:

Aufgrund ihrer Ikonizität ist das Verstehen bildlicher Darstellungen essentiell darauf angelegt, Bilderbetrachtung mit dem Umweltsehen abzugleichen. D.h., dass Bildern v. a. deshalb Bedeutung zukommen kann, weil die durch Zeichen repräsentierte Objekte und Sachverhalte in ähnlicher Weise aus der unmittelbaren Umwelterfahrung bekannt sind. (Stöckl 2004, 103).

Das Merkmal der „Dichte“ ist in piktoralen Texten stärker ausgeprägt als in verbalen, weil sie sich durch eine größere graphische Komplexität auszeichnen. „Je mehr Aspekte der Zeichenbeschaffenheit eine unmittelbare Auswirkung für die Bedeutung des Bildes haben, desto dichter ist es“ (ebd., 104). Zu diesen Aspekten gehören Größe, Farbe, Form, Textur, Kontrast, Helligkeit etc.

Stöckl (2004, 104) fasst die oben vorgestellten Kriterien der Textualität zu drei Klassen von Merkmalen zusammen: erstens allgemeine Textmerkmale, die die Kategorisierung von Bildern als Texten erlauben, zweitens spezifische Textmerkmale, die die Abgrenzung des Bildes als spezifischer Text erlauben und drittens individuelle Textmerkmale, die Beschreibung von Bildsorten bzw. Mustern erlauben. Die unterschiedliche Ausprägung und Konfiguration von diesen Merkmalen in der kommunikativen Praxis führt zu Text- bzw. Bildsorten (ebd.). Für die Beschreibung von Bildsorten können alle allgemeinen und spezifischen Merkmale relevant sein, „individuelle Textmerkmale können allgemeine und spezifische komplementieren“ (ebd.). Stöckl betrachtet das Bild als prototypisch organisierte Kategorie mit Kern, Zentrum und Rand, wobei die Bedeutung der Textualitätsmerkmale vom Rand zum Kern zunimmt (vgl. ebd., 105 ff.). Dabei stützt er sich auf das prototypische Konzept des verbalen Textes von Sandig (2000a). Stöckl weist auf einen wichtigen Unterschied in der Verteilung der Textualitätsmerkmale in beiden Konzepten: Während die Textfunktion des verbalen Textes zum Kernbereich gehört (vgl. Sandig 200a, 108), befindet sich die Textfunktion des piktoralen Textes im Zentrumbereich. Das hängt damit zusammen, dass Bilder ihre Funktion nicht selbst zu erkennen geben, sie bleiben „inhärent multifunktional und variabel einsetzbar“ (2004, 108). Das Thema zählt Stöckl jedoch zum Kernbereich der Kategorie Bild:

[...] auch wenn Bilder funktionslos bzw. im weitestgehend unbestimmter Funktionalität und situationsenthooben vorkommen, verfügen sie doch in jedem Falle über eine kommunizierbare Bedeutung. Diese ist vage und erklärt sich entweder aus einem Bild/Welt-Abgleich oder aber aus medialer Selbstbezogenheit des Bildes. (Stöckl 2004, 109).

Stöckl (ebd., 110) bringt auch Bildsorten in eine prototypisch organisierte Ordnung, wonach im Kernbereich „singulär und multipel denotierendes, fotografisches Bild (Abbildung)“ befindet, im Zentrum sind „fiktionale Bilder, ungegenständliche Bilder, exemplifizierende Bilder (Zeichnungen, Skizzen)“, und zum Randbereich gehören „logische Bilder (Graphiken, Diagramme, Karten, Übersichten, Schemata)“, „Ornamente / Verzierungen“, „graphische Symbole (z. B. Pfeile)“, „Piktogramme“, „Layoutinstrumente (Balken, Rahmen, Kästchen)“. Das prototypische Bild im Kernbereich ist ein gegenstandsbezogenes ikonisches Bild, vom Kern zum Rand hin nimmt die Ikonizität ab. An Rande liegen Bilder, denen wichtige Merkmale der visuellen Textualität, z. B. Dichte und Gegenstandsbezogenheit, fehlen. Vom Kern zum Rand hin ist Detailreduktion und Zunahme des Abstraktionsgrades festzustellen (vgl. ebd., 110 f.).

Meines Erachtens hat Stöckl Recht, wenn er über seinen Bildbegriff und seine Analyse­methode schreibt (ebd., 111): „So legitimiere ich das Bild als sinnvolles Untersuchungsobjekt der Linguistik und mache es anschlussfähig an textlinguistische Überlegungen und Analysen.“ In der vorliegenden Arbeit soll ein Versuch unternommen werden, den Bildbegriff und die Analyse­methode von Stöckl an Brinkers Textbegriff und seine textlinguistische Analyse­methode anzuschließen. Auf diese Weise wird der Textbegriff K. Brinkers auf multimediale Texte angewandt. Eine Bestätigung für dieses Vorgehen ist bei Schröder zu finden:

Wenn es in der Analyse nicht sinnvoll (bzw. oftmals gar nicht möglich) ist, verbale und nonverbale Vertextungskomponenten zu trennen, so sollte auch der Begriff 'Text' nicht länger nur für die eigentlichen verbalen Teile einer kommunikativen Äußerung reserviert bleiben. Vielmehr sollte der Begriff Text – in Abwandlung der [...] Definition Klaus Brinkers – für die Gesamtheit aller kommunikativen Äußerungen stehen, die in einer kommunikativen Situation untereinander kohärent sind, ein untrennbares Ganzes bilden und im komplexen Zusammenspiel eine kommunikative Funktion signalisieren. (Schröder 1993, 198).

Im Kapitel 3.4. der vorliegenden Arbeit wurden die beiden Analyse­methoden vorgestellt und die Anschlusspunkte diskutiert. Im Kapitel 10 wird die semiotisch-linguistische Analyse­methode von Stöckl mit der textlinguistischen Analyse­methode von Brinker verbunden.

B ANALYSETEIL

5. Die Zeitschrift „management & seminar“

5.1. Erscheinungsverlauf

Die Zeitschrift „management & seminar“ hat eine lange Geschichte, sie ist mehrmals umbenannt worden und ist letztendlich in zwei Zeitschriften aufgegangen, die bis heute existieren.⁶² Eine Recherche in der Zeitschriftendatenbank (vgl. Zeitschriftendatenbank (ZDB), 1998–2008) hat ergeben, dass eine Zeitschrift mit dem Titel „management & seminar“ während zwei Perioden erschien: 1979–1983 und 1991–1999. Von 1979 bis 1983 wurde sie unter dem Titel „management & seminar. Unabhängiges Magazin für interne und externe Weiterbildung, Tagungen und Kongresse“ vom Neuen Handels-Verlag in Bad Wörishofen herausgegeben. Sie erschien einmal in 2 Monaten, insgesamt 6 Hefte im Jahr und enthielt keine Rubrik „Extra“. Nach dem Erscheinen des 4. Heftes im Jahr 1983 ist sie in der Fachzeitschrift „congress & seminar“ des Verlags Neuer Merkur mit dem Sitz in München aufgegangen und erschien seit dem 5. Heft 1983 bis 1990 unter diesem Titel.

Die Geschichte von „congress & seminar“ begann im Jahre 1975 mit der Zeitschrift „congress. Kommunikation. Innovation“, ebenfalls im Verlag Neuer Merkur herausgegeben. Nach dem Kauf von „management & seminar“ im Jahr 1983 wurde der Titel von „congress“ um den Begriff „seminar“ erweitert, 1989 wurde der Untertitel „Fachzeitschrift für Tagungen, Training und Personal-Entwicklung“ ergänzt. 1991 wurde „congress & seminar. Fachzeitschrift für Tagungen, Training und Personal-Entwicklung“ in „management & seminar. Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung“ umbenannt. Von ihrer gleichnamigen Vorgängerin aus den Jahren 1979 bis 1983 unterscheidet sich die Zeitschrift „management & seminar“ der Jahrgänge 1991–1999 durch ein moderneres Layout und das Vorhandensein der Rubrik „Extra“, in der ein Schlüsselthema vertieft behandelt wird. Die Zeitschrift wurde einmal im Monat herausgegeben, pro Jahr erschienen insgesamt 11 Hefte, weil die Sommerausgaben 7 und 8 jeweils zusammen in einem Doppelheft publiziert wurden.

1999 wurde „management & seminar“ an den Hermann Luchterhand Verlag verkauft, der später Teil des Verlages Wolters Kluwer Deutschland GmbH wurde, und erschien von 2000 bis Mai 2004 unter dem Titel „management & training. Magazin für human resources development“. Im Editorial des Heftes 1/2000 der neuen Zeitschrift wird mitgeteilt, dass mit „management & seminar“ der Verlag „das älteste Weiterbildungsmagazin“ übernommen hat (vgl. Schneider 2000, 3). Als Zielgruppen nennt Schneider (ebd.) „Personalentwickler, Führungskräfte, Trainer, Berater und Tagungsmanager“. Wie „management & seminar“ enthält auch „management & training“ eine Rubrik, die jeden Monat ein

⁶² Vgl. dazu auch die Übersicht in Abb. 9.

aktuelles Thema aufgreift, „das in mehreren Beiträgen vertieft wird“ (ebd.). Diese Rubrik heißt „Schwerpunkt“.

Aus wirtschaftlichen Gründen im Rahmen einer Portfolio-Bereinigung bei den Zeitschriften hat Wolters Kluwer Deutschland „management & training“ an die Fachzeitschriften „managerSeminare. Das Weiterbildungsmagazin“ und „Training aktuell“ des managerSeminare Verlags GmbH, Bonn, abgegeben (vgl. Karp 2004). Der Verlag managerSeminare informiert über die Führungskräfte- und Mitarbeiterqualifikation. Die beiden Zeitschriften gehören zu den wichtigsten Bereichen des Verlags und werden wie folgt charakterisiert:

„managerSeminare“:

Das derzeit auflagenstärkste Weiterbildungsmagazin im deutschsprachigen Raum bietet mit praxisnaher und aktueller Information zwölf Mal im Jahr neue Impulse für die Weiterbildung von Unternehmern, Selbstständigen und Führungskräften. Kompetente Fachautoren vermitteln Einblicke in die wichtigsten Management- und Weiterbildungsbereiche und decken zukünftige Trends auf. Ein umfangreicher Seminarkalender informiert über das vielfältige Weiterbildungsangebot für Manager. (managerSeminare 2008b).

„Training aktuell“:

Der einzige Informationsdienst für die gesamte Weiterbildungsbranche. [...] Training aktuell wertet Pressenotizen aus, geht Gerüchten nach und recherchiert Insider-Informationen und Hintergründe aus dem Seminarmarkt. Besser, schneller und aktueller kann Sie niemand informieren. (Ebd.).

Wie in der Rubrik „Extra“ der Zeitschrift „management & seminar“ gibt es auch in der Zeitschrift „managerSeminare“ eine vertiefte Behandlung einzelner wichtiger Themen in einem makrotextuellen Rahmen. Diese Makrotex te werden „Artikel-Dossiers“ genannt und stehen als PDF-Dateien im Internet zur Verfügung. Die Themen der Dossiers „Training, Coaching und Personalentwicklung“ (ManagerSeminare 2008a) sind vergleichbar mit denen der Rubrik „Extra“⁶³ der Zeitschrift „management & seminar“.

⁶³ Vgl. das Kapitel zu Inhalten der Rubrik „Extra“.

Abb. 9. Übersicht über den Erscheinungsverlauf von „management & seminar“⁶⁴

Periode	Titel/Untertitel	Verlag
1979–4/1983	„management & seminar. Unabhängiges Magazin für interne und externe Weiterbildung, Tagungen und Kongresse“	Neuer Handels-Verlag, Bad Wörishofen
5/1983–1988	aufgegangen in: „congress & seminar“	Verlag Neuer Merkur GmbH, München
1989–1990	umbenannt in: „congress & seminar. Fachzeitschrift für Tagungen, Training und Personal-Entwicklung“	Verlag Neuer Merkur GmbH, München
1991–1999	umbenannt in: „management & seminar. (Die) Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung“	Verlag Neuer Merkur GmbH, München
2000– 5/2004	umbenannt in: „management & training. Magazin für human resources development“.	Hermann Luchterhand Verlag, München / Wolters Kluwer Deutschland GmbH, Köln
seit 6/2004	aufgegangen in: „managerSeminare. Das Weiterbildungsmagazin“ und „Training aktuell“	managerSeminare Verlags GmbH, Bonn

5.2. Strukturierung des Heftes 2/1996 und Positionierung des Makrotextes „Arbeitszeitmodelle“ im Heft

Die zu untersuchende Fach- und Branchenzeitschrift „management & seminar. Die Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung“ vermittelt Information über Weiterbildungsseminare und behandelt Themen wie Personalpolitik, Qualifizierung, Aus- und Weiterbildung, Sozialpolitik u. a. Die Personalpolitik gilt als interdisziplinäres Randthema des Wirtschaftsjournalismus (vgl. Hank 1991, 205). Sie wird in „den Karrierebeilagen der überregionalen Tageszeitungen, den Management- und Karriereseiten der Wirtschaftsmagazine sowie Spezialjournalen der Personalwirtschaft“ behandelt (ebd.). Es wird über Personen und Karrieren im Management berichtet, „wie und unter welchen

⁶⁴ In der ersten Spalte geben die Zahlen vor der Jahreszahl die Nummer des Heftes. Mit Fettdruck ist die Zeitschrift hervorgehoben, die in der vorliegenden Arbeit analysiert wird. Der Artikel „die“ im Untertitel steht in Klammern, weil er erst später hinzugefügt wurde. „Umbenannt in ...“ bedeutet, dass dieselbe Zeitschrift unter einem neuen Titel veröffentlicht wurde; „aufgegangen in ...“ bedeutet, dass die Zeitschrift Teil einer anderen Zeitschrift geworden ist und aufgehört hat, als selbständige Publikation zu existieren.

Bedingungen Menschen miteinander arbeiten“ (ebd.). Solche Themen behandelt u. a. auch die Zeitschrift „management & seminar“. Der Inhalt des zu untersuchenden Heftes 2 des Jahres 1996 ist in mehrere Rubriken gegliedert, wie die folgende Tabelle (Abb. 10) zeigt⁶⁵:

Abb. 10. Strukturierung des Heftes 2/1996 von „management & seminar“ und Positionierung des Makrotextes „Arbeitszeitmodelle“ im Heft

Seite	Inhalt
[1]	Titelblatt mit einer Collage, die das Thema „Arbeitszeitmodelle“ ankündigt.
[2]	Werbung für Audi-Akademie und für ein Fachbuch.
3	Rubrik „Editorial“ mit dem Artikel „Die veränderte Rolle der Führungskräfte“.
4	Werbung für ein Weiterbildungsunternehmen.
5	Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift mit drei Abbildungen, eine davon bezieht sich auf das Thema der Rubrik „Extra“.
6–7	Rubrik „Resonanzen & Statements“ mit Leserbriefen, dem Artikel „Über Frauen, Macht und ihre Karriereverhinderer“ und Werbung auf einer halben Seite.
8–13	Rubrik „m & s aktuell“, bestehend aus dem Artikel „Treue der Verbraucher durch besseren Service“ und der Werbung zu Weiterbildungsseminaren im Umfang von einem Viertel der Seite, vertikal in der Größe einer Spalte auf den Seiten 9, 11 und 13.
14–15	Rubrik „Im Profil“ mit dem Artikel „Vom Vertreter zum Team“.
16–18	Rubrik „Führen & Wissen“ mit dem Artikel „Reden und Schweigen“ und Werbung für eine Broschüre mit Seminarangeboten auf einem Viertel der Seite 17, horizontal; S. 18: farbige Werbung für ein Tagungs-Hotel.
20–25	Rubrik „Training & Weiterbildung“, bestehend aus den Artikeln „Besser beraten – richtig entscheiden“ und „Ich bin einzigartig“ sowie Werbung auf einem Drittel der Seite 21, auf der ganzen Seite 23 (farbig) und auf einem Drittel der Seite 25.
26	Rubrik „Trainer-Typen“ mit dem Artikel „Trainer-Typen“ und Werbung für Buchungsservice für Tagungen.
27–29	Rubrik „Tagen & Lernen“ mit dem Artikel „Mann vom Fach“ und Werbung auf einem Drittel der S. 29.
30–34	Rubrik „Extra“ mit dem Thema „Arbeitszeitmodelle“.
35–38	Werbung für Bücher und Medien.
39–47	Fortsetzung der Rubrik „Extra“ mit dem Thema „Arbeitszeitmodelle“, bestehend aus 12 Teiltexten.
48–53	Rubrik „Tagungs-Journal“ mit Artikeln „Per Mausclick Seminare und Tagungen“, „Swiss Event 95 – ein Event?“, „Tagen in jeder Größe – Freizeit bis zum Abwinken“.
54	Rubrik „Fachbücher“, wo drei Fachbücher vorgestellt werden.
55–69	„Treffpunkte – Meetingspoints. Anzeigenrubrik für Hallen und Hotels in Deutschland“.
[70]	Rubrik „Vorschau“ mit den wichtigsten Themen des nächsten Heftes und Werbung für ein Fachbuch, die die Hälfte der Seite in Anspruch nimmt.
[71]	(Umschlag): Impressum und Werbung auf der Hälfte der Seite.
[72]	(Umschlag): Werbung für einen Tagungsstättenführer.

Aus der Struktur der Zeitschrift wird ersichtlich, dass die Rubrik „Extra“ (Seiten 30–34; 39–47) in der Mitte des Heftes positioniert ist und im Vergleich zu den anderen Rubriken den größten Umfang aufweist.

⁶⁵ Durch Fettdruck sind die Seiten und Inhalte hervorgehoben, die zum Analysekorpus gehören. In eckigen Klammern sind die Seitenzahlen angegeben, die im Original nicht angegeben sind.

5.3. Die Rubrik „Extra“

Die folgende Auflistung der „Extra“-Themen der Jahrgänge 1991–1999 macht deutlich, welche Themen als besonders wichtig angesehen und deshalb im Rahmen einer speziellen Rubrik vertieft behandelt wurden⁶⁶:

1991

1. Einstieg, Aufstieg und Ausstieg von Führungskräften
2. Rhetoriktraining heute
3. Tagen zwischen Rostock und Plauen
4. Bildungscontrolling
5. Die Zukunft des Kongresses
6. Gesund und fitt im Manageralltag
- 7./8. Lernen 2000
9. Incentive-Systeme – heute und morgen
10. Bürokultur
11. Erfolgreich tagen
12. Coaching

1992

1. Strategisches Personalmarketing
2. Leadership 2000
3. Weiterbildung in Österreich
4. Verkaufstraining
5. Personalentwicklung im Mittelstand
6. Multimedia-Learning
- 7./8. Outdoor-Trainings für Manager
9. Öffentlichkeitsarbeit
10. Interkulturelles Management
11. Computer Based Training
12. Tagungsmarkt Europa'93

1993

1. Personalentwicklung in der Hotellerie
2. Management in Japan
3. Event-Marketing
4. Projektmanagement
5. Anti-Stress-Training
6. Medientechnik
- 7./8. Flexibilisierung der Arbeitszeit
9. Lean Management
10. Verhaltenstraining
11. Neue Lernmethoden
12. Train-the-Trainer-Konzepte

⁶⁶ Durch Fettdruck ist der Makrotext hervorgehoben, der in dieser Arbeit analysiert wird.

1994

1. Teamentwicklung
2. Informationsmanagement
3. Tagen als Erlebnis
4. Sekretärin 2000
5. Selbstmanagement
6. Total Quality Management
- 7./8. Körperorientierte Seminare
9. Qualifikation'94
10. Qualität
11. Tagen in den neuen Ländern
12. PE für ältere Mitarbeiter

1995

1. Umweltmanagement
2. Informationstechnologien
3. Vertrieb 2000
4. Bildungsmarkt
5. PE im öffentlichen Dienst
6. Tagungsland Bayern
- 7./8. MBA
9. Interkulturelles Management
10. Bildungsmarketing
11. Computer based Training
12. EDV im Projekt-Management

1996

1. Klein- und Mittelbetriebe
2. **Arbeitszeitmodelle**
3. Bildungscontrolling
4. Business Reengineering
5. Entlohnungs-Strategien
6. Gesundheitsmanagement
- 7./8. Seminare als Verkaufsförderung
9. Konfliktmanagement
10. Lernende Organisation
11. NLP
12. Innovationsmanagement

1997

1. Wirtschaft und Wissenschaft
2. Familienfreundliche Personalpolitik
3. Kreativität
4. Beruf und Zukunft
5. Reengineering der Weiterbildung
6. Veranstaltungsmanagement

- 7./8. Virtuelles Unternehmen
- 9. Motivation
- 10. Existenzgründung
- 11. Kundenorientierung
- 12. Globalisierung der Bildung

1998

- 1. Frauen im Management
- 2. Karriere
- 3. Dubiose Persönlichkeitstrainings
- 4. Unternehmen der Zukunft – Zukunft der Unternehmen
- 5. Bildungsstandort Deutschland
- 6. Geschäftsreisen
- 7./8. Führungsnachwuchs
- 9. Interne Kommunikation
- 10. Präsentation
- 11. Computer based Training
- 12. Manager 2000

1999

- 1. Weiterbildung im Mittelstand
- 2. Aufbau Ost
- 3. Seminar 2000
- 4. Richtig tagen
- 5. Personalmanagement
- 6. Zeitmanagement
- 7./8. Innovationen
- 9. Multimedia
- 10. Büromanagement
- 11. Anders tagen
- 12. Bildungsmarketing

5.4. Der Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ der Rubrik „Extra“ des Heftes 2/1996

Die Rubrik „Extra“ umfasst 14 Seiten, wenn man die vier Seiten der Bücher- und Medienwerbung nicht mitrechnet, die sich in der Mitte der Zeitschrift befinden. Wie die Abbildung der formalen Struktur des Makrotextes (siehe unten Abb. 11) zeigt, hat jede Seite der Rubrik drei Spalten, der Gesamttext ist also auf 42 Spalten untergebracht. Der eigentliche Text nimmt weniger Platz ein, weil 6 Spalten auf die Werbung zukommen, die keinen direkten Bezug zum Thema der Rubrik „Extra“ hat. Die Rubrik ist durchgehend durch einen hellblauen Hintergrund hervorgehoben. Im oberen Bereich jeder Seite der Rubrik befindet sich eine Spitzmarke, die aus einem schwarzen Balken mit der Inschrift

EXTRA und dem Thema der Rubrik ARBEITSZEIT-MODELLE über dem Balken besteht.⁶⁷ Als Schriftart wurde für den Textkörper Times New Roman (Schriftgrad 10) und für die Titel und Untertitel meistens Arial (Schriftgrade von 43 bis 12) benutzt.

Im Anhang der vorliegenden Arbeit sind die Teiltexthe des Makrotexthes „Arbeitszeitmodelle“ sowohl als Fotokopie, als auch in zur Analyse aufgegliederter Form zu finden. Wie bereits im Kapitel 3.2. erwähnt, wurden die Teiltexthe für die linguistische Analyse nummeriert, von Teiltexthe 1 (TT1) bis Teiltexthe 12 (TT12). Die Abbildungen des Makrotexthes enthalten in ihrem Namen die Bezeichnung der Bildsorte und wurden ebenfalls nummeriert.

Auf der Seite 30 befindet sich die Überschrift „Arbeitszeitmodelle“ und der Inhaltsverzeichnis des Makrotexthes der Rubrik „Extra“. Auf dieser Seite beginnt auch der erste Teiltexthe (TT1) „Geht die Stechuhr bald in Pension?“, der auf der Seite 34 endet. Der Text ist durch zwei Zeichnungen (Zeichnung 2 und Zeichnung 3) illustriert, die sich auf der Seite 30 und 32 befinden. Dieser Teiltexthe wird durch drei Informationskästen unterbrochen, in denen sich drei weitere Teiltexthe des Makrotexthes befinden: Auf der Seite 31 befindet sich der Lexikon (TT2) „Arbeitszeit-Modelle“ mit den Definitionen der wichtigsten Begriffe zu diesem Thema; auf der Seite 32 ist ein Literaturverzeichnis (TT3) und auf der Seite 33 ist eine Chronologie (TT4) mit dem Titel „Arbeitszeiten auf absteigendem Ast“ zu finden, die die Entwicklung der Arbeitszeitregelung darstellt. Der nächste Teiltexthe (TT5) „Mobil in die Zukunft!“ umfasst zwei Seiten und ist auf den Seiten 34 und 39 untergebracht. Die Seiten 35–38 sind der Bücher- und Medienwerbung gewidmet und gehören nicht zum Untersuchungskorpus. Zum Teiltexthe „Mobil in die Zukunft!“ gehört eine Zeichnung auf der Seite 34 (Zeichnung 4) und er wird durch einen Kasten auf der Seite 39 unterbrochen. Im Kasten befindet sich ein Interview mit einem Experten (TT6) „Innovative Unternehmen gesucht“. Auf den Seiten 40–41 ist der nächste Teiltexthe (TT7) „Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft“ zu finden. Der Teiltexthe ist durch ein Foto (Foto 1) illustriert. Auf den Seiten 42–43 befindet sich der Teiltexthe (TT8) „Unterstützer für Unternehmer“ mit einer Zeichnung (Zeichnung 5) auf der Seite 42 als Illustration. Der nächste Teiltexthe (TT9) „Wachsendes Interesse“ ist ein Interview mit einem weiteren Experten. Er ist auf den Seiten 43 und 44 untergebracht, enthält auf der Seite 43 ein Foto (Foto 2) und einen Kasten mit dem Adressverzeichnis (TT10) „Arbeitszeitberater in Deutschland“. Der nächste Teiltexthe (TT11) „Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen“ beginnt auf der Seite 44, wo auch ein Foto (Foto 3) zu finden ist, und endet auf der Seite 46. Auf derselben Seite beginnt der letzte Teiltexthe des Makrotexthes (TT12) „Jobkiller Überstunden“, der auf der Seite 47 zu Ende ist. Dieser Text enthält zwei Grafiken: Grafik 1 auf der Seite 46 und Grafik 2 auf der Seite 47.

⁶⁷ Die nonverbalen Mittel des Layouts und ihre Funktion werden im Kapitel 6.1. näher behandelt.

6. Pragmatischer Handlungskontext für die Zeitschrift „management & seminar“

6.1. Kommunikationsform und Handlungsbereich

Zu den kontextuellen, situativen, Merkmalen des Textes gehören nach Brinker die Kommunikationsform und der Handlungs- bzw. der Kommunikationsbereich. Die Kommunikationsform wird durch das eingesetzte Medium bestimmt. Von den fünf wichtigsten Medien: Face-to-face-Kommunikation, Telefon, Rundfunk, Fernsehen und Schrift (vgl. Brinker 2005, 147) handelt es sich bei der zu analysierenden Fachzeitschrift um Schrift.

Als Beispiele der Kommunikationsformen nennt Brinker das direkte Gespräch, das Telefongespräch, die Rundfunksendung, die Fernsehsendung, den Brief, den Zeitungsartikel, das Buch (vgl. ebd., 149 f.). In Analogie zu den Kommunikationsformen „Zeitungsartikel“ und „Buch“ wird hier die Zeitschrift als eine weitere Kommunikationsform betrachtet. Brinker nennt drei Kriterien zur Bestimmung der Kommunikationsform: die Kommunikationsrichtung, den Kontakt und die Sprache (vgl. ebd., 147). Bei der Kommunikationsform „Zeitschrift“ handelt es sich um die monologische Kommunikationsrichtung, auch bei dialogisch verfassten Texten (Interviews); es besteht kein direkter Kontakt zwischen den Kommunikationspartnern, d. h. sie sind zeitlich und räumlich von einander getrennt; die Kommunikation erfolgt mit Hilfe von geschriebener Sprache.

Ein weiteres kontextuelles Kriterium der Textanalyse ist der Handlungsbereich. Brinker (2005, 149 f.) unterscheidet nach der Art des Rollenverhältnisses zwischen den Kommunikationspartnern den privaten, den offiziellen und den öffentlichen Handlungsbereich. Bei der Zeitschrift „management & seminar“ handelt es sich um den öffentlichen Handlungsbereich, denn den Terminus „öffentlich“ bezieht Brinker (ebd., 150) „vor allem auf die Medien der Massenkommunikation wie Presse, Funk und Fernsehen“. Eine erste grobe Differenzierung der Handlungsbereiche nach den inhaltlichen Kriterien ergibt u. a. die Unterscheidung der Bereiche Alltagswelt, Welt der Wissenschaft, Wirtschaft, Presse usw. (vgl. Brinker 2005, 149). Die Handlungsbereiche des zu analysierenden Makrotextes wären nach dieser Klassifikation den Bereichen der Wirtschaft und der Presse zuzurechnen, oder es handelt sich um eine Schnittstelle zwischen diesen Bereichen (vgl. Adamzik 2004, 73).

Sprachliche Kommunikation im Handlungsbereich Wirtschaft ist Fachkommunikation und berufliche Kommunikation, außerdem besitzt sie charakteristische Merkmale institutionellen Handelns (vgl. Brünner 2000, 1). Einen Ansatz für die Erfassung der wichtigen Merkmale der fachlichen Kommunikationssituation bietet Baumann (1998c). Er betrachtet getrennt die Aspekte der Tätigkeitssituation, der sozialen Situation und der Umgebungssituation und führt für jeden Aspekt mehrere Merkmale an, die er „Elemente“ nennt (ebd., 111 f.). Für die Beschreibung der Kommunikationssituation in der Zeitschrift

„management & seminar“ wurden die von Baumann aufgelisteten Merkmale etwas modifiziert, ergänzt und zum Teil ausgelassen. Es wurde z. B. das Element „Fachbereich im Unternehmen“ hinzugefügt, um den institutionellen Rahmen der Fachkommunikation besser zu erfassen. Außerdem wurde in Anlehnung an Brinker die Kategorie „Kommunikationsform“ hinzugefügt. Die Analyse ergibt Folgendes:

Die Tätigkeitssituation:

- Fachgebiet der Wissenschaft: Arbeitswissenschaften;
- Fachbereich im Unternehmen: Personalwirtschaft, Arbeitsorganisation;
- Anzahl der an der Fachkommunikation Beteiligten und Redeform: drei Fachjournalisten, zwei Arbeitszeit-Experten, einige Unternehmer, Politiker, Manager einerseits und eine nicht zu bestimmende Anzahl der Textrezipienten, jeder als einzelnes Individuum, andererseits; Redeform: Monolog, Dialog (bei Interviews), direkte und indirekte Rede;
- spezielle Kommunikationsintention: a) des Textemittenten: den Textrezipienten zu informieren und zum Handeln aufzufordern; b) des Textrezipienten: sich zu informieren, Problemlösungen zu finden;
- Kommunikationsgegenstand: flexible Arbeitszeitmodelle;
- Vertrautheit der Kommunikationspartner mit dem Kommunikationsgegenstand: a) die Emittenten (Wirtschaftsjournalisten als Vermittler der Fachkenntnisse und Experten) sind gut vertraut; b) die Rezipienten (Fachpraktiker, Anwender) weniger gut vertraut; d. h., die Situation ist nach dem Kenntnisstand der Teilnehmer (leicht) asymmetrisch;
- Fixierung des Themas: fixiert;
- Medium: Schrift;
- Kommunikationsform: Zeitschrift;
- Raum-Zeit-Verhältnis: indirekte Kommunikation (Fachtext, Textkonserve);
- Raum-Zeit-Referenz: Gegenwart, Vergangenheit, Zukunft.

Die soziale Situation:

- sozialer Status: symmetrisch;
- Bekanntheitsgrad der Kommunikationspartner: eher unbekannt; die Textemittenten können den Textrezipienten durch andere Veröffentlichungen bekannt sein;
- Fachlichkeitsgrad der Kommunikation: zu einem gewissen Grad fachlich;
- Öffentlichkeitsgrad der Fachkommunikation: öffentlich.

Die Umgebungssituation:

- Qualität der zwischenmenschlichen Beziehungen zwischen den Kommunikationspartnern: unverbindlich-höflich bis freundschaftlich-wohlwollend;
- Grad der sachlichen/sprachlichen Vorbereitetheit der Kommunikationspartner: a) sachlich sind die Textemittenten auf dem Gebiet des Kom-

zeitschrift für Tagungen, Training und Personal-Entwicklung” umbenannt wurde, sowie die in dieser Arbeit zu untersuchende Zeitschrift „management & seminar. (Die) Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung” wurde vom Verlag Neuer Merkur GmbH mit Sitz in München herausgegeben. Der Verlag Neuer Merkur spezialisiert sich auf die Veröffentlichung von Fachliteratur, darunter von Fachzeitschriften:

Der Verlag Neuer Merkur GmbH, gegründet 1952, produziert als modernes Kommunikationsunternehmen mit 35 Mitarbeitern neun Fachzeitschriften, zahlreiche Fachbücher und CDs. Ein umfangreiches Online-Angebot und erfolgreiche Kongress- und Seminar-Aktivitäten komplettieren das Programm. (Verlag neuer merkur GmbH).

Die erste Nachfolgerin von „management & seminare”, die Zeitschrift „management & training. Magazin für human resources development”, wurde von Hermann Luchterhand Verlag herausgegeben, der später Teil vom Verlag Wolters Kluwer Deutschland wurde. Dieser Verlag mit Sitz in Köln vermittelt ebenfalls Fachwissen:

Wolters Kluwer Deutschland ist ein Wissens- und Informationsdienstleister mit den Kernkompetenzen Recht, Wirtschaft und Steuern. Für den professionellen Anwender bietet Wolters Kluwer Deutschland fundierte Fachinformationen [...]. (Wolters Kluwer Deutschland 2008).

Die heute existierenden Zeitschriften „managerSeminare. Das Weiterbildungsmagazin” und „Training aktuell”, in denen „management & training” aufgegangen ist, gehören der managerSeminare Verlags GmbH. Dieser 1991 gegründete Fachverlag spezialisiert sich „auf Mitarbeiter- und Führungskräftequalifizierung” (vgl. Karp 2004).

Ein weiterer Beleg der Fachlichkeit der Zeitschrift ist ihr Selbstverständnis als Fachzeitschrift oder ihre explizite Zuordnung zu Fachzeitschriften durch eine andere kompetente Quelle, z. B. durch die IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. Nur die unmittelbare Vorgängerin von „management & seminar”, u. z. „congress & seminar” der Jahrgänge 1989 – 1990, nennt sich im Untertitel explizit als „Fachzeitschrift”: „Fachzeitschrift für Tagungen, Training und Personal-Entwicklung”. Während des ganzen Erscheinungsverlaufs (siehe Abb. 9) von „management & seminar” wurde die Zeitschrift nur in diesen zwei Jahren im Untertitel explizit als Fachzeitschrift klassifiziert. Das kann mit dem Bemühen zusammenhängen, einen breiteren Leserkreis zu erreichen und auf diese Weise im Konkurrenzkampf um die Leserschaft zu bestehen, weil Zeitschriften als Einnahmequelle für Verlage fungieren (vgl. Engberg 2004, 437).

Die erste Nachfolgerin von „management & seminar”, die Zeitschrift „management & training”, versteht sich als Fachzeitschrift, auch wenn sie das im Untertitel nicht explizit deklariert: „Die Fachzeitschrift ‚management & training’ aus der Verlagsgruppe Wolters Kluwer Deutschland wird mit der Mai-

Ausgabe 2004 eingestellt” (vgl. Karp 2004). Auch nach der Klassifikation von IVW gehört sie zum Zeitschriftentyp „Fachzeitschriften – WIRTSCHAFT ALLGEMEIN” (vgl. IVW 2008a). Die beiden weiteren Nachfolgerinnen, in denen „management & training” aufgegangen ist – „managerSeminare” und „Training aktuell” – werden auf der Homepage von „management & training” als Fachzeitschriften klassifiziert⁶⁸. Nach IVW gehört nur „Training aktuell” zu „Fachzeitschriften – WIRTSCHAFT ALLGEMEIN”; die Zeitschrift „managerSeminare” wird zu „Publikumszeitschriften mit nationaler Verbreitung – WIRTSCHAFTSPRESSE” gerechnet (vgl. IVW 2008b).

Über die Zeitschrift „management & seminar” der Jahrgänge 1991–1999 und ihre Vorgängerinnen konnten bei IVW keine Angaben gefunden werden. Jedoch aus dem Editorial lässt sich schließen, dass sie sich als Fachzeitschrift versteht. Der Redaktionsdirektor Jörg Lingenberg erklärt im Editorial zur ersten Ausgabe der Zeitschrift unter diesem Titel im Heft 1 des Jahres 1991 die Titeländerungen durch die Veränderung der Inhalte: „Die Zeitschrift ist immer mit der Zeit gegangen. Von Kommunikation und Innovation über Fortbildung und Incentive zur Personalentwicklung und Tagungspsychologie.” Die Titeländerung hängt außerdem mit den neuen Zielsetzungen zusammen: „Wir haben den 1983 erworbenen Titel ‚management & seminar’ in den Blickpunkt gerückt, weil wir uns inhaltlich konzentriert haben. [...] Unser Schwerpunkt ist heute die Weiterbildung des Managements und das Management der Weiterbildung” (Lingenberg 1991, 3). Zur Leserschaft von „management & seminar” gehören zwei Zielgruppen:

Fachleser, die sich professionell mit Einrichtung, Ausstattung und dem Betreiben von Tagungsstätten aller Art befassen; die sich professionell mit der Veranstaltung von Kongressen und Trainings befassen; die sich professionell mit der gezielten Personalentwicklung in Unternehmen befassen; und zum zweiten unsere Leser aus dem Management der Betriebe, die diese Weiterbildungs-Leistungen für sich – oder für ihre Betriebe – in Anspruch nehmen. Hier ist ‚management & seminar’ ein echter Mittler. (Lingenberg 1991, 3).

⁶⁸ Mit dem Stand vom 05.01.2008 existierte unter der URL

<http://www.managementundtraining.de/hlv/mt2/home.nsf/start2?OpenFrameset> die Internetseite der online-Ausgabe von „management & training”, die die folgende Mitteilung enthielt:

„Liebe Leser und Abonnenten,
die Zeitschrift „management & training” wurde nach Erscheinen der Mai-Ausgabe 2004 eingestellt. Die Betreuung der Abonnenten und Anzeigenkunden übernimmt die managerSeminare Verlags GmbH aus Bonn, die mit den Fachzeitschriften managerSeminare und Training aktuell über umfangreiche Erfahrung im Segment der Weiterbildungs-Publikationen verfügt.”

Mit dem Stand vom 04.07.2008 führt diese URL zur Internetseite von „managementSeminare” und „training aktuell”.

Beide Zielgruppen sind Fachleute: Zur ersten Gruppe gehören Experten auf dem Gebiet der Weiterbildung, zur zweiten Anwender – d. h. Manager, die im Handlungsbereich Wirtschaft praktisch tätig sind.

Die oben genannten empirischen Fakten erlauben zusammenfassend festzuhalten, dass es sich bei der Kommunikation mit Hilfe der Zeitschrift „management & seminar“ um Fachkommunikation handelt:

1. Der Verlag von „management & seminar“ sowie die Verlage der Vorgängerinnen und der Nachfolgerinnen sind Fachverlage.
2. Eine Vorgängerin und alle Nachfolgerinnen von „management & seminar“ wurden durch die Zeitschrift selbst oder durch eine andere kompetente Quelle explizit als Fachzeitschrift klassifiziert.
3. Die Zielgruppen von „management & seminar“ sind Fachleute.

6.3. Fach(sprach)lichkeitsgrad des Makrotextes

Im Kapitel 4.2. wurde dargestellt, dass sich die Fachkommunikation auf unterschiedlichen Niveaus der Fachlichkeit abwickeln und unterschiedlich stark ausgeprägt sein kann. Der Grad der Fachlichkeit und ihrer sprachlichen Manifestierung in der Fachsprachlichkeit des Textes wird durch Modelle der vertikalen Schichtung beschrieben. Die meisten Schichtenmodelle gehen bei der Bestimmung des Fach(sprach)lichkeitsgrades in erster Linie von pragmatischen Kriterien aus: Es wird der Handlungsbereich, das Wissensgebiet, allgemeiner gesagt das „Milieu“ (vgl. Hoffmann 1985, 66) und die Kommunikationspartner bestimmt. Von den sprachlichen und sprachlich-kognitiven Elementen nennt man die Abstraktionsstufe, den Terminologieanteil, sprachliche Strukturen (Hoffmann 1985, 66), Textsorten (Bolten 1991, 76; z. T. auch im Modell von Buhlmann 1989, 89 f.), Stil (Gläser 1998, 482; Fix 1979, 33).

Wie bereits aus dem Titel der Zeitschrift „management & seminar“ folgt und wie im Editorial zur ersten Ausgabe angekündigt wurde, gehören zu den Zielsetzungen der Redaktion die Behandlung von zwei thematischen Schwerpunkten: „das Management der Weiterbildung“ und „die Weiterbildung des Managements“ (Lingenberg 1991, 3). Die Texte zum ersten Schwerpunkt, (z. B. darüber, wie Weiterbildung organisiert werden muss) sind einerseits für die Experten bestimmt, die sich professionell mit der Weiterbildung befassen; andererseits richten sie sich an die Nutzer der Weiterbildungsmaßnahmen. Die Konstellation der Kommunikationspartner ist hier Experte der Weiterbildung – Experte der Weiterbildung (fachintern) und Experte der Weiterbildung – Experte auf einem anderen Gebiet (interfachlich). Die Zeitschrift enthält aber auch Texte zu anderen Themen aus dem Bereich Wirtschaft, mit denen sich Führungskräfte beruflich auseinandersetzen müssen, z. B. Arbeitszeitregelung. Durch die Behandlung dieser Themen erfolgt die Weiterbildung des Managements. In dieser Kommunikationssituation wird Fachwissen seitens Experten (z. B. auf dem Gebiet der Arbeitszeitregelung) an Manager vermittelt, die dieses Wissen in der beruflichen Praxis anwenden. Die Kommunikationssituation ist

hier, wie bereits im Kapitel 4 ausgeführt, fachintern, weil die beiden Kommunikationspartner – der Theoretiker und der Praktiker – im Fach handeln und dieses Handeln zu ihren beruflichen Aufgaben gehört. Der Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ der Rubrik „Extra“ gehört zu diesem zweiten Schwerpunkt der Zeitschrift.

7. Funktion des Makrotextes „Arbeitszeitmodelle“

Der Kontext – und damit der jeweilige Handlungsbereich – ist ein wichtiger Indikator der Textfunktion, ihm kommt „eine fundamentale Bedeutung für die kommunikativ-funktionale Interpretation von Texten“ zu (Brinker 2005, 106). Die wichtigste Funktion des Handlungsbereichs Journalismus – und Wirtschaftsjournalismus – ist die Vermittlung von Informationen (vgl. Mast 2004, 50). Auch der Hauptanteil von Fachtexten der fachinternen Kommunikation dient der Vermittlung von Fachinformationen (vgl. Gläser 1990, 47). Ob und wie sich diese dominierende Funktion mit anderen Textfunktionen verbindet, lässt sich erst nach einer näheren Analyse der sprachlichen und grafischen Mittel feststellen, die die Textfunktion direkt oder indirekt signalisieren. Das Kapitel 7.1. ist den makrostrukturellen Indikatoren der Textfunktion gewidmet. Die sprachlichen Indikatoren der Textfunktion werden im Kapitel 7.2. behandelt. Wie bereits im Kapitel 4 ausgeführt, versteht Brinker (2005, 112 ff.) unter der Textfunktion die „Kommunikationsabsicht des Emittenten“ und unterscheidet fünf textuelle Grundfunktionen: Informations-, Appell-, Obligations-, Kontakt- und Deklarationsfunktion.

Die Analyse der Funktion des Makrotextes erfolgt auf verschiedenen Ebenen (siehe Abb. 2 im Kap. 3). Auf der Ebene des ganzen Heftes 2/1996 der Zeitschrift „management & seminar“ werden die Elemente der Struktur untersucht, in denen Bezug auf den Makrotext der Rubrik „Extra“ genommen wird, dazu gehören das Titelblatt und das Inhaltsverzeichnis des Heftes. Auf der Ebene des Makrotextes werden als Erstes die nonverbalen Elemente des Layouts betrachtet. Nach Brinker (2000b, 180) sind zu den textuellen Indikatoren der Textfunktion „bestimmte nichtsprachliche Mittel zu rechnen, wie z. B. graphische bzw. bildliche Darstellungen“. In diesem Kapitel werden nur grafische Mittel mit schwach ausgeprägtem Bildcharakter (vgl. Stöckl 2004, 110) analysiert, deren wichtigste Aufgabe ist, den Text zu strukturieren: Farben, Balken etc. Den Bildern und den Text-Bild-Beziehungen ist wegen ihrer Komplexität ein spezielles Kapitel 10 gewidmet. Außerdem wird in diesem Analyseschritt beschrieben, wie der Makrotext der Rubrik in den Kontext des Heftes eingegliedert ist; hier geht es um die Schnittstelle zwischen der Ebene der Zeitschrift und der Ebene der Rubrik. In einem weiteren Schritt wird die Makrostruktur der Teiltexthe des Makrotextes beschrieben und ihre Funktion bestimmt. Zuerst werden die Elemente der Makrostruktur der Teiltexthe allgemein charakterisiert und ihre Funktion anhand der Fachliteratur beschrieben. Danach wird die Funktion der Strukturelemente für jeden Teiltexthe des Makrotextes bestimmt.

Der funktionale, thematische und grammatische Aspekt des Textes sind eng miteinander verbunden (vgl. Brinker 2005, 160 f.) und ihre isolierte Behandlung erweist sich nicht nur als wenig sinnvoll, sondern auch als undurchführbar. Die informative Funktion des Texttitels kann z. B. nur dann nachgewiesen werden, wenn der Titel die Themen des nachfolgenden Fließtextes nennt, also muss

auch der thematische Aspekt beachtet werden. Deshalb wird in der nachfolgenden Analyse der funktionalen Aspekte der Makrostruktur des Makrotextes immer auf die thematischen Aspekte Bezug genommen. Im Kapitel 7 wird die thematische Struktur des Makrotextes ausführlich beschrieben; an dieser Stelle steht die Funktion im Vordergrund und die thematische Ebene wird nur insoweit in die Analyse einbezogen, als sie hilft, die Funktion zu bestimmen.

7.1. Makrostrukturelle Indikatoren der Funktion

Die Makrostruktur des Fachtextes bestimmt Baumann (1987, 6; vgl. 1998, 410) als „ein linear-sequentiell geordnetes und hierarchisch organisiertes funktionales System von Beziehungen zwischen den Teilen und Elementen des Textes“, das sich aus dem funktionalen Zusammenwirken „der jeweiligen außer- und innersprachlichen Faktoren im Text“ ergibt.

Eine moderne Zeitung oder Zeitschrift wird selektiv gelesen (vgl. Häusermann 2001, 151). Das knappe Zeitbudget der Führungskräfte, der Zielgruppe der Zeitschrift „management & seminar“, bedingt, „daß Informationen [...] komprimierter und auf das Entscheidende beschränkt dargeboten werden“ (Afheldt 1990, 183). Neben einer sinnvollen Auswahl von Informationen ist „die Führung des Lesers durch sein Blatt“ ebenso wichtig. Diese Aufgabe erfüllen „übersichtliches Layout, aussagekräftige Überschriften und Vorspanne sowie ein Heftaufbau, der klar in Rubriken gegliedert ist und den Kontinuität auszeichnet“ (ebd.). Elemente der Struktur wie Anreißer auf Titelseiten, Hinweistexte, die ins Innere des Blattes verweisen, Bildtexte im Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift, Überschriften, Lead oder Vorspann, Zwischentitel, Bildunterschriften, Kästen dienen als Einstiegshilfen, weil sie über die Textinhalte informieren und zum Lesen motivieren (vgl. Häusermann 2001, 151f.); sie haben also sowohl die Informations- als auch die Appellfunktion.

7.1.1. Die Makrostruktur der Zeitschrift

7.1.1.1. Titelblatt

Zu den Elementen der Makrostruktur der Zeitschrift, die Bezug auf den Makrotext nehmen, gehören das Titelblatt und das Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift.

Wenn man von der Erkenntnis Agricolas ausgeht, dass Titel Paraphrasen der zu ihnen gehörenden Texte darstellen (vgl. Agricola 1979, 21), dann ist es auch möglich, den Titel der Rubrik als Paraphrase dieser Rubrik zu betrachten. Die erste und kürzeste Paraphrase der Rubrik befindet sich auf dem Titelblatt der Zeitschrift: Der Titel „Flexiblere Arbeitszeiten“ stellt die „Zeiger“ einer stilisierten Uhr dar. Die Tatsache, dass die Ankündigung der Rubrik praktisch das ganze Titelblatt einnimmt, zeugt von der Bedeutung dieses Themas im Kontext der Fachzeitschrift. Diese Ankündigung dient als kurzer Hinweistext, der eine

orientierende Information gibt und gleichzeitig auf den Makrotext der Rubrik neugierig macht (vgl. Häusermann 2001, 193). Die Komparativform „flexiblere“ enthält eine Wertung und wirkt ebenfalls appellativ. Die Ankündigung des Makrotexes auf dem Titelblatt des Heftes hat damit appellative und informative Funktion. Die visuellen Elemente des Titelblattes und ihre Funktion werden im Kapitel 10 behandelt.

7.1.1.2. Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift

Eine weitere Paraphrase des Makrotexes der Rubrik ist im Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift auf der Seite 5 zu finden. Die Texte der Rubrik erscheinen hier zu fünf Themenkomplexen unter dem Hyperthema „Arbeitszeit-Modelle“ zusammengefasst. Sie sind durch einen Kasten mit hellblauem Hintergrund von den anderen Themen der Zeitschrift abgehoben. Diese Hervorhebung weist auf die Artikel im Inneren der Zeitschrift hin: „In Zeitschriften sind es oft einzelne Fenster im Inhaltsverzeichnis, die wichtige Texte aus dem Inneren ‚verkaufen‘.“ (Häusermann 2001, 193). Als Ankündigung des Makrotexes und als kurzer Hinweistext dient auch die Zeichnung in der unteren rechten Ecke der Seite mit der Bildunterschrift: „ANTWORT: Mehr Beschäftigung durch flexible Arbeitszeiten? Ein m & s-EXTRA“. Die Unterschrift enthält eine Frage und verspricht, dass der Leser die Antwort in der Rubrik „Extra“ findet; dadurch wirkt sie appellativ.

Als dritte Paraphrase des Makrotexes der Rubrik „Extra“ kann das Inhaltsverzeichnis am Anfang des Makrotexes der Rubrik auf der Seite 30 betrachtet werden. Unten in der Abbildung 12 werden die beiden Inhaltsverzeichnisse im Hinblick auf ihre Funktion miteinander verglichen.

7.1.2. Makrostruktur der Rubrik „Extra“

Zu den Strukturelementen auf der Ebene der Rubrik gehören die nonverbalen Elemente des Layouts, der Makrotexttitel und das Inhaltsverzeichnis der Rubrik. Die grafische Gestaltung der Rubrik „Extra“ unterscheidet sich deutlich von der der anderen Rubriken der Zeitschrift. Die dominierenden Farben des Heftes 2/1996 sind Schwarz und Weiß. Für Hervorhebungen und Gliederung der Texte wird außerdem die Farbe Blau in drei Intensitätsstufen eingesetzt. Nur der Makrotext der Rubrik „Extra“ ist durch einen hellblauen Hintergrund unterlegt und hebt sich dadurch deutlich von den übrigen Teilen der Zeitschrift ab. Die anderen Rubriken des Heftes sind jeweils durch eine Spitzmarke markiert, die aus einem hellblauen Balken und dem Namen der Rubrik über dem Balken besteht. Die Spitzmarke der Rubrik „Extra“ ist anders gestaltet: Sie besteht aus einem schwarzen Balken mit der Inschrift in weißen Buchstaben „EXTRA“ sowie dem Thema der Rubrik „ARBEITSZEIT-MODELLE“ in schwarzen Buchstaben über dem Balken. In dieser Form ist die Spitzmarke auf jeder Seite des Makro-

textes der Rubrik „Extra“ bis auf die erste Seite des Makrotextes (Seite 30 des Heftes) zu sehen. Auf der ersten Seite der Rubrik steht das Thema „ARBEITSZEIT-MODELLE“ in großen weißen Buchstaben über einem breiten schwarzen Balken mit der zentrierten weißen Inschrift „EXTRA“. Unter dem Balken links in der ersten Spalte der Seite ist in einem Kasten das Inhaltsverzeichnis der Rubrik zu sehen. Es ist durch weißen Hintergrund und einen vertikalen schwarzen Balken mit der weißen Inschrift „INHALT“ vom übrigen Text der Seite hervorgehoben. Durch diese besondere Gestaltung kann die erste Seite der Rubrik als die Titelseite des Makrotextes betrachtet werden. Das Thema der Rubrik dient im Zusammenhang des Makrotextes gleichzeitig als Makrotitel.

Der farbige Hintergrund und die Spitzmarke im oberen Bereich jeder Seite dienen als „Wiedererkenner“ der Rubrik (vgl. Schneider/Raue 1996, 330) und erleichtern auf diese Weise dem Leser die Orientierung innerhalb des Heftes. Außerdem hat die besondere Gestaltung der Rubrik eine appellative Funktion, weil sie die Inhalte der Rubrik von den übrigen Themen der Zeitschrift deutlich abhebt und den Leser auf die Inhalte aufmerksam macht.

7.1.3. Eingliederung der Rubrik in den Kontext der Zeitschrift

Wie bereits erwähnt, sind die Titel der Texte in unterschiedlichen makrostrukturellen Kontexten unterschiedlich formuliert, was nach Agricola der stilistischen Differenzierung dient:

Systematische Verwendung der stilistisch wirksamen Differenzierungsmöglichkeiten liegt z. B. in der Methode einer Monatsschrift, für dieselben Aufsätze andere Überschriften auf dem Titelblatt [...] zu verwenden als im Inhaltsverzeichnis und vor den Texten selbst [...] (Agricola 1979, 24).

Die Titel der Teiltexthe des Makrotextes erscheinen an drei Stellen in der Zeitschrift: im Inhaltsverzeichnis der ganzen Zeitschrift, im Inhaltsverzeichnis der Rubrik und unmittelbar vor dem jeweiligen Teiltexthe. Die Abbildung 11 demonstriert, wie die Texttitel in verschiedenen (makro)textuellen Kontexten formuliert sind.⁶⁹ Anschließend wird eine Analyse verschiedener Textformulierungen im Hinblick auf ihre Funktion gegeben.

⁶⁹ Hervorhebungen sind wie im Original, der Schriftgrad konnte nicht beachtet werden.

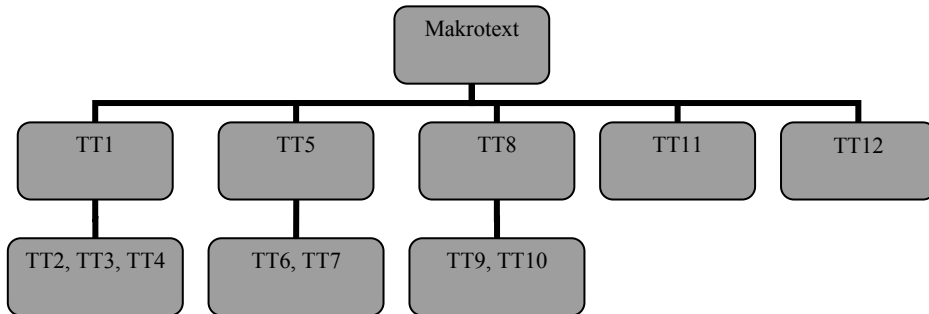
Abb. 12. Die Titel der Teilttexte in verschiedenen Kontexten

Seite	Ankündigung des Makrotextes im Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift	Titel im Inhaltsverzeichnis der Rubrik	Titel vor dem Teilttext
30	Diskussion: Dass flexible Zeiten nötig sind, wird kaum bestritten; der Weg jedoch ist unklar	DISSENS : Umsetzung der Arbeitszeitmodelle umstritten	TT1. Geht die Stechuhr bald in Pension?
31		ARBEITSZEITMODELLE	TT2. ARBEITSZEIT-MODELLE
32		LITERATURVERZEICHNIS	TT3. Literaturverzeichnis
33		ARBEITSZEIT-ENTWICKLUNG	TT4. Arbeitszeiten auf absteigendem Ast
34	Modell: Das Projekt „Mobilzeit“ der Bundesregierung fördert rund 100 Unternehmen	FÖRDERUNG: Regierung unterstützt neue Arbeitsformen	TT5. Mobil in die Zukunft!
39		INTERVIEW: Angela Fauth-Herkner über Fördermaßnahmen	TT6. Innovative Unternehmen gesucht
40		MODELL: Arbeitszeitpionier Didymus Hasenkopf	TT7. Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft
42	Bedarf: Immer mehr Firmen suchen Hilfe bei Arbeitszeitberatern	BERATUNGS-UNTERNEHMEN	TT8. Unterstützer für Unternehmen
43		INTERVIEW: Dr. Andreas Hoff über flexible Arbeitszeiten	TT9. Wachsendes Interesse
43		BERATUNGSADRESSEN	TT10. Arbeitszeitberater in der Bundesrepublik
44	Umstellung: Nur wenige Manager arbeiten bisher in Teilzeit. Welche Hemmschwellen es gibt	TEILZEIT-MANAGEMENT	TT11. Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen
46	Jobkiller: Die meisten Beschäftigten leisten häufig Überstunden	ÜBERSTUNDEN	TT12. Jobkiller Überstunden

Die erste Spalte der Tabelle gibt die Seite der Zeitschrift an, auf der der jeweilige Teilttext des Makrotextes beginnt. In der zweiten Spalte sind die Themen des Makrotextes angegeben, wie sie im Inhaltsverzeichnis des Heftes formuliert sind. Die dritte Spalte informiert über die Formulierung der Themen, die im Inhaltsverzeichnis der Rubrik „Extra“ zu finden ist, und die letzte Spalte enthält die Überschriften der Teilttexte, die im Fließtext des Makrotextes, d. h. unmittelbar vor dem jeweiligen Teilttext, stehen.

Folgendes Diagramm veranschaulicht die inhaltlichen Zusammenhänge zwischen den Teilttexten des Makrotextes:

Abb. 13. Die inhaltliche Struktur des Makrotextes „Arbeitszeitmodelle“



7.1.3.1. Ankündigung des Makrotextes im Inhaltsverzeichnis des Heftes

Aus der Abbildung 12 wird ersichtlich, dass die insgesamt 12 Texte der Rubrik „Extra“ im Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift zu 5 thematischen Schwerpunkten zusammengefasst worden sind. Wenn man die zweite und die vierte Spalte vergleicht, sieht man, dass die Teiltexthe TT1, TT2 und TT4 mit dem Anfang auf den Seiten 31, 32 und 33 als Teiltexthe zum Schwerpunkt **Diskussion** gehören, deren Behandlung entsprechend dem Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift auf der Seite 30 beginnt. Die Teiltexthe TT6 und TT7 mit dem Anfang auf den Seiten 39 und 40 sind zum Schwerpunkt **Modell** zusammengefasst. Der Teiltexthe TT8 und die beiden Teiltexthe mit dem Anfang auf der Seite 43 (TT9 und TT10), gehören zum Schwerpunkt **Bedarf**. Zu den letzten zwei Schwerpunkten **Umstellung** (S. 44) und **Jobkiller** (S. 46) gehört jeweils nur ein Teiltexthe: TT11 und TT12.

Das Thema wird mit jeweils einem Stichwort formuliert (**Diskussion, Modell, Bedarf, Umstellung** und **Jobkiller**), das eine extreme Konzentration des Teiltexthes (vgl. Agricola 1979, 21) bzw. einer Gruppe von Texten darstellt. In einem kurzen Kommentar, der dem Stichwort folgt, wird das Thema genauer bestimmt. Diese Kommentare können nicht als kurze Zusammenfassungen des Teiltexthes betrachtet werden, weil sie die Ergebnisse der Überlegungen nicht preisgeben und lediglich die Fragestellung enthalten. Solche Formulierungen wirken intrigierend und regen zum Lesen an. Der Untertitel des Textes 30 **Diskussion: Dass flexible Zeiten nötig sind, wird kaum bestritten; der Weg jedoch ist unklar** lässt z. B. offen, welchen Weg man bei der Lösung des Problems einschlagen soll, das wird lexikalisch durch das Adjektiv *unklar* ausgedrückt. Beim Schwerpunkt **Modell: Das Projekt „Mobilzeit“ der Bundesregierung fördert rund 100 Unternehmen** kann man den Kommentar schon eher als eine Kurzfassung des Textes betrachten. Unternehmen sind an Förderungen durch den Staat interessiert, deshalb wird der Rezipient erfahren wollen, unter wel-

chen Bedingungen diese Förderung zu erhalten ist. Der Schwerpunkt **Bedarf:** *Immer mehr Firmen suchen Hilfe bei Arbeitszeitberatern* enthält in seinem Titel einen Hinweis auf ein Problem und im Untertitel wird die Lösung angedeutet: *[Berater werden helfen]*. Dieser Untertitel wirkt zum Lesen anregend. Der Schwerpunkt **Umstellung:** *Nur wenige Manager arbeiten bisher in Teilzeit. Welche Hemmschwellen es gibt* wirkt zum Lesen anregend durch die Formulierung des zweiten, elliptischen Satzes des Untertitels. Man kann diesen Satz fortsetzen: *Welche Hemmschwellen es gibt, [erfahren Sie aus diesem Heft]*. Der letzte Schwerpunkt **Jobkiller:** *Die meisten Beschäftigten leisten häufig Überstunden* spricht ein Problem an, das für viele Unternehmen aktuell ist.

Zusammenfassend lässt sich über die Formulierung der thematischen Schwerpunkte im Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift feststellen, dass ihre Funktion darin besteht, die möglichen Rezipienten zum Lesen anzuregen, sie haben damit den Appellcharakter. Das wird durch die Unterdeterminiertheit der Titel und Untertitel erreicht (vgl. Dietz 1998, 624). Trotz dieser Unterdeterminiertheit ist es für den Leser möglich, eine erste Orientierung im Themenbereich zu bekommen.

7.1.3.2. Texttitel im Inhaltsverzeichnis der Rubrik

Im Inhaltsverzeichnis der Rubrik sind alle 12 Teiltexthe des Makrotexthes angegeben, bei 4 Texten ist auch die Textsorte deklariert (Literaturverzeichnis, 2 Interviews und Adressenverzeichnis). Im Vergleich zum Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift ist dieses Verzeichnis ausführlicher und informativer. Die Titel und Untertitel sind hier eher als Formulierung des jeweiligen Themas und Konzentration des Textinhaltes zu betrachten. Wenn man diese Titel mit denen vor den Texten vergleicht, merkt man einen großen Unterschied hinsichtlich ihrer Funktion. Während die Titel im Inhaltsverzeichnis der Rubrik das Ziel haben, den Leser über die Inhalte der Texte in verdichteter Form zu informieren (vgl. Dietz 1998, 619), wirken die Titel vor den Texten eher als Werbung für den Text – ihnen „kommt [...] die Aufgabe zu, den Leser zur Lektüre des Textes zu bewegen.“ (ebd., 621)

Die Titel der Teiltexthe, die im Fließtext des Makrotexthes verwendet werden (vgl. 4. Spalte in der Abb. 12), sollen demnächst im Hinblick auf ihre Funktion näher betrachtet werden.

7.1.4. Elemente der Makrostruktur auf der Textebene

Die Teiltexthe des Makrotexthes sind strukturell unterschiedlich aufgebaut, was auf ihre Zugehörigkeit zu unterschiedlichen Textsorten zurückzuführen ist. In Anlehnung an Gruben (vgl. 2006, 152 f.) werden die Teiltexthe für die linguistische Analyse nach dem Kriterium ihres Beitrages zum Inhalt des gesamten Makrotexthes zu inhaltskonstituierenden und inhaltsunterstützenden Teiltexthen

gruppiert. Inhaltskonstituierende Teiltex te enthalten alle wesentlichen Informationen des Makrotex tes, inhaltsunterstützende Teiltex te liefern zusätzliche Informationen.⁷⁰ Bei den inhaltskonstituierenden Teiltex ten untern ehmen wir eine weitere Differenzierung nach der Form in monologische und dialogische Teiltex te. Daraus ergibt sich die folgende Aufteilung:

- inhaltskonstituierende monologische Teiltex te TT1, TT5, TT7, TT8, TT11 und TT12;
- inhaltskonstituierende dialogische Teiltex te TT6 und TT9;
- inhaltsunterstützende Teiltex te TT2, TT3, TT4 und TT10.

Die inhaltskonstituierenden Teiltex te leisten ihren Beitrag zur Themenentfaltung und zur makrotextuellen Themenprogression, die im Kapitel 8 eingehend behandelt und in einer Tabelle (Abb. 15) dargestellt werden soll. Die monologischen Teiltex te gehören zu journalistischen Textgattungen zwischen Bericht und Kommentar, wobei referierende und kommentierende Merkmale von Text zu Text unterschiedlich stark ausgeprägt sind. Die Dialogtex te gehören zur typischen journalistischen Textsorte Interview. Die inhaltsunterstützenden Teiltex te zählen zu den im Journalismus eher untypischen Textsorten Lexikon (TT2), Literaturverzeichnis (TT3), Chronologie (TT4) und Adressverzeichnis (TT10).

Die wichtigsten Elemente der Makrostruktur der Teiltex te sind die Texttitel, die Vorspänne, die Aufhänger und die Zwischenüberschriften. Diese Elemente (bis auf den Texttitel) können in Abhängigkeit von der Textsorte vorhanden sein oder fehlen. Demnächst soll eine allgemeine Charakteristik der in den Teiltex ten des Makrotex tes auftretenden Elemente der Makrostruktur gegeben werden.

7.1.4.1. Texttitel

Texttitel⁷¹ „haben die kognitive Funktion, dem Leser oder Hörer die richtige Makrointerpretation des Textes nahezulegen“ (Vater 1994, 95). Sie lassen Themen und Hauptinformationen erkennen und zeigen die Zielrichtung an, als was der Text verstanden werden soll, z. B. als Nachricht oder Kommentar (vgl. Häusermann 2001, 172). Der Titel und die explizit deklarierte Textsorte gehören nach Große zu den Präsignalen der Textfunktion (Große 1976, 21 zitiert nach Brinker 2005, 103). Nach Agricola (1979, 21) kann der Titel die „Quintes-

⁷⁰ Gruben (2006, 152 f.) unterscheidet im Sachbuch inhaltskonstituierende (Haupttext), inhaltsorganisierende (u. a. Inhaltsverzeichnisse, Überschriften), inhaltsunterstützende (Kasten, Tabellen, Fußnoten, Glossare usw.) und inhaltsbegleitende (Impressum, Klappentext, Literaturangaben, Adressenlisten usw.) Teiltex te. Ich unterscheide nur inhaltskonstituierende und inhaltsunterstützende Teiltex te, weil die Abgrenzung zwischen der inhaltsunterstützenden und inhaltsbegleitenden Funktion recht unscharf ist. Inhaltsorganisierende Teiltex te wurden auf der Strukturebene der Zeitschrift behandelt.

⁷¹ Die Bezeichnung „Titel“ wird in der vorliegenden Arbeit auch in dieser Bedeutung benutzt.

senz“ des Textes darstellen, er ist „ein extremes Kondensationsprodukt dieses Textes oder eines seiner Subtexte“. Titel sind nicht immer als maximale Konzentration des Textes zu betrachten, denn oft geben sie „den globalen Inhalt des Textes nur ungenügend, manchmal sogar gar nicht“ wieder (Vater 1994, 95). Dietz (1998, 618 ff.) unterscheidet folgende Funktionen von Fachtiteln:

- die Benennungsfunktion (Fachtitel als Eigennamen von Fachtexten),
- die Referenzfunktion (Fachtitel als Fachtext-Charakterisierungen),
- die Verdichtungsfunktion (Fachtitel als Komprimierungen von Fachtexten),
- die Appellfunktion (Fachtitel als Werber),
- die Rezeptionssteuerungsfunktion (Fachtitel als Textorganisatoren).

Bei der Titelformulierung existiert eine „legitime Variationsbreite“, „die unter dem Aspekt mancher kommunikativer Aufgaben [...] verwendet werden kann“ (Agricola 1979, 24). Das äußert sich im Journalismus in der Form „der verklausulierten und deshalb Neugier weckenden Überschriften“ (ebd.). Die Vagheit der Titelformulierung, die bewusst oder unbewusst entsteht, kann „nur durch die Lektüre des Textes behoben“ werden (vgl. Dietz 1998, 621; Gnutzmann 1988, 32), deshalb wirkt sie zum Lesen anregend; sie hat eine Werbefunktion (vgl. Häusermann 2001, 172). In der Praxis ist es oft schwierig, eine Überschrift zu formulieren, die sowohl informativ als auch attraktiv ist; dagegen hilft eine Kombination aus Überschrift und einer Ober- oder Unterzeile (vgl. Häusermann 2001, 173).

Alle 12 Teiltex te des Makrotex te „Arbeitszeitmodelle“ enthalten einen Texttitel, der bei einigen Teiltex ten (siehe nächstes Unterkapitel) mit einem Untertitel bzw. Vorspann kombiniert wird.

7.1.4.2. Vorspann

Der Vorspann (auch Motto, Lead, Aufhänger genannt) ist nach Schneider/Raue (1996, 334) ein durch Fett- oder Kursivdruck hervorgehobener Voraustext, der zwei völlig verschiedene Funktionen haben kann: In der Zeitung dient er als Zusammenfassung des folgenden Laftex tes, „die dessen Lektüre allenfalls entbehrlich macht“, in den meisten Zeitschriften ist das „ein Anreißtext, der den Sachverhalt nur teilweise darlegt und auf den folgenden Laftex t Appetit machen soll“. Der Vorspann kann die Funktion von Untertitel oder Einleitung erfüllen, die der „zusätzlichen Angabe von Themenelementen“ dient (Agricola 1979, 23) und die Überschrift entlastet (vgl. Häusermann 2001, 185). „Der Lead (in Zeitschriften auch: Vorspann, Auftakt, Motto) führt vom Titel in den Text. [...] Der Lead sagt also, etwas detaillierter, das Gleiche aus wie der Titel. Er sagt das mit anderen Worten, um Stopper-Effekte zu vermeiden.“ (ebd. 2001, 189). In der Regel besteht der Lead aus der Hauptaussage und einem Verweis in den Text (vgl. ebd., 191).

Im Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ sind alle inhaltskonstituierenden Teiltex-te TT1, TT5, TT6, TT7, TT8, TT9, TT11 und TT 12 mit einem Vorspann versehen, der sich in fast allen Teiltex-ten (bis auf das Interview TT6) durch Fettdruck, Schriftart und Schriftgrad (Arial 12) vom Textkörper (Times New Roman 10) abhebt. Der Vorspann erfüllt in den genannten Teiltex-ten die Funk-tion des Untertitels, er steht auch unmittelbar unter dem Texttitel. Die inhalts-unterstützenden Teiltex-te TT2, TT3, TT4 und TT10 weisen keinen Vorspann auf.

7.1.4.3. Aufhänger

Die Begriffe „Vorspann“ und „Aufhänger“ werden in der Fachliteratur auch als Synonyme verwendet, so z. B. bei Schneider/Raue:

1. Meistens: aktueller Anlaß zur oder origineller Einstieg in die Darstellung eines [...] Themas, das andernfalls nicht genügend Leseinteresse wecken oder den Re-geln der Zunft nicht genügen würde [...].
2. Von daher oft: der erste Absatz oder fette *Vorspann*, wenn er den Aufhänger enthält.
3. Von daher in einigen Redaktionen: der Vorspann überhaupt. (Schneider/Raue1996, 309; Hervorhebung von Schneider/Raue).

In populärwissenschaftlichen Texten spielen nach Gläser (1990, 186) journalis-tische und essayistische Mittel eine wichtige Rolle. Zu den Merkmalen der journalistischen Texte gehören „attraktive, suggestive Überschriften“; außerdem werden sie durch einen Aufhänger eingeleitet, der als „Induktionsbasis für die folgende Problemdiskussion“ dient. Nach dem Inhalt unterscheidet Gläser fol-gende Gruppen von Aufhängern:

- eine Alltagserfahrung,
- ein persönliches Erlebnis des Autors,
- eine Episode aus dem Leben eines Forschers,
- eine Begebenheit aus der Wissenschaftsgeschichte,
- ein aktuelles Ereignis.

Nach den Stilmitteln nennt Gläser folgende Arten von Aufhängern:

- eine paradoxe Behauptung,
- eine rhetorische Frage,
- einen originellen Vergleich (vgl. Gläser 1990, 187).⁷²

Diesen Kriterien entspricht jeweils der erste Absatz der monologischen inhalts-konstituierenden Teiltex-te TT1, TT5, TT7, TT8, TT11, und TT12.

⁷² An dieser Stelle wird auf Gläser 1979, Krahl/Kurz 1984 und Melander 1987 ver-wiesen.

7.1.4.4. Zwischenüberschriften

Zwischenüberschriften werden „zur optischen oder inhaltlichen Gliederung eines längeren Artikels und als Leseanreiz“ (Schneider/Raue 1996, 335) eingesetzt und dienen als „wichtige makrostrukturelle Rezeptionshilfen“, wenn sie aussagekräftig sind (Dietz 1998, 622). Sie fordern den Leser, dranzubleiben und bieten einen zusätzlichen optischen Reiz (vgl. Häusermann 2001, 187). Es ist vorteilhaft für die Textrezeption, wenn die Zwischentitel als Aussagen formuliert werden und im Zusammenhang gelesen werden können (vgl. ebd.).

Durch Zwischenüberschriften sind alle monologischen inhaltskonstituierenden Teiltexthe des Makrotexthes gegliedert.

7.1.5. Analyse der Makrostruktur der Teiltexthe hinsichtlich ihrer Funktion

Wie oben bereits erwähnt, ist eine Analyse der Textfunktion ohne Einbeziehung der thematischen Aspekte nicht möglich. Deshalb wird bei der Bestimmung der Funktion der einzelnen Makrostrukturelemente der Teiltexthe (Titel, Vorspann, Aufhänger, Zwischenüberschriften) auch ihre Bedeutung für die Themenentfaltung erwähnt. Welches Verhältnis die Strukturelemente zum Textthema bzw. zu Textthemen haben, lässt sich anhand der Wiederaufnahme der wichtigsten Textgegenstände analysieren. Die Wiederaufnahmestruktur des Makrotexthes wird im Kapitel 8 ausführlich behandelt, an dieser Stelle sollen lediglich die wichtigsten Textgegenstände des Makrotexthes genannt werden: Der Hauptgegenstand des Makrotexthes ist Arbeitszeit (AZ), die Nebengegenstände sind Wahlfreiheit (W), Förderung (F), Familie und Freizeit (FF), Arbeitsplätze (AP), Manager (M), Produktionskosten (PK), Berater (B), Kontrolle (K), Politiker (P), Gewerkschaft (G), Arbeitgeber (AG), Arbeitnehmer (AN), Deutsche Wirtschaft (DW), gesellschaftliche Normen (N) und Statistik (S).

7.1.5.1. Inhaltskonstituierende monologische Teiltexthe

Die monologischen inhaltskonstituierenden Teiltexthe TT1, TT5, TT7, TT8, TT11 und TT12 verfügen über alle oben genannten Elemente der Makrostruktur: einen Titel, einen Vorspann, einen Aufhänger und Zwischenüberschriften. Diese Elemente werden für jeden Teiltexthe getrennt untersucht.

7.1.5.1.1. Teiltexthe 1 „Geht die Stechuhr bald in Pension?“

Titel

Der Titel des Teiltexthes 1 (TT1) *Geht die Stechuhr bald in Pension?* ist als Entscheidungsfrage formuliert. Nach Dietz (1998, 621) „handelt es sich bei *Titeln*

in Frageform um ausdrückliche Infrage-Stellungen einer Aussage. [...] Solche Titelformulierungen [...] besitzen [...] einen höheren Appellwert als einfache Titel-Prädikationen bzw. Nominalkonstruktionen.“ Der Ausdruck *in Pension gehen* wird hier metaphorisch verwendet. Der Bezug zum Makrothema wird durch die Eingliederung von „Stechuhr“ in die Hauptkoreferenzkette Arbeitszeit (AZ) auf der Grundlage der kulturellen Kontiguität erreicht.⁷³ Gleichzeitig erfolgt die Erstnominierung von (AZ) auf der Ebene des Makrotexes. Bei „Stechuhr“ erfolgt auch eine Verknotung mit der Nebenkette Kontrolle (K) und die Erstnominierung dieses Textgegenstandes.

Vorspann

Der Vorspann von TT1 besteht aus zwei Sätzen:

Über das Ziel sind sich alle einig: Um die Wirtschaft wettbewerbsfähiger zu machen und der Vollbeschäftigung näher zu kommen, muss die Arbeitszeit flexibilisiert werden. Über den Weg wird heftig diskutiert.

Hier wird innerhalb des Vorspanns das Fokussierungsverfahren eingesetzt, wobei ein Gliedsatz aus dem Zusammenhang herausgenommen und vorangestellt wird.⁷⁴ Fokussierung ist eine Erscheinungsform der Informationsverdichtung (vgl. Dietz 1998, 620). Von den stilistischen Mitteln ist hier Parallelismus von *Über das Ziel...* und *Über den Weg...* zu beobachten. Nach Dietz sind Wiederholungsstrukturen „ein wichtiges Verfahren zur einprägsamen Veranschaulichung“ (ebd., 621).

Dietz stellt für wissenschaftliche Texte fest, dass bei einer vagen Formulierung des Titels oft der informative Untertitel die Aufgabe einer Determination übernimmt (vgl. Dietz 1998, 624). Wenn man die Feststellung, die Dietz über das Verhältnis von Obertitel und Untertitel macht, auf das Verhältnis zwischen Titel und Vorspann anwendet, lässt sich der Vorspann in diesem Text als Determination des unterdeterminierten Titels betrachten, wobei diese Unterbestimmtheit nicht vollständig beseitigt wird. Dadurch wirkt der Vorspann zum Lesen anregend. Er erläutert die Problemstellung, ohne die Antwort auf die Frage *über den Weg* zu geben. Im Vorspann dieses Textes werden die wichtigsten Argumente für flexible Arbeitszeiten aus der volkswirtschaftlichen Sicht eingeführt: Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft (DW) und Schaffung neuer Arbeitsplätze (AP).

⁷³ Es ist allgemein bekannt, dass „Stechuhr“ ein Synonym für „*Kontrolluhr, die auf Hebeldruck hin den jeweiligen Zeitpunkt auf einer Karte o. ä. markiert* (zur Überwachung von Arbeitsgängen u. ä.)“ ist. (Wahrig 1975, 3511; Hervorhebung im Original).

⁷⁴ Dietz (1998, 620) schreibt über das Fokussierungsverfahren, das bei der Formulierung von wissenschaftlichen Titeln verwendet wird: „[...] hier wird jeweils die wichtigste thematische Information aus dem syntaktischen Zusammenhang einer Nominalgruppe herausgenommen und dieser vorangestellt.“ Eines seiner Beispiele dafür lautet: „Sozialbilanzen: Formen und Aussagemöglichkeiten“.

Aufhänger

Der Aufhänger des Teiltextes 1 lautet:

Als das Großunternehmen VW vor zwei Jahren die Vier-Tage-Woche einführte, ging noch ein Aufschrei durch die Nation. Doch inzwischen sind es schon lange nicht mehr die Arbeitgeber allein, die Schlagworte wie „Arbeitszeitreduzierung“ und „flexible Arbeitszeiten“ im Mund führen...

Es geht hier um ein ungewöhnliches Ereignis aus der Geschichte der deutschen Wirtschaft und eine heftige Reaktion der Gesellschaft darauf. Diese Reaktion wird hier mit *ging ... ein Aufschrei durch die Nation* expressiv dargestellt.

Zwischenüberschriften

Die Zwischenüberschriften von TT1 lauten:

- *Abweichen von der Regel*
- *Neue Federn am alten Hut?*
- *Individuell entscheiden*
- *Stechuhr nicht nötig*

Alle Zwischentitel sind als Kurzsätze formuliert und wirken durch die Einsparung des finiten Verbs sprachökonomisch. Die ersten zwei enthalten keine Glieder der wichtigen Koreferenzketten. Auf der Grundlage der logischen Kontiguität lässt sich schlussfolgern, dass es in der dritten Überschrift um die Wahlfreiheit der Arbeitnehmer (W) geht. In der letzten Überschrift wird auf den Titel des Textes Bezug genommen, wobei hier dieselbe Proposition nicht in der Form eines Fragesatzes, sondern als Aussagesatz formuliert ist. Auf diese Weise wird die Antwort auf die Entscheidungsfrage gegeben, die der Titel darstellt. In keiner der Überschriften wird ein neuer Referenzträger und damit ein neues Teilthema eingeführt. Deshalb kann man diese Überschriften nicht zu „aussagekräftigen Zwischentiteln“ zählen, „die als metatextuelles inhaltliches Kondensat des folgenden Teiltextes fungieren“ (Dietz 1998, 622). Ihre Funktion besteht lediglich in einer leserfreundlichen Gestaltung des Textes durch Gliederung in kleinere Abschnitte und als Leseanreiz.

7.1.5.1.2. Teilttext 5 „Mobil in die Zukunft!“

Titel

Der Titel von TT5 *Mobil in die Zukunft!* ist in Form eines gekürzten Ausrufesatzes formuliert und erinnert an einen Werbeslogan – deshalb ist sein Appellcharakter nicht zu übersehen. Brinker (2005, 118) zählt den Imperativsatz zu den häufigsten grammatischen Indikatoren der Appellfunktion. Zu informativen Titeln im Sinne eines Inhaltskondensats kann dieser Titel nicht gerechnet werden, weil sein Bezug zum Thema erst durch das Lesen des Textes sich herstel-

len lässt. Der Begriff „Mobilzeit“, um den es hier geht, ist in den vorhergehenden Texten nicht vorgekommen. Auf der Grundlage des makrotextuellen Kontextes lässt sich „mobil“ der Hauptkette Arbeitszeit (AZ) zurechnen: Weil das Hyperthema des Makrotexes „Arbeitszeit-Modelle“ heißt, wird „mobil“ etwas mit der Arbeitszeit zu tun haben.

Vorspann

Der Vorspann des 5. Teiltexes ist ein Satzgefüge mit Relativsatz als Attribut:

Mit dem Modellprojekt „Mobilzeit“ will der Bund rund 100 Betriebe, die flexible Arbeitszeiten einführen, fördern.

In ihm werden die Referenzträger Politiker (P), Arbeitgeber (AG) und Förderung (F) in den Text eingeführt, wobei die Erstnominierung von (F) auf der Ebene des Makrotexes erfolgt. Es geht hier wieder um einen Vorspann, der den unterdeterminierten Titel näher bestimmt. Er ist sachlich-informativ und kann als Konzentrat des Inhalts betrachtet werden.

Aufhänger

Der Aufhänger von TT5 lautet:

Jahrelang war der süße Snack konkurrenzlos. „Mars macht mobil – bei Arbeit, Sport und Spiel“, klingelte der Werbeslogan in den Ohren deutscher Verbraucher. Doch nun ist es aus und vorbei mit dem Monopol der Mars-Menschen auf Zusammenführung der Begriffe „mobil“ und „Arbeit“. Und das liegt an Norbert Blüm, Claudia Nolte und Bernhard Jagoda, die flexible Arbeitszeiten in den Fabriken und Büros populär machen wollen. Ein neuer Begriff wurde geboren: „Mobilzeit“. Damit soll das alte Wort „Teilzeitarbeit“ zu Grabe getragen werden.

Nach dem inhaltskonzentrierenden Vorspann erfolgt eine Auflockerung des Themas durch den Aufhänger, der einen originellen Vergleich darstellt (vgl. Gläser 1990, 187). Hier werden die Maßnahmen der Bundesregierung zur Förderung der flexiblen Arbeitszeiten mit der Werbekampagne für einen Schokoriegel verglichen.

Zwischenüberschriften

Die Zwischenüberschriften des 5. Textes lauten:

- *Mobilzeit heißt nicht Teilzeit*
- *Suche nach Mitstreitern*

Der Form nach ist die erste Zwischenüberschrift ein einfacher Satz, die zweite eine Nominalgruppe mit dem Verbalsubstantiv *Suche* und damit eine satzwerdige Wortgruppe. In der Struktur der Themenentfaltung haben diese Überschriften auch ihren Platz: In dem ersten Zwischentitel kommen zwei Glieder

der Referenzkette Arbeitszeit (AZ) vor, der zweite gehört auf der Grundlage der logischen Kontiguität zur Kette Arbeitgeber (AG), d. h., es geht hier um Unternehmen, die an der Teilnahme am Projekt „Mobilzeit“ der Regierung interessiert sind. Die Zwischenüberschriften können in Anlehnung an Dietz (vgl. 1998, 622) zu aussagekräftigen Zwischentiteln gerechnet werden.

In diesem Teiltexth ist ein gewisser „Stilbruch“ in der Behandlung des Themas zu beobachten: Auf einen expressiven Titel folgt ein sachlich-informativer Vorspann, der seinerseits von einem auflockernden Aufhänger abgelöst wird; während der Textkörper viele wertende Elemente enthält, sind die Zwischenüberschriften sachlich-informativ und wertneutral. Der Wechsel von Verdichtung und Auflockerung, vom Emotionalen und Sachlich-Neutralen als Merkmal einer popularisierenden Darstellung wissenschaftlicher Inhalte ist in diesem Text besonders deutlich ausgeprägt.

7.1.5.1.3. Teiltexth 7 „Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft“

Titel

Der Titel von TT7 *Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft* ist der Form nach eine satzwertige nominale Wortgruppe. Trotz der starken sprachlichen Verdichtung enthält der Titel nicht viel Information zum Inhalt des Textes. Das Thema des Teiltexth lässt sich aus dem Titel allein nicht erschließen, er wirkt eher intrigierend und viel versprechend als informierend. Die Auflösung dieser Rätselhaftigkeit erfolgt erst im Vorspann. Von einem niedrigen Informationsgehalt zeugt auch die Tatsache, dass der Titel kein einziges Glied der wichtigen Koreferenzketten enthält.

Vorspann

Der Vorspann des Teiltexth 7 besteht aus zwei Sätzen, u. z. aus einem Satzgefüge mit dass-Objektsatz und einem erweiterten einfachen Satz:

In seinem eigenen Betrieb beweist Didymus Hasenkopf seit über zehn Jahren, dass flexible Arbeitszeiten nur Vorteile haben. Mit Hilfe eines vom Bayerischen Sozialministerium unterstützten Pilotprojektes will der Unternehmer andere Mittelständler von seinem Modell überzeugen.

Im Vorspann beginnen vier Referenzketten des Teiltexth: die Hauptkette des Makrotexth Arbeitszeit (AZ), die Ketten der Nebengegenstände Förderung (F) und Arbeitgeber (AG) sowie die Kette Hasenkopf (H), die nur in diesem Teiltexth vorkommt. Der Vorspann ist im Vergleich zum Titel sachlich-informativ und kann als Zusammenfassung des Textes verstanden werden.

Aufhänger

Der Aufhänger von TT7 heißt:

Sein Firmenlogo zielt ein Hasenkopf mit langen Ohren. Und die Ohren langziehen, so scheint es, würde Didymus Hasenkopf gerne auch manchem Arbeitsmarktphilosophen – ganz gleich, ob es sich um Unternehmer, Gewerkschafter oder Politiker handelt. Die meisten sind ihm einfach zu unflexibel, und das nicht nur in punkto Arbeitszeit, sondern in ihren Einstellungen überhaupt.

Der Aufhänger beginnt mit der Information darüber, dass der Firmenlogo des Unternehmens von D. Hasenkopf einen Hasenkopf darstellt. Die Autorin greift diese Anspielung auf und setzt die grafische Darstellung in einen Zusammenhang zum Phraseologismus *jmnd. die Ohren lang ziehen*, der als Synonym zu *jmnd. bei den Ohren nehmen* verstanden werden kann, was *jmnd. energisch verwarnen* bedeutet (vgl. Wahrig 1975, 2701).

Zwischenüberschriften

Es gibt vier Zwischenüberschriften im Teiltex:

- *Offenheit und Flexibilität*
- *Modell-Projekt*
- *Verantwortungsgefühl*
- *Neue Arbeitsplätze*

Der erste Zwischentitel ist eine Wortgruppe aus zwei koordinierten Substantiven, die nächsten zwei sind Komposita und die vierte Zwischenüberschrift ist eine Wortgruppe aus einem Substantiv mit einem Adjektiv als anteponiertem Attribut. Die Überschriften lassen die Themenentfaltung des Teiltexes rekonstruieren: Zuerst wird der Führungsstil von D. Hasenkopf vorgestellt (*Offenheit und Flexibilität*) (AZ), dann sein *Modell* (AZ) und zuletzt, was mit diesem Modell zu erreichen ist (*Verantwortungsgefühl* der Mitarbeiter und Schaffung *neuer Arbeitsplätze*) (AP). Die letzten zwei Zwischentitel nennen Argumente für flexible Arbeitszeiten. Alle Zwischentitel enthalten Glieder der wichtigen Koreferenzketten (d. h. sie informieren über die Thematik) und sind als Kurzfassung der Teiltexen zu verstehen.

7.1.5.1.4. Teiltex 8 „Unterstützer für Unternehmen“

Titel

Der Titel von TT8 *Unterstützer für Unternehmen* ist eine nominale Wortgruppe aus einem Substantiv und einem postponierten Attribut in Form einer nominalen Präpositionalgruppe. Dieser Titel ist unterdeterminiert und seine vollständige Bedeutung lässt sich erst aus dem Vorspann erschließen. Von den Referenzträgern sind hier Berater (B) und Arbeitgeber (AG) vertreten; es wird

jedoch erst nach dem Lesen des Textes klar, dass mit *Unterstützer Berater* (B) gemeint sind. Der Titel nennt damit einen wichtigen Textgegenstand explizit, den anderen implizit.

Vorspann

Der Vorspann des 8. Teiltexes besteht aus einem Satzgefüge mit einem Relativsatz:

Durch die aktuelle Diskussion um flexible Arbeitszeiten richtet sich das Augenmerk verstärkt auf die Beratungsfirmen, die bei der Umsetzung behilflich sind.

Er nennt das Thema des Textes und expliziert den unterdeterminierten Titel, denn hier ist der Textgegenstand (B) eindeutig durch den Referenzträger *Beratungsfirmen* vertreten. Der Vorspann fasst den wichtigsten Inhalt des Teiltexes zusammen und hat dadurch eine informative Funktion.

Aufhänger

Der Aufhänger des 8. Teiltexes lautet:

An den 1. Oktober 1993 kann sich Dr. Andreas Hoff noch gut erinnern. Zu jenem Zeitpunkt war er auf einer Tagung in Loccum und präsentierte sich dort mit den launigen Worten: „Hier sehen Sie den ersten Arbeitszeitberater Deutschlands.“

Der Aufhänger stellt ein besonderes Ereignis aus dem Leben eines Arbeitszeitberaters dar, kombiniert mit einer verblüffenden Behauptung als Stilmittel (vgl. Gläser 1990, 187). Dadurch wirkt er zum Lesen anregend.

Zwischenüberschriften

Der Teiltext ist durch zwei Zwischenüberschriften gegliedert:

- *An den Regeln beteiligen*
- *Hilfe bei der Implementierung*

Die erste Überschrift ist ein Kurzsatz ohne finites Verb, die zweite eine satzwertige Nominalgruppe. Damit weisen beide einen hohen Grad an sprachlicher Kondensation auf. Sowohl im ersten als auch im zweiten Zwischentitel handelt es sich um implizite Wiederaufnahme durch logische Kontiguität. Nach dem Lesen des Teiltexes könnte man den ersten Zwischentitel folgendermaßen auflösen: *[Die Unternehmen (AG)] beteiligen sich [an der Ausarbeitung von flexiblen Arbeitszeitmodellen (AZ) durch Arbeitszeitberater (B)]*. Eine Explikation des zweiten Titels würde ergeben: *[Berater (B)] helfen [den Unternehmen (AG)] bei der Implementierung [flexibler Arbeitszeitmodelle (AZ)]*. In beiden Fällen handelt es sich um eine implizite Wiederaufnahme der wichtigsten Textgegenstände sowohl des Teiltexes als auch des ganzen Makrotexes.

7.1.5.1.5. Teilttext 11 „Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen“

Titel

Der Titel von TT11 *Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen* ist der Form nach eine nominale Gruppe mit dem Substantiv *Nachholbedarf* als Kern und zwei Determinanten – dem Adjektiv *immenser* als anteponiertem Attribut und der präpositionalen Gruppe *in den Führungsetagen* als postponiertem Attribut. Die Vagheit des Titels ließe sich nach dem Lesen des Vorspanns folgendermaßen beseitigen: *In den Führungsetagen/[Bei Managern] (M) [existiert] ein immenser Nachholbedarf [nach flexiblen Arbeitszeitmodellen (AZ)]*. Das wertende Adjektiv *immens* und die Unterdeterminiertheit der Formulierung zielen auf emotionale Wirkung auf den Leser ab und wirken appellativ.

Vorspann

Der Vorspann des 11. Textes lautet:

Um flexible Arbeitszeiten gesellschaftlich akzeptabel zu machen, müssen Führungskräfte von diesem Angebot Gebrauch machen. Hürden und Hemmschwellen sind hier besonders hoch. Dabei tut die Umstellung nicht nur den Managern, sondern auch den Mitarbeitern gut.

Er besteht aus drei Sätzen: einem Satzgefüge mit dem Finalsatz mit der Konstruktion *um + zu + Infinitiv* und zwei erweiterten einfachen Sätzen. Auffällig sind hier zahlreiche wertende und modale Elemente: *gesellschaftlich akzeptabel, müssen, Hürden und Hemmschwellen, besonders hoch, tut ... gut*. Diese sprachlichen Mittel zeugen vom appellativen Charakter des Textes. Die Intention des Autors, die Leser von der Nützlichkeit der flexiblen Arbeitszeiten zu überzeugen, tritt in diesem Text in den Vordergrund. Trotz der vielen werbenden Elemente lässt sich der Vorspann als Zusammenfassung des Textinhaltes verstehen, weil die wichtigsten Textgegenstände Arbeitszeit (AZ) und Manager (M) sowie die Problemstellung genannt sind.

Aufhänger

Der Aufhänger des 11. Textes lautet:

Wenn Christel Kaufmann-Hocker arbeitet, hat sie einen dichtgedrängten Terminkalender. Doch die Direktorin Ressourcen und Controlling bei der Deutschen Bank, Duisburg, der rund 40 Mitarbeiter unterstellt sind, sitzt nur von Dienstag bis Donnerstag auf ihrem Platz. An den anderen Tagen wird sie von ihren Abteilungsleitern vertreten und erlebt zu Hause Streß ganz anderer Art: „Von Freitag bis Montag bin ich Mutter.“

Der Textkörper beginnt mit einem Beispiel der individuellen Arbeitszeitgestaltung einer Managerin. Durch den rhematischen Beginn befindet sich der Leser

plötzlich mitten in der geschilderten Situation, was als Leseanreiz dient. Außer einer appellativen hat dieser Aufhänger auch eine informative Funktion, weil er ziemlich viel Information enthält.

Zwischenüberschriften

Der Text ist mit Hilfe von fünf Zwischenüberschriften gegliedert:

- *Exoten*
- *Gesellschaftliche Normen*
- *Vorbedingungen*
- *Lebensqualität*
- *Flexibilität*

In vier Fällen sind es unattribuierte Substantive, in einem Fall ein Substantiv mit einem Adjektiv als anteponiertem Attribut. Aus den Zwischentiteln und in ihnen enthaltenen Gliedern der Koreferenzketten ist der Zusammenhang des Textes erschließbar: Es geht hier um die hindernden Umstände (Manager, die Teilzeit arbeiten, gelten als *Exoten (M)*, weil das den *gesellschaftlichen Normen (N)* nicht entspricht) und die notwendigen *Vorbedingungen* für die Einführung von flexiblen Arbeitszeiten (AZ); außerdem wird der Nutzen genannt, den die teilzeitarbeitenden Manager in der Form von Zugewinn an *Lebensqualität (W)(FF)* haben. Die *Flexibilität*, um die es im letzten Teiltex geht, betrifft die Bereitschaft der Manager, sich den Bedürfnissen des Unternehmens anzupassen. Das wird jedoch erst nach dem Lesen des Textteils klar. Die Zwischenüberschriften haben in diesem Text einen relativ hohen Informationswert.

7.1.5.1.6. Teiltex 12 „Jobkiller Überstunden“

Titel

Der Titel von TT 12 *Jobkiller Überstunden* besteht aus einer nominalen Wortgruppe mit einem Substantiv (*Überstunden*) und einem anderen Substantiv (*Jobkiller*) als anteponiertem Attribut. Man kann diese Wortgruppe folgendermaßen paraphrasieren: *Überstunden [sind] Jobkiller*. Hier wird deutlich, dass *Überstunden* Nomination und *Jobkiller* Prädikation ist. Das ist der einzige Titel unter den inhaltskonstituierenden typischen journalistischen Teiltexen, der als Quintessenz des Textes verstanden werden kann (vgl. Agricola 1979, 21). Die wichtigsten Gegenstände des Textes Arbeitsplätze (AP) und Arbeitszeit (AZ) werden bereits im Titel eingeführt. Das zeugt von einer relativ höheren Fachsprachlichkeit des Textes (vgl. Hoffmann 1988, 175) im Vergleich zu den anderen monologischen Teiltexen der Rubrik. Dem journalistischen Stil zollt der stark emotionale Charakter des Wortes *Jobkiller* Tribut.

Vorspann

Der Vorspann des 12. Teiltexes ist ein einfacher erweiterter Satz:

Für die Mehrheit der Bundesbürger ist Dienst nach Vorschrift ein Fremdwort.

Der Vorspann trägt einen wertenden Charakter und sagt nicht viel über den Inhalt des Textes aus. Das ist der einzige Vorspann des Makrotexes, der einen niedrigen Informationswert hat und nicht als Zusammenfassung des Textes verstanden werden kann. Er fungiert als Aufhänger. Das mag daran liegen, dass der Titel die wichtigste Information bereits vermittelt und der Vorspann hier im Sinne des Aufhängers als Leseanreiz dient.

Aufhänger

Der erste Absatz des 12. Teiltexes beginnt mit folgender Einleitung des Themas:

Flexible Arbeitszeiten, so das Ergebnis einer Studie des Instituts zur Erforschung sozialer Chancen (ISO), Köln, sind in Unternehmen und im Öffentlichen Dienst längst nichts Außergewöhnliches mehr.

Diese Einleitung ist wegen des sachlich-informativen Charakters schwer zu Aufhängern zu zählen, weil sie nichts Außergewöhnliches oder Überraschendes enthält, sie ist auch in der Klassifikation der Aufhänger von Gläser (vgl. 1990, 187) schwer unterzubringen. Die Einleitung fasst den Text kurz zusammen und erfüllt auf diese Weise die Funktion, die in anderen Monologtexten des Makrotexes der Vorspann hat. Die Tatsache, dass der Titel im Unterschied zu anderen „journalistischen“ Texten der Rubrik die Funktion einer Zusammenfassung übernimmt, sowie die „Verschiebung“ des Aufhängers in den Vorspann haben zur Folge, dass eine Struktureinheit eingespart worden ist. Das ist ein Zeugnis einer höheren Informationsdichte dieses Teiltexes im Unterschied zu den anderen Monologtexten. Die Struktur des ersten Teiltexes unterscheidet sich auch von denen anderer Teiltexen. In anderen Texten hat der erste Textteil die Funktion einer Einleitung; er beginnt mit einem Aufhänger bzw. besteht nur aus einem Aufhänger und ist höchstens zwei Absätze lang. Im Teiltex 12 besteht der erste Textteil aus fünf Absätzen, wobei im ersten Absatz sachlich und informativ die Ergebnisse der Studie mitgeteilt werden. Auch das ist ein Zeichen der Informationsverdichtung: Es fehlt hier die Auflockerung durch einen Aufhänger, man geht gleich zur Sache über.

Zwischenüberschriften

Die Zwischenüberschriften des Textes lauten:

- *Teilzeitarbeit*
- *Wochenendarbeit*
- *Potentiale*

Sie bestehen jeweils aus einem Substantiv ohne Attribuierung und stellen im Hinblick auf den Inhalt die maximale Kondensation des jeweiligen Teiltexthes dar. Im Unterschied zu den anderen Zwischenüberschriften des Makrotexthes zeichnen sie sich durch Explizitheit und Exaktheit aus. Diesen Anforderungen an einen Fachtext entspricht auch der Textkörper. Für ihn ist eine hohe Informations- und Terminusdichte charakteristisch. Allgemein gesehen entspricht die Wortwahl des Titels und des Vorspanns eher dem journalistischen Stil, die des Textkörpers dagegen dem Fachstil. Die expressiven Elemente im Titel und im Vorspann dienen als Leseanreiz.

7.1.5.2. Inhaltskonstituierende dialogische Teiltexthe

Die Struktur der dialogischen Texte unterscheidet sich von der der monologischen in erster Linie durch den Sprecherwechsel (vgl. Brinker/Sager 2006, 65). Zu „gesprächskonstitutiven Einheiten“ zählen Brinker/Sager den Gesprächsschritt, die Gesprächssequenz und die Gesprächsphase (ebd., 61 ff.). Unter „Gesprächsschritt“ („turn“) wird die Äußerung eines Gesprächspartners verstanden, die er vollzieht, wenn er an der Reihe ist (vgl. ebd., 62). Jeder Gesprächsschritt wird als Reaktion eines Gesprächsteilnehmers auf den unmittelbar vorangegangenen Gesprächsschritt des anderen Teilnehmers bzw. der anderen Teilnehmer interpretiert (ebd., 77). Die einzelnen Gesprächsschritte sind thematisch und grammatisch miteinander verknüpft, wodurch die Gesprächskohärenz entsteht (ebd., 77 ff.). Wie in monologischen Texten dient in Dialogen die Wiederaufnahme als ein wichtiges Kohärenzmittel. Zwei Gesprächsschritte bilden eine funktional-kommunikative Einheit „Gesprächssequenz“, wenn sie ein konventionalisiertes bzw. ritualisiertes Gesprächsschrittpaar wie Frage-Antwort oder Vorwurf-Entschuldigung darstellen (vgl. ebd., 86 f.). Die Einheit „Gesprächsphase“ bezieht sich auf das ganze Gespräch; Gespräche enthalten i. d. R. eine Eröffnungs-, eine Kern- und eine Beendigungsphase (vgl. ebd., 99).

Die dialogischen Teiltexthe TT6 und TT9 des Makrotexthes „Arbeitszeitmodelle“ haben die gleiche Makrostruktur: Die einzelnen Elemente sind der Titel, der Vorspann und die Frage-Antwort-Gesprächssequenzen. Die Gesprächssequenzen bestehen jeweils aus zwei Gesprächsschritten und werden der Einheitlichkeit halber wie bei monologischen Texten „Textteile“ genannt. Der Reporter eröffnet und beendet in beiden Interviews das Gespräch, er stellt Fragen und führt neue Teilthemen ein. Der Wechsel der Teilthemen erfolgt i. d. R. in der Fragereplik. Nur in der zweiten Frage-Antwort-Sequenz des Interviews TT6 führt die Interviewte ein neues Teilthema ein: Die Arbeitszeit-Expertin gibt eine Information weiter, nach der der Reporter sie nicht gefragt hat. Darin äußert sich die spezielle Funktion der Interviewten als Expertin für das zu behandelnde Thema.

7.1.5.2.1. Teilttext 6 „Innovative Unternehmen gesucht“

Titel

Der Titel des ersten Interviews (TT6) lautet: *Innovative Unternehmen gesucht*. Syntaktisch stellt er einen Kurzsatz mit getilgtem finitem Verb dar: *Innovative Unternehmen [werden] gesucht*. Im Hinblick auf den Informationsgehalt ist dieser Titel unterdeterminiert und wirkt durch seine Verschlüsselung als Leseanreiz. Der stark wertende Adjektiv *innovativ* suggeriert, dass Unternehmen, die flexible Arbeitszeiten einführen, positiv zu bewerten sind. Dass es sich um die Einführung von flexiblen Arbeitszeiten handelt, ist sowohl aus dem Hyperthema des Makrotextes als auch aus dem Vorspann zum Interview zu erschließen.

Vorspann

Der Vorspann des 6. Teiltexes lautet:

Ein Interview mit Angela Fauth-Herkner, Inhaberin der Münchner Beratungsfirma „Neue Wege für die Arbeitswelt“, über das Modellvorhaben „Mobilzeit“

Der Vorspann stellt die so genannte Autorenrede dar und dient als metakommunikative Einleitung des Gesprächs. Er informiert über den Gesprächspartner des Journalisten und über das Thema des Interviews. Der Teilttext enthält 6 Frage-Antwort-Gesprächssequenzen und lässt sich in 6 Textteile mit jeweils 2 Absätzen unterteilen. Das Teilthema des jeweiligen Textteils ist in der Frage des Journalisten formuliert. In der ersten Frage geht es um den neuen Begriff „Mobilzeit“, der im Teilttext 5 „Mobil in die Zukunft!“ behandelt wurde. Auf diese Weise wird Anschluss an den vorhergehenden Teilttext geschaffen, was im Rahmen des Makrotextes kohärenzstiftend wirkt.

Das Thema Förderung (F) ist in diesem Teilttext eng mit dem Thema Beratung (B) verbunden. Die logische Struktur des Gesprächs lässt sich folgendermaßen darstellen: Begriffsbestimmung – bisherige Resonanz auf die Kampagne (Rückblick) [und Information über die Anmeldung]⁷⁵ – Inhalt der Kampagne – Prognose für die Zukunft (Ausblick) – eingeplante Maßnahmen. Dieser Text dient sowohl als Werbung für die Aktion der Bundesregierung als auch für die Beratungsfirma der Expertin.

7.1.5.2.2. Teilttext 9 „Wachsendes Interesse“

Titel

Der Titel von TT9 *Wachsendes Interesse* ist eine Nominalgruppe aus Substantiv mit Partizip I als Attribut. Er ist stark unterdeterminiert und lässt viele Fragen

⁷⁵ In Klammern [...] steht die nichtaufgeforderte Information.

offen: wessen Interesse und wofür? Seine Unterdeterminiertheit äußert sich auch darin, dass er keines der Glieder der wichtigen Koreferenzketten enthält.

Vorspann

Der Vorspann des 9. Teiltexes ist dagegen sachlich-informativ:

Ein Interview mit Dr. Andreas Hoff, Mitinhaber der Berliner Arbeitszeitberatung Dr. Hoff, Weidinger und Partner, über flexible Arbeitszeiten .

Der Leser wird im Vorspann über den interviewten Experten und das Thema des Gesprächs informiert. Das Interview besteht aus 5 Frage-Antwort-Gesprächssequenzen. Seine logische Struktur lässt sich folgendermaßen darstellen: Beispiel der Einführung von flexiblen Arbeitszeiten in der eigenen Firma des Experten – Beispiele anderer Unternehmen – Rückblick auf die Entwicklung der Idee der flexiblen Arbeitszeiten – Erhaltung alter und Schaffung neuer Arbeitsplätze als Argument für flexible Arbeitszeiten – Prognose für die Zukunft (Ausblick). Durch seine argumentative Themenentfaltung wirkt das Interview appellativ.

7.1.5.3. Inhaltsunterstützende Teiltexpte

Die inhaltsunterstützenden Teiltexpte TT2 „Arbeitszeit-Modelle“ (Textsorte Lexikon), TT3 „Literaturverzeichnis“ (Textsorte Literaturverzeichnis), TT4 „Arbeitszeiten auf absteigendem Ast“ (Textsorte Chronologie) und TT10 „Arbeitszeitberater in der Bundesrepublik“ (Textsorte Adressverzeichnis) unterscheiden sich in der Struktur und Funktion von den inhaltskonstituierenden monologischen und dialogischen Teiltexpten des Makrotexptes. Die Struktur der Teiltexpte TT2 und TT4 ist ähnlich: Beide sind nach dem Prinzip einer Definition oder Explikation gestaltet. Als Gliederungsmerkmal auf der Absatzebene dient im Lexikon ein Begriff, der erläutert wird. In der Chronologie erfüllen die Jahreszahlen am Anfang jedes Absatzes die Aufgabe der inhaltlichen und formalen Gliederung. Nach der Jahreszahl, die durch Fettdruck hervorgehoben ist, kommt die Darlegung der themenrelevanten Ereignisse dieses Jahres. In TT2 sind die Zwischentitel als elliptische Varianten des Titels formuliert:

Arbeitszeit-Modelle (Titel)

- 1. ... zur Steigerung der Produktivität (Zwischentitel)*
- 2. ... mit Zeitsouveränität der Mitarbeiter (Zwischentitel)*

Die Struktur von Verzeichnissen TT3 und TT10 ist auch ähnlich: Sie bestehen aus einer Aufzählung ohne syntaktische Kohärenz zwischen den Einträgen. Jeder Eintrag in das Verzeichnis beginnt in einer neuen Zeile. Nach den Standards der Textualität gehören sie nach Gläser zu kohäsionslosen Quasi-Texten. Zu Quasi-Textsorten zählt Gläser Inventarlisten, Vorlesungsverzeichnisse,

Zeugnisse, Warenkataloge, Lieferscheine u. a. (vgl. 1990, 50, 241). Der Textzusammenhang entsteht durch pragmatische und semantische Kohärenz, d. h. durch das einheitliche außersprachliche Objekt (Bücher über die Arbeitszeitregelung bzw. Adressen der Beraterfirmen) und seine lexikalische Realisierung in Form des Textes (vgl. Hoffmann 1988, 170 ff.). Die syntaktische Kohärenz fehlt in Verzeichnissen vollständig – anaphorische und kataphorische Verbindung zwischen den Einträgen fehlt, kein Satzglied weist über die Grenzen des Eintrags hinaus. Die untersuchten Verzeichnisse bestehen ausschließlich aus autosemantischen Elementen, was ein Zeichen für Informationsverdichtung und Standardisierung ist (vgl. Hoffmann 1988, 173).

Zusammenfassend lässt sich für den Makrotext insgesamt ein Wechsel von Verdichtung und Auflockerung, vom Emotionalen und Sachlich-Neutralen als Merkmal einer popularisierenden Darstellung von wissenschaftlichen Inhalten feststellen⁷⁶. Innerhalb des Makrotexes wechseln sich Teiltexthe mit einer größeren Informationsdichte und Merkmalen einer stärkeren Standardisierung (Teiltexthe 2, 3, 4, 10) mit typischen journalistischen Texten ab, die Merkmale der Auflockerung aufweisen. Innerhalb der Teiltexthe erfolgt ebenfalls ein Wechsel von Verdichtung und Auflockerung: Auf informationsarme Titel folgen informationsverdichtende Vorspanne, die ihrerseits wieder von auflockernden Aufhängern abgewechselt werden. Die Zwischentitel dienen in den meisten Texten als Rezeptionsanreiz und nicht als sachliche Konzentration des Inhalts. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Elemente der formalen Makrostruktur auf der Ebene der Zeitschrift, des Makrotexes und seiner Teiltexthe sowohl die appellative, als auch die informative Funktion haben. Die Entscheidung darüber, welche der beiden Funktionen im Vordergrund steht, fällt schwer, weil es keine zuverlässige Methode gibt, die es erlauben würde, die Ausprägung der Funktion zu messen.

7.2. Sprachliche Indikatoren der Textfunktion

7.2.1. Funktion des Makrotexes der Rubrik

Die Gesamtfunktion des Makrotexes „Arbeitszeitmodelle“ lässt sich als informativ-appellativ bestimmen, was durch die folgende Analyse der sprachlichen Mittel nachgewiesen werden soll.

Die Informationsfunktion des Makrotexes äußert sich darin, dass die Autoren der Artikel dem Leser Kenntnisse über folgende Sachverhalte vermitteln wollen:

- existierende Regelungen der Arbeitszeit,
- Möglichkeiten der flexiblen Arbeitszeitregelungen,
- Vorteile und Nachteile einzelner Arbeitszeitmodelle,
- konkrete Lösungen in konkreten Unternehmen,

⁷⁶ Vgl. dazu insbesondere das Unterkapitel 4.2.5.1.

- Fördermaßnahmen der Bundesregierung, die die Einführung von flexiblen Arbeitszeiten unterstützen,
- Möglichkeiten flexibler Arbeitszeitregelungen für Manager,
- Ergebnisse der Arbeitsmarktstudien usw.

Die Textsorte „Bericht“, die im Makrotext stark vertreten ist, zählt Brinker (2005, 114) zu den Textsorten mit informativer Textfunktion. Die Informationsfunktion kann sich mit thematischen Einstellungen verbinden, durch die der Emittent den Sicherheitsgrad seines Wissens oder seine Wertung des Dargestellten ausdrückt (ebd., 115 f.). Ob eine wertende Aussage die kommunikative Absicht hat, den Rezipienten lediglich über die Meinung des Emittenten zu informieren, oder auch noch einen Appell darstellt, „ergibt sich aus dem Kontext bzw. der Textsorte, der der entsprechende Text angehört“ (ebd., 116). Texte mit Appellfunktion können sowohl Meinungs- als auch Verhaltensbeeinflussung anstreben (vgl. ebd., 117). Bei der Appellfunktion unterscheidet Brinker zwischen der expliziten Aufforderung zur Handlung und der Anleitung zur Handlung, der Instruktion. Die Instruktion vermittelt Kenntnisse und erweitert die Handlungskompetenz des Rezipienten, während die explizite Aufforderung das Interesse des Emittenten an der Handlung ausdrückt (ebd., 119 f.). Die Appellfunktion äußert sich im Makrotext darin⁷⁷, dass

- zur Einführung von flexiblen Arbeitszeiten direkt aufgerufen wird,
- das Vorhandensein eines gesellschaftlichen Konsens über die Notwendigkeit der flexiblen Arbeitszeiten betont (suggeriert?) wird,
- die Nützlichkeit der Einführung von flexiblen Arbeitszeiten für die deutsche Wirtschaft insgesamt und für alle an den wirtschaftlichen Prozessen Beteiligten betont und begründet wird,
- die Unzulänglichkeit der bereits existierenden Arbeitszeitmodelle betont wird,
- Gegenargumente entschieden widerlegt werden,
- für die in Zusammenhang mit flexiblen Arbeitszeiten entstehenden Probleme Lösungen angeboten werden,
- Literatur zum Thema „flexible Arbeitszeiten“ empfohlen wird,
- im Adressverzeichnis Firmen empfohlen werden, die Beratung zu flexiblen Arbeitszeiten durchführen,
- Werbung für Berater-Firmen gemacht wird,
- Unternehmen, die flexible Arbeitszeiten bereits eingeführt haben, positiv dargestellt werden,
- diejenigen Unternehmer, die den flexiblen Arbeitszeiten gegenüber skeptisch gestimmt sind, negativ dargestellt werden,
- direkte oder indirekte Instruktionen über die Anmeldung zur Förderung und über die konkrete Organisation der Umstellung auf flexible Arbeitszeiten gegeben werden.

⁷⁷ Im Kapitel 10 wird gezeigt, wie die Bilder mit ihren verbalen Anteilen im Dienste der appellativen Funktion stehen.

Dass journalistische Texte Informationsfunktion haben, ist eine unumstrittene Tatsache. Während der linguistischen Analyse des Makrotexes wurde jedoch festgestellt, dass der analysierte Makrotext neben der Informationsfunktion auch eine recht stark ausgeprägte Appellfunktion hat. Wie sich diese Funktion im Einzelnen in jedem Text sprachlich realisiert, soll im Folgenden gezeigt werden. Aus Platzgründen ist es leider nicht möglich, jeden sprachlichen Beleg zu kommentieren.⁷⁸

7.2.2. Sprachliche Indikatoren der Appellfunktion

7.2.2.1. Vorhandensein eines gesellschaftlichen Konsens

An einigen Stellen im Text wird das Vorhandensein eines gesellschaftlichen Konsens über die Notwendigkeit der Einführung von flexiblen Arbeitszeiten betont bzw. suggeriert. Meine Annahme, dass das Vorhandensein eines gesellschaftlichen Konsens in dieser Frage lediglich suggeriert wird, stützt sich auf die Tatsache, dass diese Notwendigkeit einerseits als unumstrittene Tatsache, als gesellschaftliche Norm dargestellt wird, andererseits wird sie im Makrotext ausführlich begründet. Worüber in der Gesellschaft Einigkeit herrscht, muss nicht so aufwendig begründet werden. Sprachliche Belege der Appellfunktion:

TT1

*Über das Ziel **sind sich alle einig**:*

*Sogar der Deutsche Gewerkschaftsbund – **jahrelang hartnäckiger Gegner elastischer Zeitmodelle – hat seine Liebe zur Flexibilität entdeckt.***

*darin **sind sich plötzlich Tarifpartner wie Politiker einig***

*... **der großen Einigkeit***

TT9

Es ist auch nicht so, dass Flexibilisierung einen schlechten Ruf hätte als Arbeitsform.

7.2.2.2. Direkte Aufforderung zur Handlung

Die entsprechende Handlung wird als notwendig dargestellt. Eine Paraphrase dazu wäre: „*Das muss gemacht werden!*“

TT1

Titel: *Geht die Stechuhr bald in Pension?* Titel in Form eines Fragesatzes haben einen hohen Appellcharakter (vgl. Dietz 1998, 621).

⁷⁸ In den Belegen sind durch Fettdruck diejenigen sprachlichen Mittel hervorgehoben, die die Appellfunktion besonders deutlich demonstrieren.

Vorspann: ...**muss die Arbeitszeit flexibilisiert werden.**

... so **fordert** der Bundeswirtschaftsminister, **müssten** die Menschen selbst entscheiden, ob sie 20 oder 60 Stunden arbeiten wollen.

Argumente [für flexible Arbeitszeiten], **die grundsätzlich nicht von der Hand zu weisen sind.**

...sei jedoch nicht nur **viel Überzeugungsarbeit** [für flexible Arbeitszeiten] ... **notwendig.**

Zeit also, der großen Einigkeit nun auch Taten folgen zu lassen.

TT5

Titel: **Mobil in die Zukunft!**

Vorspann: **will** der Bund rund 100 Betriebe, die flexible Arbeitszeiten einführen, **fördern.**

...die flexible Arbeitszeiten in den Fabriken und Büros **populär machen wollen**

Blüm erklärt in einem Leitfaden ...

Denn alle, die eine Familie haben oder sich eine Familie wünschen, **müssen die Anforderungen** von Familie und Arbeitswelt **in Einklang bringen.**

In dem **Bestreben**, der Flexibilität endlich **zum großen Durchbruch zu verhelfen...**

...flexible Arbeitsformen **selbstverständlich werden ...**

Was nun gebraucht werde, sei ein besseres Klima für Technik, Forschung und Entwicklung sowie für weiteres Wachstum. Deutschland könne nur als High-Tech-Land im Wettbewerb um Märkte und Arbeit bestehen. Hinzu **müsse eine weitere Flexibilisierung bei den Arbeitszeiten** und eine ständige Qualifizierung der Beschäftigten **kommen.**

...mit der **Aufforderung**, die Unternehmer **sollten mehr Mut zeigen**, neue Wege zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit zu beschreiten ...

Gerade der Nürnberger Bundesanstalt für Arbeit **muss nachhaltig daran gelegen sein**, dass die Zahl der Flexiblen im Lande steigt.

TT6

Eine Zielsetzung der „Mobilzeit-Kampagne ist, dass der negativ belegte Begriff „Teilzeitarbeit“ neu dargestellt wird ...

Wichtig ist, dass flexible Arbeitszeiten konkret umgesetzt werden ... dann haben wir dieses Ziel erreicht.

TT7

... **will** der Unternehmer andere Mittelständler von seinem Modell **überzeugen**

... **die Ohren langziehen**, ...würde **Didymus Hasenkopf** gerne auch manchem Arbeitsmarktphilosophen ...

Jetzt **will ... auch andere Mittelständler von seinem Modell überzeugen.**

TT11

Titel: **Immenser Nachholbedarf** in den Führungsetagen

*Um flexible Arbeitszeiten **gesellschaftlich akzeptabel zu machen, müssen Führungskräfte von diesem Angebot Gebrauch machen.***

*Auch dies **ist eindeutig ein Argument für reduzierte Arbeitszeiten gerade auf höher qualifizierten Positionen.***

TT12

*Angesichts der anhaltenden Massenarbeitslosigkeit sei der rasante Anstieg der geleisteten Überstunden **unerträglich. Es müsse endlich eine ernsthafte Diskussion über eine bessere Verteilung der Arbeit geführt werden.***

7.2.2.3. Information über eine „appellative“ Handlung

Diese Indikatoren sind eher zu indirekten Äußerungen der Appellation zu rechnen. In den Analysetexten wird der Leser über die Werbekampagne „Mobilzeit“ der Regierung informiert. Im Kontext des Makrotextes bekommt diese Information einen appellativen Charakter, weil sie das Ziel verfolgt, die Einstellungen der Unternehmer zu flexiblen Arbeitszeiten zu beeinflussen: Durch die staatliche Unterstützung wird die Umorganisation der Arbeitszeitregelung in Betrieben erleichtert.

TT5

Die beiden Bundesministerien und die Fachbehörde rühren kräftig die Werbetrommel. Anzeigen werden geschaltet, Broschüren und Info-Mappen, die Arbeitgeber über betriebswirtschaftliche, organisatorische oder auch steuerrechtliche Aspekte von flexiblen Arbeitszeiten aufklären, kostenlos abgegeben. Auch ein „Mobilzeit“-Telefon für Wissbegierige ist eingerichtet worden.

TT11

... die mit ihren laufenden Teilzeitinitiativen ausdrücklich auch das Management ansprechen...

7.2.2.4. Eindeutige „Ermunterung“ zur Handlung

Mit diesen sprachlichen Mitteln wird die Überzeugung ausgedrückt, dass die Handlung möglich und erfolgreich ist. Eine Paraphrase dazu wäre: „Das funktioniert bestimmt, das ist zu schaffen!“

TT1

Dass dies funktioniert, dafür gibt es durchaus schon Beispiele ...

Dass ein flexibles Schichtsystem ein Weg zu mehr Beschäftigung sein kann, zeigt auch die Bayer AG in Leverkusen.

Dabei gibt es durchaus auch **Möglichkeiten**, flexible Arbeitszeitmodelle so zu **konzipieren**, dass sowohl Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer **davon profitieren**.

Arbeitsinhalte und -Zeiten **lassen sich geschickt aufeinander abstimmen**.

Konstruktionen **lassen sich entwickeln**, die der Belegschaft größtmögliche Freiräume verschaffen.

Denkbar ist zum Beispiel die Einrichtung von Arbeitsgruppen ...

... **machte seitdem nach eigenen Angaben nur gute Erfahrungen** ...

Anfänglich durchaus vorhandene **Bedenken**, die Entscheidungsfreiheit der Mitarbeiter könnte mit Betriebsinteressen kollidieren, **haben sich** bei Beck als genauso **unbegründet erwiesen** wie in allen anderen Unternehmen, die im Laufe der letzten Jahre ähnliche Modelle entwickelt haben.

Es gebe zwar ein paar schwarze Schafe, die würden aber von ihren eigenen **Kollegen erkannt und gemaßregelt**.

TT 5

Mit neuen Arbeitszeit-Modellen, so der Arbeitsamtspräsident **zuversichtlich**, „**können Entlassungen vermieden oder zumindest hinausgeschoben werden**, **Mobilzeit kann aber auch zu zusätzlichen Dauerarbeitsplätzen führen**.“

TT6

Die Information über die Förderung, die dieser Text enthält, ist indirekt ebenfalls als „Ermunterung“ zur Handlung zu betrachten.

TT7

... **beweist Didymus Hasenkopf seit über zehn Jahren**, dass **flexible Arbeitszeiten nur Vorteile haben**.

Seit fast 15 Jahren entscheiden Hasenkopfs Mitarbeiter nicht nur selbst, wie viele Stunden pro Woche, sondern auch, wann sie arbeiten wollen. **Und das mit Erfolg** ...

Seine Behauptung: „Flexible Arbeitszeiten **lassen sich** – mit geringfügigen Abwandlungen und individuellen Anpassungen – **in jedem Betrieb umsetzen**.“

Die Grundidee ist **denkbar einfach**.

Didymus Hasenkopf **weiß auch warum**.

Hasenkopf **beruft sich auf die eigene Erfahrung**, wenn er sagt ...

Und über den **typischen Unternehmer-Einwand**, wenn es den Leuten freigestellt sei, wann sie arbeiten, dann käme keiner mehr, **kann er nur lachen**: „**Die Leute entwickeln Verantwortung** – wenn sie gebraucht werden, sind sie da.“

TT 8

Auf diese Weise **will** das Trio „Projektgruppen, Personalabteilungen, Betriebsräten oder Einzelpersonen, die im Unternehmen mit der Einführung neuer Arbeitszeitmodelle betraut sind, **Hilfestellung zur erfolgreichen Implementierung**“ geben.

TT9

... weitere gelungene Beispiele flexibler Arbeitszeiten ...

TT11

*Dabei **tut** die Umstellung nicht nur den Managern, sondern auch den Mitarbeitern **gut***

führt seit gut einem Jahr vor, dass quantitativ verkürzte Führungsarbeit keineswegs qualitative Nachteile mit sich bringen muss.

*... erledigt sie ihre Führungsaufgaben nun an nur vier Tagen der Woche – **und das durchaus erfolgreich.***

*Eine Aufgabenumverteilung, so Hortig, die „nach einer gewissen Einarbeitungszeit“ **heute „super“ funktioniert.***

*„Was wir **noch brauchen**“, so ihre Einschätzung, „sind **Vorzeigemänner.**“*

*Einer, auf den diese Bezeichnung zutrifft, ist Konrad Ess ... **Er beweist: es geht doch.***

*Inzwischen allerdings **sind auch die letzten Zweifler überzeugt.***

Probleme** mit ihrer eingeschränkten Anwesenheit **haben beide nicht ...

Ich bin überzeugt davon, dass sehr viele Führungskräfte ihre Anwesenheit problemlos verringern könnten.

*... dass ihr Modell nur deswegen **so reibungslos klappt ...***

*Wobei allerdings **keiner** der befragten Führungskräfte **Missgunst oder gar kontraproduktives Verhalten bei seinen Mitarbeitern bemerkt hat. Im Gegenteil: Das klappt jetzt prima und tut allen gut.***

*... hat ihre Wochenarbeitszeit auf 31 Stunden reduziert und **sieht mittlerweile nur noch Vorteile in diesem Arrangement.***

Probleme haben die Teilzeit-Vorgesetzten – wenn überhaupt – zumeist nur am Anfang.

*Beide **betonen** jedoch, dass sich die **Unstimmigkeiten recht schnell hätten beseitigen lassen.***

Am Anfang, berichtet Ess, sei es ihm dann schwergefallen, die zusätzlich investierte Zeit wieder auszugleichen. Inzwischen jedoch hat er dazugelernt.

7.2.2.5. Anweisung zur Handlung, Instruktion

Eine mögliche Paraphrase wäre: „Machen Sie das so!“

TT5

*„Interessierte Unternehmen **können sich** für die geförderte Umsetzungsberatung **bei uns bewerben**“, erläutert Angela Fauth-Herkner.*

TT6

*Das Modellvorhaben, bei dem ein großer Teil der Beratungskosten übernommen wird, sieht **eine unbürokratische Abwicklung vor: Die Bewerbung erfolgt direkt bei uns...***

Sie müssen von Anfang an einbezogen werden.

Eigenleistung ist uns wichtig, denn sie bedeutet auch, dass die Unternehmen sich intensiv mit der neuen Arbeitszeit oder dem Arbeitszeit-Management auseinandersetzen.

TT7

... hat da ganz andere Vorstellungen, wie sich die Lage auf dem Arbeitsmarkt entspannen und die Kosten für die Arbeitgeber reduzieren ließen.

Sein Erfolgsrezept: erhöhte Motivation und damit verbunden erhöhte Produktivität der Arbeitnehmer ... Die, so der Unternehmer, erreiche man am besten durch einen offeneren, sprich flexibleren Umgang miteinander.

... durch eine flächendeckende Einführung seines Arbeitszeitmodells.

TT8

Bei der Entwicklung dieser Regeln legen wir allergrößten Wert darauf, dass die Mitarbeiter daran beteiligt werden. Sie sollen die Regeln ja nachher mit Leben füllen.

Aber auch hier **gilt der grundsätzliche Rat: Kunden sollten sich dadurch absichern**, indem sie sich Referenzen zeigen lassen.

TT11

Damit reduzierte Arbeitszeiten für Führungskräfte funktionieren, **müssen einige Vorbedingungen erfüllt sein**. Wer als Teilzeitchef oder -chefin nicht auflaufen will, **braucht nicht nur verständnisvolle, sondern sogar unterstützende Vorgesetzte**.

Ebenso wichtig wie Rückendeckung von oben sind wohlgesonnene und flexible Kollegen.

7.2.2.6. Positive Bewertung der flexiblen Arbeitszeitmodelle

Die neuen Arbeitszeitmodelle und ihre Befürworter werden positiv dargestellt, was im Kontext des Makrotextes eine Meinungsbeeinflussung der Rezipienten anstrebt und deshalb als Ausdruck der Appellfunktion zu bewerten ist.

TT1

... kann nicht nur der in einigen Bereichen notwendige Personalabbau sozial-verträglicher gestaltet werden.

Es könnten auch neue Arbeitsplätze geschaffen werden – und das nicht zu knapp.

... innovative Arbeitszeitmodelle ...

... die persönliche Freiheit ...

... ein neuesten arbeitswissenschaftlichen Erkenntnissen entsprechendes Fünf-Schicht-Modell ...

... nicht nur zu **mehr Flexibilität**, sondern **reduzierte auch die gesundheitlichen Belastungen** der Arbeitnehmer und **erhöhte** außerdem **den Personalbedarf**.

Zu den **Vordenkern** auf diesem Gebiet ...

... Kunden-Mitarbeiter-Beziehung **verbessern** ...

Berücksichtigt werden sowohl **betriebswirtschaftliche Komponenten** ... wie auch **persönliche Interessen**.

... betont sogar, dass gerade die nicht vorhandene Kontrolle **die Motivation der Mitarbeiter** noch **erhöhe**.

... ein **mitarbeiterorientierter Führungsstil** ...

TT5

Bei der Diskussion um die Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft weist der oberste Arbeitsverwalter der „Mobilzeit“ eine **gewichtige Rolle** zu.

TT6

Innovative Unternehmen gesucht

m&s: Wie ist **die bisherige Resonanz** auf die Kampagne?

FAUTH-HERKNER: **Bei uns sehr gut**.

Das konkrete Ziel, „Mobilzeit“ in **hundert Firmen einzuführen**, wird unseres **Erachtens erreicht**. Und durch eine **gute Resonanz** bei Veranstaltungen im Rahmen des „Mobilzeit“-Modellvorhabens **erhoffen wir mittels Multiplikatoren**, sozusagen **nach einem Schneeballsystem**, weitere Betriebe zu gewinnen.

TT7

Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft

... von seinem Modell überzeugen, das 1987 von der Jury des Deutschen Handwerkerpreises als **„besonders qualifiziert“** eingestuft wurde.

Das Beste jedoch ...

... wartet der **Arbeitszeit-Pionier** mit Zahlen auf, die sich sehen lassen können ...

Noch **günstiger** fällt eine andere Rechnung aus: **Die Belastung des Unternehmens durch Fehlzeiten** der Arbeitnehmer **sinkt**.

Auch gesamtwirtschaftlich, so rechnet der überzeugte **Flexibilisierer** vor, **lohne sich sein Modell**.

Das Hasenkopf-Modell, so der **Initiator und Verfechter**, **spart nicht nur Kosten** für die Unternehmer, sondern kann auch **zusätzlich Arbeitsplätze schaffen** – und das **nicht zu knapp**: bei **optimistischer Rechnung** ganze zwei Millionen; Hasenkopf hält **1,5 Millionen für realistisch**.

Bei **solchen Zahlen** erscheint es **nicht verwunderlich**...

TT8

Unterstützer für Unternehmen

... die bei der Umsetzung **behilflich sind**.

... außerdem **haben „ein paar tausend Teilnehmer“** bei Seminaren vom Fachwissen seiner Mitarbeiter **profitiert**.

Was nicht heißen soll, dass die Firma nicht schon **mit den Großen der Wirtschaft gearbeitet** hätte: VW, Daimler-Benz, Dasa.

Obwohl **angesichts der Aktualität des Themas** immer mehr Berater auf den Markt vorstoßen, sind – anders als etwa bei den Bewerbungs- und Karriereberatern – **schwarze Schafe bislang offenbar nicht in Erscheinung getreten.**

Angela Fauth-Herkner aus Pullach **hätte** in einem solchen Fall **überhaupt keine Probleme, hat sie doch eine Referenz vorzuweisen, die als gleichsam unschlagbar gelten darf.** Fauth-Herkner **hat die Pionierzeit** der flexiblen Arbeitszeitgestaltung in der Bundesrepublik **miterlebt**: Zwölf Jahre lang war sie beim Münchner Textilhaus Ludwig Beck am Rathauseck beschäftigt, das 1978 **als erstes Unternehmen** seinen Mitarbeitern ein flexibles Arbeitszeitsystem **ermöglichte.**

Ambitioniertestes Projekt im Bereich der Arbeitszeitberatung ist für Fauth-Herkner momentan **die Mitarbeit an der „Mobilzeit“-Aktion der Bundesregierung.**

TT9

Wachsendes Interesse

... in einer der **bekanntesten** Arbeitszeitberatung ...

Wir haben einen **völlig freien** Zugang zur Teilzeitarbeit.

... weitere **gelungene** Beispiele flexibler Arbeitszeiten

Zwei Beispiele möchte ich **hervorheben** ...

Besonders aufgefallen ist mir in den letzten Monaten zweitens das Modell „Vertrauensgleitzeit“ der Siemens AG ...

TT11

Was wir noch brauchen", so ihre Einschätzung, „sind **Vorzeigemänner.**“

Einer, auf den diese Bezeichnung zutrifft, ist Konrad Ess ... Als „**erster Mann auf dieser Ebene**“ ...

... hat ihre Wochenarbeitszeit auf 31 Stunden reduziert und **sieht mittlerweile nur noch Vorteile in diesem Arrangement.** Zum einen für ihre 45 Mitarbeiter: „Deren **Kompetenz und Selbständigkeit ist eindeutig gewachsen.**“ Zum anderen für sich selbst: „**Ich arbeite jetzt effizienter.**“ ... Eine Einschätzung, die fast alle Führungskräfte teilen, **die den Schritt in die Teilzeit gewagt haben** ...

„... jetzt bin ich einfach **konzentrierter.**“ Nicht wenige Fachleute behaupten sogar, dass Teilzeit gerade bei Führungskräften für Unternehmen **zum lohnenden Geschäft** wird: 70- bis 80-Prozent-Manager **delegieren mehr, organisieren sich besser, arbeiten effizienter und schaffen so oftmals das gleiche Pensum wie Vollzeitkräfte – und das bei deutlich geringerem Einkommen.**

Der erfolgsabhängige Teil wurde **nicht weniger.**

Friederike und Andreas Kirner beispielsweise **verzichten gerne** auf die 40000 Mark im Jahr...

Auch Banker Hiller betont: „**Das Mehr an Lebensqualität wiegt den Einkommensverlust dicke auf.**“

TT12

Sehr viel populärer ist die Gleitzeitarbeit.

7.2.2.7. Negative Bewertung der herkömmlichen Arbeitszeitmodelle

Hier werden konventionelle Arbeitszeitregelungen sowie die Gegner der flexiblen Arbeitszeitmodelle negativ dargestellt.

TT1

*Und Teilzeitstellen **dienen letztlich nur** der kostengünstigen Verringerung von Produktivitätsspitzen oder – **schlimmer noch** – dem **Abbau von Vollzeitstellen**. [Über die älteren Modelle der Arbeitszeitregelung].*

*Bislang, so Schätzungen, haben etwa fünf Prozent aller deutschen Unternehmen mehr oder weniger flexible Arbeitszeiten eingeführt. **Eindeutig zu wenig**.*

TT5

Und wer will schon nur einen Teil und nicht die ganze Arbeit leisten? (Kritik des alten Teilzeit-Modells).

TT7

Die meisten sind ihm einfach zu unflexibel, und das nicht nur in punkto Arbeitszeit, sondern in ihren Einstellungen überhaupt.

*Nicht Maschinenlaufzeiten dienen also als Grundlage, sondern die persönlichen Bedürfnisse der Arbeitnehmer – **eine Vorgabe, die bei manchem Unternehmer zu Schweißausbrüchen führen dürfte.***

*Und über den **typischen Unternehmer-Einwand**, wenn es den Leuten freigestellt sei, wann sie arbeiten, dann käme keiner mehr, kann er nur lachen: „Die Leute entwickeln Verantwortung – wenn sie gebraucht werden, sind sie da.“*

***Im Vergleich zu früher, so der Unternehmer, habe er eine Kostenersparnis ... Genaugenommen wird der Staat – und mit ihm die Allgemeinheit – somit zweimal betrogen** [Über die Überstunden].*

TT9

*m&s: ... „Die Idee der flexiblen Arbeitszeitgestaltung wird mit ihrer **schlechten Realität diskreditiert**.“ Haben Sie heute, ein Dutzend Jahre später, **eine geänderte Meinung?***

*HOFF: **Auf jeden Fall.***

TT11

Hürden und Hemmschwellen sind hier besonders hoch.

*Teilzeitführungskraft – etwas, was es nach Auffassung vieler Manager-Kollegen **eigentlich gar nicht geben dürfte**. Denn die **missverstehen bis heute ständige Präsenz und Wochenarbeitsstunden von 70 und mehr als Pflichtbewusstsein** –*

und können sich erst recht nicht vorstellen, dass sich Personalverantwortung mit kürzeren Arbeitszeiten verträgt.

Exoten (= Manager, die Teilzeit arbeiten).

Manager, die weniger als „Vollzeit“ arbeiten, gelten in Deutschland bestenfalls als Exoten... schlimmer noch – als unloyal oder gar unfähig.

„Je höher eine Kraft angesiedelt ist, um so mehr Anwesenheit ist erforderlich.“

Dass dies jedoch offenbar eine Fehleinschätzung ist beweist nicht nur Christel Kaufmann-Hocker ...

Trotz dieser positiven Beispiele ...

... stoßen mit ihren Angeboten auf wenig Resonanz in der Top-Etage.

Als leuchtendes Beispiel vorangehen will kaum jemand.

... „doch an uns werden nur ganz wenige Wünsche herangetragen“.

... ist überzeugt: „Eine Massenerscheinung wird das nicht.“ Das befürchtet auch Kaufmann-Hocker. Die Bankerin macht vor allem die noch immer geltenden gesellschaftlichen Normen für die mangelnde Resonanz verantwortlich.

„Was wir noch brauchen“, so ihre Einschätzung, „sind Vorzeigemänner“.

TT12

Titel: Jobkiller Überstunden

Bedenklich: Immer mehr Arbeitnehmer leisten immer mehr Überstunden – und tragen damit beträchtlich zur hohen Arbeitslosigkeit bei.

Ein Anstieg von 800000 auf 1,4 Millionen in zwei Jahren – das ist nicht mehr akzeptabel.“ Angesichts der anhaltenden Massenarbeitslosigkeit sei der rasante Anstieg der geleisteten Überstunden unerträglich.

Nachdenklich stimmt das Votum der Überstundenbeschäftigten.

Der starke Anstieg der Überstunden sei möglicherweise ein Grund dafür, dass trotz des Wirtschaftswachstums ein Zuwachs an Arbeitsplätzen ausgeblieben sei.

An dieser Stelle soll vorausgreifend bemerkt werden, dass die Art der Themenentfaltung, die im Kapitel 8 behandelt wird, eng mit der Funktion zusammenhängt. In den Belegen für die Appellfunktion kommen sprachliche Mittel des Argumentierens vor. Die argumentative Themenentfaltung verbindet sich oft mit der appellativen Funktion (vgl. Brinker 2005, 87).

Aus den oben angeführten Belegen für die appellative Funktion wird ersichtlich, dass der analysierte wirtschaftsjournalistische Makrotext, der der Kommunikation zwischen dem Experten und dem Fachpraktiker und Anwender dient, neben der informativen auch eine stark ausgeprägte appellative Funktion hat. Das beweist auch die nachfolgende Analyse der thematischen Einstellungen.

7.2.3. Thematische Einstellungen

Die thematischen Einstellungen, die mit der Appellfunktion verbunden sind, lassen sich zwei Gruppen zuordnen: Erstens sind es die Einstellungen, die immer die Appellfunktion ausdrücken (Wünsche, Interessen usw. des Emittenten) und, zweitens, die evaluativen Einstellungen, die nicht immer als Indikatoren der Appellfunktion zu verstehen sind. Zu Indikatoren der Appellfunktion macht sie der entsprechende sprachliche Kontext und der Handlungskontext (vgl. ebd., 120 f.).

In den Analysetexten werden nicht nur die Einstellungen der Textemittenten, d. h. der Journalisten, sondern auch die Einstellungen von Politikern, Arbeitgebern, Arbeitnehmern, Arbeitszeitberatern und anderen Personen und Personenkreisen zum Thema „flexible Arbeitszeiten“ dargestellt. Weil die Journalisten hier vor allem als Vermittler der Intentionen dieser Personenkreise auftreten, spielen ihre eigenen Einstellungen zum Thema eher eine untergeordnete Rolle. Das manifestiert sich besonders deutlich in TT5 „Mobil in die Zukunft!“. Folgende Sätze des 5. Teiltexes drücken die thematischen Einstellungen des Textautors aus:

Jahrelang war der süße Snack konkurrenzlos. „Mars macht mobil – bei Arbeit, Sport und Spiel“, klingelte der Werbeslogan in den Ohren deutscher Verbraucher. Doch nun ist es aus und vorbei mit dem Monopol der Mars-Menschen auf Zusammenführung der Begriffe „mobil“ und „Arbeit“.

Das Trio aus Bonn beziehungsweise Nürnberg hat seine Medien-Lektion gelernt: Wer erfolgreich Themen unter die Leute bringen will, braucht zunächst einmal einen schicken Begriff oder eine flotte Schlagzeile.

An wortreicher Begründung, warum es nun tunlichst „Mobilzeit“ heißen sollte, fehlt es nicht.

Bundesfamilienministerin Nolte sekundiert dem Kollegen fleißig ...

Dem Dritten im Bunde, Bernhard Jagoda, fällt zur „Mobilzeit“ ein ... weist der oberste Arbeitsverwalter ...

Die beiden Bundesministerien und die Fachbehörde rühren kräftig die Werbetrömmel.

Es bleibt bis Frühjahr 1997 abzuwarten, ob sich das Modellprojekt „Mobilzeit“ als Erfolg erweisen wird. Es scheint, als ob die Initiatoren mit der Resonanz noch nicht 100prozentig zufrieden seien.

Obwohl die Aktionen der Politiker etwas ironisch und skeptisch dargestellt sind, verliert der Text dadurch nicht den Charakter eines Appells für flexible Arbeitszeiten. Der Grund dafür ist, dass die Einstellungen der Politiker selbst zur Sache ausführlich und authentisch (Zitate in Form von direkter und indirekter Rede) dargestellt werden. Was die „wahre Intention“ des Journalisten bei dieser etwas polemischen Darstellung ist, lässt sich nur vermuten. Doch eines ist klar: Er will die Kampagne der Regierung für die Einführung von flexiblen Arbeitszeiten

nicht im schlechten Lichte zeigen. Er kritisiert eigentlich nur das Wort „Mobilzeit“, nicht die Sache selbst. Er stellt sich auf die Seite des Lesers, der als Fachmann aus dem Bereich Wirtschaft den Aktionen der Politiker generell skeptisch gegenübersteht. Der Journalist lässt die Politiker zu Wort kommen, so dass sie ihre Einstellungen deutlich zeigen und begründen können. Der Text 5 ist ein interessanter Fall von indirekter Appellation: Der Journalist informiert den Leser (Information) über die Werbe-Kampagne der Regierung für flexible Arbeitszeiten (Appellation). Das heißt, der Gegenstand der Information ist Appellation. Durch die häufige direkte Rede erfolgt ein Wechsel der kommunikativen Ebene: Die Ebene des Journalisten wechselt sich mit der Ebene der Politiker ab. Auf der Ebene des Journalisten wird meinungsbetont informiert, auf der Ebene der Politiker wird appelliert.

8. Thematische Struktur des Makrotextes

Nach der Analyse der Funktion sollen die strukturellen Aspekte auf der thematischen und grammatischen Ebene untersucht werden. Dieses Kapitel konzentriert sich auf die Behandlung der thematischen Ebene; zu den wichtigsten Analyse-kategorien dieser Ebene zählt Brinker (vgl. 2005, 157) „Textthema“ und „Form der Themenentfaltung“. Der Ebene der Grammatik ist das 9. Kapitel gewidmet.

Das Thema als „größtmögliche Kurzfassung des Textinhalts“, als sein „Kern“, kann sprachlich explizit formuliert werden (z. B. im Titel) oder aus dem Textinhalt ableitbar sein (vgl. ebd., 56). In Bezug auf die Themenformulierung des Makrotextes der Rubrik „Extra“ lässt sich feststellen, dass das Makro- oder Hyperthema in der Überschrift der Rubrik „Arbeitszeitmodelle“ sprachlich realisiert ist. Die Themen einzelner Texte sind bei den inhaltskonstituierenden, typischen journalistischen Texten (Textsorten Leitartikel, Kommentar, Bericht, Interview) im Vorspann formuliert oder lassen sich aus dem Vorspann ableiten. Bei den inhaltsunterstützenden Texten, die für den Journalismus eher untypisch sind (Lexikon, Chronologie, Verzeichnisse), wird das Thema sprachlich im Titel realisiert.⁷⁹

Wie im Kapitel 4 bereits ausgeführt, wird die thematische Struktur eines Textes aus der Wiederaufnahmestruktur der Textgegenstände ersichtlich. Demnächst sollen die Wiederaufnahmeverhältnisse im Makrotext näher betrachtet werden.

8.1. Die wichtigsten Themen des Makrotextes und der Teiltex-te

In diesem Unterkapitel werden die wichtigsten Gegenstände des Makrotextes analysiert und die Analyseergebnisse in einer Tabelle (Abb. 14) zusammengestellt. Im analysierten Makrotext geht es um verschiedene Arbeitszeitregelungen, wobei die neuen Lösungen den konventionellen Modellen gegenübergestellt werden. Der Hauptgegenstand des Makrotextes ist damit **Arbeitszeitmodelle**, in der Wiederaufnahmestruktur dargestellt als Koreferenzkette (**AZ**). Der Übersichtlichkeit halber wird diese Kette in einer speziellen Spalte der Tabelle gezeigt. Das ermöglicht, die Kontinuität des Hauptthemas von Text zu Text zu verfolgen und die Bedeutung der Teiltex-te für den Makrotext insgesamt zu bestimmen. Der Hauptgegenstand (AZ) ist ein Abstraktum, die Nebengegenstände sind sowohl Abstrakta als auch Personen und Institutionen. Die Nebengegenstände des Makrotextes, die Hinweise auf die Teilthemen geben, werden oft zu Hauptgegenständen der einzelnen Teiltex-te bzw. Textteile. Die Referenzketten der Nebengegenstände werden alle in einer Spalte dargestellt. Auf diese Weise werden der lineare Ablauf der Ketten, ihre Abbrüche und Überschneidungen transparent, was bei der Analyse der Themenentfaltung hilfreich sein kann.

⁷⁹ Zur Einteilung des Makrotextes in inhaltskonstituierende und inhaltsunterstützende Teiltex-te siehe Kapitel 7.1.4.

Die erste Gruppe der Nebengegenstände des Makrotextes bilden die Personen und Institutionen, die etwas mit der Arbeitszeitregelung und ihren Auswirkungen zu tun haben. Unternehmer und Unternehmen bilden die Referenzkette **Arbeitgeber (AG)**, dazu gehören auch Manager in ihrer Rolle als Vertreter der Arbeitgeberinteressen.⁸⁰ In Teiltextrn, die das Teilthema „flexible Arbeitszeitregelung für Führungskräfte“ behandeln, treten Manager als Arbeitnehmer⁸¹ auf, deshalb werden sie in dieser Qualität als besondere Kette **Manager (M)** dargestellt. Diese Kette ist als Abzweigung der Kette **Arbeitnehmer (AN)** zu verstehen. So ist es auch im Fall der **Gewerkschaft (G)** als Organisation der Arbeitnehmer. Diese Spezifizierung wird vorgenommen, um die Kette (AN) nicht zu überladen und die Textgegenstände differenzierter zu zeigen. Arbeitszeitberater, Beraterfirmen und ihre Dienstleistungen werden in der Kette **Beratung (B)** erfasst:

(B₁) – Angela Fauth-Herkner

(B₂) – Andreas Hoff

(B₃) – Beratungsunternehmen „Zeitsprung“

(H) – Didymus Hasenkopf⁸²

Eine weitere Koreferenzkette bilden **Politiker (P)**.

(P₁) – Norbert Blum

(P₂) – Claudia Nolte

(P₃) – Bernhard Jagoda

Koreferenzkette **Manager als Arbeitnehmer (M)**:

(M₁) – Christel Kaufmann-Hocker

(M₂) – Thomas Wollnik

(M₃) – Bernd Tauscher

(M₄) – Heidrun Burgdorf

(M₅) – Cornelia Horting

(M₆) – Konrad Ess

(M₇) – Herbert Hiller

(M₈) – Rotraut Rottländer

(M₉) – Friederike Kirner

(M₁₀) – Andreas Kirner

⁸⁰ Gabler Wirtschaftslexikon: „M[anagement] als I n s t i t u t i o n : M. umfasst alle diejenigen, die in der Unternehmung leitende Aufgaben erfüllen, und zwar vom president (Generaldirektor) bis zum foreman (Meister). Das Management in diesem weiten Sinne vertritt die Interessen des Unternehmers als Arbeitgeber gegenüber der Arbeitnehmerschaft.“ (S. 258–259)

⁸¹ Gabler Wirtschaftslexikon: „A[rbeitnehmer] ist, wer aufgrund eines privatrechtlichen Vertrages (Arbeitsvertrag) unselbständige, fremdbestimmte Dienstleistungen zu erbringen hat [...].“

A r b e i t n e m e r g r u p p e n : (1) Angestellte und Arbeiter, (2) leitende Angestellte [...].“ (S. 271; Hervorhebungen im Original).

⁸² Dem Unternehmer und Berater Didymus Hasenkopf ist ein ganzer Teiltextrn 5 des Makrotextrtes gewidmet. Um seine Bedeutung für die Themenentfaltung des Makrotextrtes hervorzuheben, wird diese Koreferenzkette als (H) bezeichnet.

Damit wäre der Kreis der wichtigsten Personen und Institutionen erfasst, die an der Ausarbeitung der Arbeitszeitmodelle und ihrer Realisierung beteiligt sind.

Die zweite Gruppe der Koreferenzketten bilden Argumente für und gegen flexible Arbeitszeiten. Zu den wichtigsten Argumenten gehören die Wettbewerbsfähigkeit der **deutschen Wirtschaft (DW)**, die Auswirkungen der neuen Arbeitszeitmodelle auf die Beschäftigung und damit auf die **Arbeitsplätze (AP)** sowie auf die **Wahlfreiheit (W)** der Arbeitnehmer bezüglich der Dauer und des Zeitpunktes ihres Arbeitseinsatzes. Ein wichtiges Argument für flexible Arbeitszeiten ist die **Förderung (F)** durch die Bundesregierung. Als Gegenargumente werden von Arbeitgebern eine schwer durchzuführende **Kontrolle (K)** der Arbeitsgänge und mögliche negative Auswirkungen flexibler Regelungen auf **Produktionskosten (PK)** genannt. **Gesellschaftliche Normen (N)**, Traditionen, sind ein Hindernis bei der Einführung von flexiblen Arbeitszeitmodellen. Die Kette **Familie und Freizeit (FF)** umfasst positive Folgen flexibler Arbeitszeiten für die private Sphäre der Arbeitnehmer.

Eine theoretische Grundlage für die Behandlung des Themas „Arbeitszeit“ bietet als „Wissenschaft von den Erscheinungsformen menschlicher [...] Arbeit“ die Arbeitswissenschaft (Gabler Wirtschaftslexikon 1988, 336 f.). Die Notwendigkeit der Einführung flexibler Arbeitszeitmodelle wird im Makrotext durch Ergebnisse statistischer Studien im Bereich der Arbeitswissenschaft begründet. In der Koreferenzkette **Statistik (S)** findet die Stützung der Argumente ihre Widerspiegelung.

Im Weiteren soll die Wiederaufnahmestruktur des Makrotextes in einer Gesamttabelle vorgestellt werden, die aus Teiltabellen besteht, die jeweils die Wiederaufnahmestruktur eines einzelnen Teiltextes widerspiegeln. Die erste Spalte enthält die Koreferenzkette des Hauptgegenstandes Arbeitszeit (AZ), die zweite die übrigen Koreferenzketten, die oben vorgestellt worden sind und die in der Tabelle als „Koreferenzketten der Nebengegenstände“ bezeichnet werden. Die Überschneidungen der Koreferenzketten der Nebengegenstände mit der Koreferenzkette des Hauptgegenstandes Arbeitszeit (AZ) sind fett markiert. Die Überschneidungen der Ketten der Nebengegenstände untereinander sind durch das Nebeneinander das Kürzel der Ketten dargestellt. Zum Beispiel gehört der Referenzträger *Tarifpartner* zu zwei Koreferenzketten (Gewerkschaft und Arbeitgeber) und wird deshalb als (G)(AG) markiert. Zu einer besseren Übersichtlichkeit wird in der dritten Spalte der Makrotext in einer zur Analyse aufgegliederten Form⁸³ und in der folgenden Reihenfolge der Textelemente dargestellt: Überschrift des Teiltextes, Untertitel (bzw. Vorspann), ggf. Überschrift des Textteils (TTt), Absätze des Textteils, Überschrift des nächsten Textteils etc. Die Textteile und die Absätze sind durchgehend nummeriert. Die Teiltexte TT3 (Literaturverzeichnis) und TT10 (Adressverzeichnis) fehlen in dieser Tabelle, weil aus autosemantischen Einträgen bestehen und keine Wiederaufnahmeketten aufweisen.

⁸³ In dieser Form ist der Makrotext im Anhang 2 vorzufinden.

Abb. 14. Die Wiederaufnahmestruktur des Makrotextes

TT 1. Geht die Stechuhr bald in Pension?

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
Arbeitszeit-Modelle (AZ)	Wahlfreiheit (W) Arbeitsplätze (AP) Manager (M) Hasenkopf (H) Produktionskosten (PK) Berater (B) Kontrolle (K) Politiker (P) Gewerkschaft (G) Arbeitgeber (AG) Arbeitnehmer (AN) Deutsche Wirtschaft (DW) Statistik (S) Förderung (F) Familie/Freizeit (FF) gesellschaftliche Normen (N)	Titel Untertitel Text
(AZ) die Stechuhr	(K) die Stechuhr	TT1. Geht die Stechuhr bald in Pension?
(AZ) die Arbeitszeit (AZ) flexibilisiert werden	(DW) die Wirtschaft (AP) der Vollbeschäftigung	TT1 Über das Ziel sind sich alle einig: Um die Wirtschaft wettbewerbsfähiger zu machen und der Vollbeschäftigung näher zu kommen, muss die Arbeitszeit flexibilisiert werden. Über den Weg wird heftig diskutiert.
(AZ) die Vier-Tage-Woche (AZ) Arbeitszeitreduzierung (AZ) flexible Arbeitszeiten (AZ) 20 oder 60 Stunden (AZ) Flexibilität (AZ) Teilzeitarbeitsplätze (AZ) elastischer Zeitmodelle (AZ) zur Flexibilität	(AG) das Großunternehmen VW (AG) die Arbeitgeber (P ₁) der Bundeswirtschaftsminister (AN) die Menschen (AN) sie (W) selbst entscheiden (W) 20 oder 60 Stunden (P ₂) Frauenministerin Claudia Nolte (P ₂)(AN) für ihre Geschlechtsgenossinnen	1.1. Als das Großunternehmen VW vor zwei Jahren die Vier-Tage-Woche einführt, ging noch ein Aufschrei durch die Nation. Doch inzwischen sind es schon lange nicht mehr die Arbeitgeber allein, die Schlagworte wie „Arbeitszeitreduzierung“ und „flexible Arbeitszeiten“ im Mund führen. In Zukunft, so fordert der Bundeswirtschaftsminister, müssten die Menschen selbst entscheiden, ob sie 20 oder 60 Stunden arbeiten wollen. Und Frauenministerin Claudia Nolte hofft, durch mehr Flexibilität zu mehr Sozialversicherungsrechtlichen Teilzeitarbeitsplätzen für ihre

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) eine andere Verteilung der Arbeit</p>	<p>(AP) Teilzeitarbeitsplätzen (G) der Deutsche Gewerkschaftsbund (G) Gegner elastischer Zeitmodelle (G) seine Liebe zur Flexibilität (G)(AG) Tarifpartner (P) Politiker (AP) Personalabbau (AP) neue Arbeitsplätze (AP) das (AP) 300000 und 3,5 Millionen Arbeitsplätzen</p>	<p>Geschlechtsgenossinnen zu kommen. Sogar der Deutsche Gewerkschaftsbund – jahrelang hartnäckiger Gegner <i>elastischer Zeitmodelle</i> – hat seine <i>Liebe zur Flexibilität</i> entdeckt. 1.2. Durch <i>eine andere Verteilung der Arbeit</i>, darin sind sich plötzlich <i>Tarifpartner wie Politiker</i> einig, kann nicht nur der in einigen Bereichen notwendige <i>Personalabbau</i> sozialverträglicher gestaltet werden. Es könnten auch <i>neue Arbeitsplätze</i> geschaffen werden – und <i>das</i> nicht zu knapp. Je nach Rechenart schwanken die Schätzungen zwischen <i>300000 und 3,5 Millionen Arbeitsplätzen</i>.</p>
<p>(AZ) ein flexibles Arbeitszeitmodell (AZ) An diesem Punkt (AZ) unter flexibler Arbeitszeit (AZ) alles (AZ) was (AZ) von der normalen Regelarbeitszeit (AZ) werktags von 8 bis 17 Uhr (AZ) Schicht- oder Nachtarbeit (AZ) den Begriff (AZ) Flexibilität (AZ) die geleisteten Stundenzahlen (AZ) Flexibilität (AZ) Einfluss auf seinen Arbeitseinsatz</p>	<p>(AN) der Arbeitnehmer (AN)(W) Einfluss auf seinen Arbeitseinsatz</p>	<p>TT12. Abweichen von der Regel 2.1. Was aber ist ein <i>flexibles Arbeitszeitmodell</i>? An diesem Punkt scheiden sich die Geister. Während die einen unter <i>flexibler Arbeitszeit</i> alles verstehen, was von der normalen Regelarbeitszeit (werktags von 8 bis 17 Uhr) abweicht, also beispielsweise auch <i>Schicht- oder Nachtarbeit</i>, fassen andere den Begriff wesentlich enger und sprechen nur dann von <i>Flexibilität</i>, wenn die geleisteten <i>Stundenzahlen</i> monatlich, wöchentlich oder gar täglich differieren; und Dritte wiederum sehen <i>Flexibilität</i> nur dann als gegeben an, wenn auch der <i>Arbeitnehmer Einfluss auf seinen Arbeitseinsatz</i> nehmen kann.</p>
<p>(AZ) die Definition (AZ) Flexibel zu arbeiten (AZ) Dauer, Anfang, Ende und Lage der Arbeitszeit</p>	<p>(W) eine möglichst große Wahlfreiheit (W) die entsprechende Entscheidung (W) diese Wahlfreiheit (AG)(AN) wenn (AG) den Arbeitgeber (AN) den Beschäftigten (W)(AG)(AN) die Flexibilität des einen (W)(AG)(AN) die Unterordnung des anderen</p>	<p>2.2. Dabei ist die <i>Definition</i> eigentlich recht eindeutig: <i>Flexibel zu arbeiten</i> beschreibt zum einen <i>eine möglichst große Wahlfreiheit</i>; bezüglich <i>Dauer, Anfang, Ende und Lage der Arbeitszeit</i> und setzt zum anderen voraus, dass die <i>entsprechende Entscheidung</i> möglichst kurzfristig getroffen werden kann. Schwierig wird es erst bei der Frage, <i>wem diese Wahlfreiheit</i> zukommt: <i>den Arbeitgebern oder den Beschäftigten</i>; denn tatsächlich bedeutet die <i>Flexibilität des einen</i> oftmals die <i>Unterordnung des anderen</i>.</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) Die Flexibilität von der „Arbeit auf Abruf“ (AZ) Teilzeitstellen</p>	<p>(W) das Misstrauen (AG) die Arbeitgeber (G) Gewerkschaftsseite (PK) „Arbeit auf Abruf“ (PK) der kostengünstigen Verringerung von Produktivitätsspitzen (AP) Teilzeitstellen (AP) dem Abbau von Vollzeitstellen</p>	<p>2.3. Entsprechend groß ist das <i>Misstrauen: Die Flexibilität, von der die Arbeitgeber träumen</i>, so die Kritik von <i>Gewerkschaftsseite</i>, bedeute in Wirklichkeit „Arbeit auf Abruf“. Und <i>Teilzeitstellen</i> dienen letztlich nur der <i>kostengünstigen Verringerung von Produktivitätsspitzen</i> oder – schlimmer noch – dem <i>Abbau von Vollzeitstellen</i>.</p>
<p>(AZ) innovative Arbeitszeitmodelle (AZ) die Arbeitszeiten (AZ) teure Formen der Arbeitszeit durch billigere (AZ) die Betriebszeiten (AZ) mit neuen flexiblen Schichtmodellen (AZ) wird mehr gearbeitet (AZ) Freizeitausgleich</p>	<p>(AP)(PK)(W) Argumente (AG) die meisten Unternehmen (AP)(PK)(W) die (W) nicht die persönliche Freiheit (AG)(PK) ihr Überleben (AG) Sie (PK) Kosten sparen (PK) teure Formen der Arbeitszeit durch billigere ersetzen (PK) die Betriebszeiten ausweiten (AG)(PK) Die sogenannten „atmenden Fabriken“ (AG) Unternehmen (AG) BMW, Opel oder Pirelli</p>	<p>2.4. <i>Argumente</i>, die grundsätzlich nicht von der Hand zu weisen sind. Tatsächlich haben die meisten Unternehmen nicht innovative <i>Arbeitszeitmodelle</i> und schon gar nicht die <i>persönliche Freiheit</i> ihrer Mitarbeiter vor Augen, wenn sie die <i>Arbeitszeiten</i> neu definieren wollen, sondern in erster Linie <i>ihre Überleben</i> auf einem schwieriger werdenden Markt. Sie wollen <i>Kosten sparen</i>, das heißt <i>teure Formen der Arbeitszeit durch billigere</i> ersetzen, die <i>Betriebszeiten</i> ausweiten oder flexibel auf <i>Auftragsschwankungen</i> reagieren können. Die sogenannten „<i>atmenden Fabriken</i>“, wie <i>Unternehmen mit neuen flexiblen Schichtmodellen</i> (zum Beispiel <i>BMW, Opel oder Pirelli</i>) gerne genannt werden, beispielsweise „atmen“ mit der <i>Auftragslage</i>: Wenn viele <i>Aufträge</i> da sind, <i>wird mehr gearbeitet</i>, wenn die <i>Nachfrage</i> stockt, <i>gibt es Freizeitausgleich</i>.</p>
<p>(AZ) fehlende Arbeitszeitflexibilität (AZ) das (AZ) am Samstag (AZ) Ein alter Hut ... mit neuen Federn (AZ) in die Diskussion (AZ) auf alten Positionen</p>	<p>(AG) der Werksleiter (AG) denen (AG) die (PK) zu Normaltarif zu produzieren (G) die Gewerkschaften (G) sie (DW) den Produktionsstandort Deutschland (AP) neue Arbeitsplätze</p>	<p>TT13. Neue Federn am alten Hut? 3.1. „Diese Diskussion über <i>fehlende Arbeitszeitflexibilität</i> ist doch <i>albern</i>“, brachte es unlängst der <i>Werksleiter</i> eines Automobilzulieferbetriebes auf den Punkt: „Es geht <i>denen</i>, die das fordern, doch eigentlich nur darum, <i>am Samstag zu Normaltarif zu produzieren</i>.“ <i>Ein alter Hut</i> also, der <i>bestenfalls mit neuen Federn</i> geschmückt wurde. Dass trotzdem gerade in den letzten Monaten <i>Bewegung in die Diskussion</i> gekommen ist, zeigt nur, dass auch die <i>Gewerkschaften</i> erkannt haben, dass sie <i>mit dem Beharren auf alten Positionen</i> allein <i>den Produktionsstandort Deutschland</i> nicht retten und schon gar nicht <i>neue Arbeitsplätze</i> schaffen können.</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) die Verlängerung der Betriebszeiten (AZ) Überstunden (AZ) Arbeitsspitzen (AZ) mit Freizeit (AZ) das Ergebnis verschiedener Modellrechnungen</p>	<p>(AN) für die bislang Beschäftigten (AP) 300000 bis 700000 neue Arbeitsplätze</p>	<p>3.2. Wenn es aber allgemein gelingt, die Verlängerung der Betriebszeiten so zu gestalten, dass dadurch nicht Überstunden und Zuschläge für die bislang Beschäftigten anfallen, sondern statt dessen Arbeitsspitzen mit Freizeit ausgeglichen werden, so das Ergebnis verschiedener Modellrechnungen, könnten allein dadurch 300000 bis 700000 neue Arbeitsplätze entstehen.</p>
<p>(AZ) dies (AZ) dafür (AZ) an Sonntagen (AZ) Mehrarbeit (AZ) die Einrichtung einer vierten Schicht (AZ) Dies (AZ) Überstundengelder</p>	<p>(AG) das Werk Crailsheim der Procter & Gamble GmbH (AG) in dem (AN) Die Mitarbeiter (AN) für den einzelnen (PK) Überstundengelder (AP) Neueinstellungen</p>	<p>3.3. Dass dies funktioniert, dafür gibt es durchaus schon Beispiele. So etwa das Werk Crailsheim der Procter & Gamble GmbH, in dem Pampers Höschenwindeln neuerdings, aus betriebswirtschaftlichen Gründen verstärkt auch an Sonntagen produziert werden. Die Mitarbeiter sprachen sich gegen Mehrarbeit aus und setzten statt dessen die Einrichtung einer vierten Schicht durch. Dies reduzierte für den einzelnen zwar die Möglichkeit, Überstundengelder zu kassieren, führte jedoch zu etlichen Neueinstellungen.</p>
<p>(AZ) ein flexibles Schichtsystem (AZ) die Maschinen rund um die Uhr laufen (AZ) Vier-Schicht-Modells (AZ) Fünf-Schicht-Modell auf Basis der 33,6-Stundenwoche (AZ) Dies (AZ) nun vorhandene Arbeitszeitreserven (AZ) die tarifliche Arbeitszeit (AZ) 35,9 Stunden pro Woche (AZ) die (AZ) Ausgleichsschichten (AZ) zu mehr Flexibilität</p>	<p>(AP) mehr Beschäftigung (AG) die Bayer AG in Leverkusen (AG) Dort (AG) wo (B) Mit Hilfe der Uni Dortmund (AN) die gesundheitlichen Belastungen der Arbeitnehmer (AP) den Personalbedarf</p>	<p>3.4. Dass ein flexibles Schichtsystem ein Weg zu mehr Beschäftigung sein kann, zeigt auch die Bayer AG in Leverkusen, wo die Maschinen in einigen Bereichen rund um die Uhr laufen. Dort machte man sich schon Mitte der 80er Jahre Gedanken über die gesundheitlichen Folgen des bis dahin praktizierten Vier-Schicht-Modells. Mit Hilfe der Uni Dortmund wurde dann ein neues arbeitswissenschaftliches Erkenntnis entwickelt. Fünf-Schicht-Modell auf Basis der 33,6-Stundenwoche entwickelt. Dies führte durch nun vorhandene Arbeitszeitreserven (die tarifliche Arbeitszeit liegt bei 35,9 Stunden pro Woche), die durch Ausgleichsschichten abgegolten werden, nicht nur zu mehr Flexibilität, sondern reduzierte auch die gesundheitlichen Belastungen der Arbeitnehmer und erhöhte außerdem den Personalbedarf.</p>
<p>(AZ) Bei beiden Modellen (AZ) flexible Arbeitszeitmodelle (AZ) Teilzeit (AZ) Arbeitsinhalte und -Zeiten (AZ) unter einem Teilzeitplatz</p>	<p>(W)(AN) die Wahlfreiheit der Arbeitnehmer (AG) Arbeitgeber (AN) Arbeitnehmer (B₂) Michael Weidinger (B₂) Mitbegründer der Berliner Ar-</p>	<p>3.5. Bei beiden Modellen allerdings bleibt die Wahlfreiheit der Arbeitnehmer weitgehend auf der Strecke. Dabei gibt es durchaus auch Möglichkeiten, flexible Arbeitszeitmodelle so zu konzipieren, dass sowohl Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer davon profitieren. Besonders in Kombination mit Teilzeit, so Michael Weidinger,</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) eine geteilte Halbzeitstelle</p> <p>(AZ) Maschinenlaufzeiten</p> <p>(AZ) Konstruktionen</p> <p>(AZ) die</p> <p>(AZ) Arbeitsgruppen</p> <p>(AZ) ihre Anwesenheit</p>	<p>beitszeiterberatung Dr. Hoff, Weidinger und Partner (B₂) Weidinger</p> <p>(AG) Firmen (B₂) Weidinger (AN) der Belegschaft (W) größtmögliche Freiräume (AN) die Mitarbeiter (AN) ihre Anwesenheit</p>	<p>Mitbegründer der Berliner Arbeitszeiterberatung Dr. Hoff, Weidinger und Partner, lassen sich Arbeitsinhalte und -Zeiten geschickt aufeinander abstimmen. Wobei sich von selbst versteht, dass Weidinger unter einem Teilzeitplatz nicht einfach eine geteilte Halbzeitstelle versteht.</p> <p>3.6. Auch für Firmen mit ungewöhnlichen Maschinenlaufzeiten, so Weidinger, lassen sich Konstruktionen entwickeln, die der Belegschaft größtmögliche Freiräume verschaffen. Denkbar ist zum Beispiel die Einrichtung von Arbeitsgruppen, in der dann die Mitarbeiter ihre Anwesenheit autonom unter sich regeln.</p>
<p>(AZ) Zu den Vordenkern auf diesem Gebiet</p> <p>(AZ) „individuelle Arbeitszeit“ (IAZ)</p> <p>(AZ) seitdem</p> <p>(AZ) Änderung des Ladenschlussgesetz(AZ) es</p> <p>(AZ) längeren Öffnungszeiten</p>	<p>(AG) Zu den Vordenkern auf diesem Gebiet (AG) das Münchner Kaufhaus Ludwig Beck (AG) Das Textilhaus (AG) nach eigenen Angaben (AG) Beck (AN) Personal- und Nachwuchsmangel (AG) ein Unternehmensvertreter</p>	<p>TT14. Individuell entscheiden</p> <p>4.1. Zu den Vordenkern auf diesem Gebiet gehört das Münchner Kaufhaus Ludwig Beck am Rathaussock. Das Textilhaus führte schon 1978 eine „Individuelle Arbeitszeit“ (IAZ) ein und machte seitdem nach eigenen Angaben nur gute Erfahrungen. Beck ist nicht nur von dem für die Branche symptomatischen Personal- und Nachwuchsmangel verschont geblieben, auch einer möglichen Änderung des Ladenschlussgesetzes sieht man gelassen entgegen. Bei längeren Öffnungszeiten, so äußert sich ein Unternehmensvertreter, müsse man nur ein wenig anders disponieren.</p>
<p>(AZ) Einführung der flexiblen Arbeitszeit</p> <p>(AZ) 31 Prozent der Vollzeit- und ...21 Prozent der Teilzeitkräfte</p> <p>(AZ) weniger arbeiten wollten</p> <p>(AZ) nur drei oder vier Tage in der Woche</p>	<p>(AG) bei Beck (S)(AN) eine Mitarbeiterbefragung (AN) die</p> <p>(AN) 31 Prozent der Vollzeit- und ...21 Prozent der Teilzeitkräfte</p> <p>(W) weniger arbeiten wollten</p> <p>(S) Ein Ergebnis (S) das</p> <p>(S) allgemeine Umfragen</p> <p>(S) Eine Forsa-Studie (AN) mehr als die Hälfte der Deutschen</p>	<p>4.2. Ausgangssituation für die Einführung der flexiblen Arbeitszeit war bei Beck eine Mitarbeiterbefragung, die ergab, dass 31 Prozent der Vollzeit- und sogar 21 Prozent der Teilzeitkräfte eigentlich weniger arbeiten wollten. Ein Ergebnis, das auch durch allgemeine Umfragen immer wieder bestätigt wird. Eine Forsa-Studie Mitte letzten Jahres beispielsweise ergab, dass mehr als die Hälfte der Deutschen am liebsten nur drei oder vier Tage in der Woche arbeiten würden.</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) eine Regelung (AZ) die (AZ) die durchschnittliche Arbeitszeit pro Monat (AZ) Ab 60 Monatsstunden aufwärts (AZ) jede Arbeitszeit (AZ) Vollbeschäftigung (AZ) ein Pensum von 90 bis 100 Stunden</p>	<p>(AG) das Kaufhaus (AN) Anzahl Mitarbeiter (AN) die (AN) Mit jedem Mitarbeiter (AN) für die meisten Beschäftigten</p>	<p>4.3. Gleichzeitig wollte das Kaufhaus auch die Kunden-Mitarbeiter-Beziehung verbessern und eine Regelung finden, die es ermöglicht, immer genau die Anzahl Mitarbeiter im Haus zu haben, die zur Abwicklung eines ruhigen Geschäftes notwendig ist. Herausgekommen ist eine völlige Neugestaltung der Beschäftigungsverhältnisse: Mit jedem Mitarbeiter wird ein individueller Vertrag abgeschlossen, in dem die durchschnittliche Arbeitszeit pro Monat und das Gehalt festgelegt werden. Ab 60 Monatsstunden aufwärts lässt sich im Zehnerabstand jede Arbeitszeit (bis hin zur Vollbeschäftigung) wählen, wobei sich im Laufe der Zeit für die meisten Beschäftigten ein Pensum von 90 bis 100 Stunden herauskristallisiert hat.</p>
<p>(AZ) das Monatssoll (AZ) auf ihren... Zeitkonten (AZ) sowohl Plus- als auch Minusstunden (AZ) Minus (AZ) Das</p>	<p>(AN) Die Beschäftigten (AN) auf ihren... Zeitkonten (AG) das Unternehmen (AN) die Mitarbeiter (AG) dem Arbeitgeber (PK)(AN)den Einsatz von teuren Aushilfskräften</p>	<p>4.4. Grundsätzlich muss das Monatssoll nicht exakt erfüllt werden. Die Beschäftigten können auf ihren (elektronisch geführten) Zeitkonten sowohl Plus- als auch Minusstunden ansammeln. Wobei das Unternehmen manchmal – beispielsweise in den Sommermonaten – sogar daran interessiert ist, dass die Mitarbeiter Minus machen. Das kann dann in der umsatzstarken Vorweihnachtszeit ausgeglichen werden – und erspart dem Arbeitgeber den Einsatz von teuren Aushilfskräften.</p>
<p>(AZ) Wann genau (AZ) die vereinbarte Arbeitszeit (AZ) ähnliche Modelle</p>	<p>(W) entscheiden ...selbst (AN) die Arbeitnehmer (AG) in Absprache mit den Abteilungsleitern (AG) betriebswirtschaftliche Komponenten (W) persönliche Interessen (W) Entscheidungsfreiheit der Mitarbeiter (AG) mit Betriebsinteressen (AG) bei Beck (AG) in allen anderen Unternehmen (AG) die</p>	<p>4.5. Wann genau die vereinbarte Arbeitszeit abgeleistet wird, entscheiden die Arbeitnehmer in Absprache mit den Abteilungsleitern selbst. Berücksichtigt werden sowohl betriebswirtschaftliche Komponenten (zum Beispiel Kundenfrequenz) wie auch persönliche Interessen. Anfänglich durchaus vorhandene Bedenken, die Entscheidungsfreiheit der Mitarbeiter könnte mit Betriebsinteressen kollidieren, haben sich bei Beck als genauso unbegründet erwiesen wie in allen anderen Unternehmen, die im Laufe der letzten Jahre ähnliche Modelle entwickelt haben.</p>
<p>(AZ) Stechuhr (AZ) eine freie Zeiteinteilung (AZ) ohne Stechuhr</p>	<p>(K) Stechuhr (AG) Mobilfunkanbieter E-Plus (AN) fast 2000 Beschäftigte</p>	<p>TT 5. Stechuhr nicht nötig 5.1. Bei dem 1993 gegründeten Mobilfunkanbieter E-Plus beispielsweise praktizieren mittlerweile fast 2000 Beschäftigte eine</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
	<p>(W) eine freie Zeiteinteilung (K) ohne Stechuhr (AG) Werner Vonderau, Leiter der Hauptabteilung Personal (K) die nicht vorhandene Kontrolle (AN) die Motivation der Mitarbeiter (AN) ein paar schwarze Schafe (AN) von ihren eigenen Kollegen (AN) Kollegen (AG) das Unternehmen</p>	<p><i>freie Zeiteinteilung – und das sogar ohne Stechuhr. Werner Vonderau, Leiter der Hauptabteilung Personal, betont sogar, dass gerade die nicht vorhandene Kontrolle die Motivation der Mitarbeiter noch erhöhe. Es gebe zwar ein paar schwarze Schafe, die würden aber von ihren eigenen Kollegen erkannt und gemabregelt: „Wenn Kollegen sagen, ‚das geht so nicht‘ hat das eine größere Wirkung, als wenn das Unternehmen das täte.“</i></p>
<p>(AZ) Selbstorganisation (AZ) Flexible Arbeitszeitmodelle</p>	<p>(W) Selbstorganisation (AG)(AN) ein mitarbeiterorientierter Führungsstil (AG)(AN) den (AG) bei Beck (AG) E-Plus (AG) Abteilungsleitung (AG) in der mittleren Führungsebene</p>	<p>5.2. Voraussetzung für das Funktionieren der <i>Selbstorganisation</i> ist allerdings ein <i>mitarbeiterorientierter Führungsstil</i> – den auch bei Beck und E-Plus so manche <i>Abteilungsleitung</i> erst einmal mühsam lernen musste. <i>Flexible Arbeitszeitmodelle</i> erfordern nicht nur ein Umdenken in der <i>mittleren Führungsebene</i>, sondern oftmals auch tatsächlich einen größeren <i>Organisationsaufwand</i>.</p>
<p>(AZ) Arbeitszeitexperten (AZ) der Flexibilisierungseffekt (AZ) Entscheidungen über Dauer und Lage der Arbeitszeit</p>	<p>(B) Arbeitszeitexperten (AG) im unteren und mittleren Management (AG)(AN) für beide Seiten (W) Entscheidungen über Dauer und Lage der Arbeitszeit (AG) möglichst niedrige Ebenen im Unternehmen</p>	<p>5.3. Dies mag der Grund sein, warum nach übereinstimmender <i>Einschätzung von Arbeitszeitexperten</i> gerade im <i>unteren und mittleren Management</i> oft die größten <i>Widerstände</i> überwunden werden müssen. <i>Tatsächlich</i> aber ist der <i>Flexibilisierungseffekt</i> für <i>beide Seiten</i> um so größer, je mehr es gelingt, <i>Entscheidungen über Dauer und Lage der Arbeitszeit</i> auf <i>möglichst niedrige Ebenen</i> im Unternehmen zu delegieren.</p>
<p>(AZ) Verfechter flexibler Arbeitszeiten (AZ) die Neuerungen (AZ) flexiblen Arbeitszeit (AZ) Flexibilisierungsmodelle (AZ) Koexistenz mehrerer Konzepte (AZ) über 200 Regelungen für flexible Arbeitszeiten</p>	<p>(M) der Präsident der Deutschen Managementgesellschaft und rigoroser Verfechter flexibler Arbeitszeiten, Werner Then (B) Unterstützung professioneller Arbeitszeitberater (AG) innerhalb ein und desselben Unternehmens</p>	<p>5.4. Hierzu, so der <i>Präsident der Deutschen Managementgesellschaft</i> und <i>rigoroser Verfechter flexibler Arbeitszeiten</i>, <i>Werner Then</i>, sei jedoch nicht nur viel <i>Überzeugungsarbeit</i>, sondern oftmals in der <i>Anfangsphase</i> auch die <i>Unterstützung professioneller Arbeitszeitberater</i> notwendig. Dabei ist es durchaus sinnvoll, die <i>Neuerungen</i> zunächst auf einen <i>Projektbereich</i> zu beschränken und so betriebs- oder abteilungsspezifische Erfahrungen zu sammeln. Den <i>Königsweg</i> zur <i>flexiblen Arbeitszeit</i> gibt es ohnehin nicht. <i>Selbst innerhalb ein</i></p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) mehr oder weniger flexible Arbeitszeiten	(AG) fünf Prozent aller deutschen Unternehmen (S) Arbeitsmarktexperten (AG) die Arbeitgeber (G) die Gewerkschaften (DW) eine innovative Lohn- und Beschäftigungspolitik	<i>und derselben Unternehmen müssen Flexibilisierungsmodelle an den Bedürfnissen einzelner Abteilungen und deren Mitarbeitern Maß nehmen, was oftmals zu einer Koexistenz mehrerer Konzepte führt. Beim Automobilhersteller BMW beispielsweise gibt es über 200 Regelungen für flexible Arbeitszeiten.</i> 5.5. Bislang, so Schätzungen, haben etwa fünf Prozent aller deutschen Unternehmen mehr oder weniger flexible Arbeitszeiten eingeführt. Eindeutig zu wenig. Denn glaubt man den Prohezeungen bekannter Arbeitsmarktexperten – und dies tun sowohl die Arbeitgeber wie auch die Gewerkschaften – wird es die Frage der Arbeitszeit sein, die in Zukunft darüber entscheidet, ob sich in der Bundesrepublik Deutschland eine innovative Lohn- und Beschäftigungspolitik umsetzen lassen wird oder nicht. Zeit also, der großen Ermüdigkeit nun auch Taten folgen zu lassen.

TT2. Arbeitszeit-Modelle

TT2. Arbeitszeit-Modelle		TT2. Arbeitszeit-Modelle
(AZ) Arbeitszeit-Modelle		TT1 ... zur Steigerung der Produktivität
(AZ) Schicht- und Nachtarbeit (AZ) Arbeitszeit (AZ) die (AZ) von der Regelarbeitszeit (8 bis 17 Uhr)	(AG) an betriebswirtschaftlichen Zwängen (AG) in Produktionsbetrieben (AG) im Dienstleistungsbereich	I.1. Schicht- und Nachtarbeit Arbeitszeit, die sich an betriebswirtschaftlichen Zwängen ausrichtet und von der Regelarbeitszeit (8 bis 17 Uhr) abweicht; überwiegend in Produktionsbetrieben, zunehmend aber auch im Dienstleistungsbereich.
(AZ) Kapazitätsorientierte, variable Arbeitszeit (AZ) Die Arbeitszeit (AZ) In der klassischen Form (AZ) den tatsächlich geleisteten Stunden	(W)(AG) allein vom Arbeitgeber bestimmt (AN) der Einsatz der Mitarbeiter	I.2. Kapazitätsorientierte, variable Arbeitszeit (nach Kapovaz) Die Arbeitszeit richtet sich nach dem Arbeitsanfall. In der klassischen Form wird der Einsatz der Mitarbeiter allein vom Arbeitgeber bestimmt. Der Lohn richtet sich nach den tatsächlich geleisteten Stunden.
(AZ) Jahres- oder Projektarbeitszeit (AZ) Die Arbeit	(AG) vom Arbeitgeber (AN) Die Arbeitnehmer	I.3. Jahres- oder Projektarbeitszeit Die Arbeit wird vom Arbeitgeber je nach Auftragslage verteilt. Die Arbeitnehmer erhalten jeden Monat den gleichen Lohn.

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) Rollierendes System (AZ) 6-Tage-Woche (AZ) das (AZ) eine 5-Tage-Woche	(AG) In einem Unternehmen (AN) fünf Mitarbeiter (AP) Vier Arbeitsplätze (AN) jeder einzelne	1.4. Rollierendes System Zum Beispiel: <i>In einem Unternehmen mit 6-Tage-Woche besetzen fünf Mitarbeiter im Wechsel vier Arbeitsplätze, das heißt jeder einzelne hat eine 5-Tage-Woche.</i>
(AZ) Gleitende Arbeitszeit (AZ) Eines der ersten flexiblen Modelle (AZ) das (AZ) Die Arbeitszeit (AZ) in die Kernzeit mit Anwesenheitspflicht (AZ) selbstbestimmte Gleitzeit	(AG) in manchen Großbetrieben (W) in die Kernzeit mit Anwesenheitspflicht (W) selbstbestimmte Gleitzeit	TT12 ... mit Zeitsouveränität der Mitarbeiter 2.1. Gleitende Arbeitszeit <i>Eines der ersten flexiblen Modelle, das inzwischen allgemein anerkannt ist und in manchen Großbetrieben schon seit 20 Jahren besteht. Die Arbeitszeit unterteilt sich in die Kernzeit mit Anwesenheitspflicht und selbstbestimmte Gleitzeit.</i>
(AZ) Variable Arbeitszeit (AZ) Fortschreibung des Gleitzeitmodells ohne Kernzeit (AZ) Beschäftigungsverhältnisse mit reduzierten Stundenzahlen (AZ) variable Teilzeit (AZ) bei denen (AZ) Dauer und Lage des Arbeitseinsatzes	(AN) Der Arbeitnehmer (W) entscheidet selbst über seine Anwesenheitszeiten (W) Hierzu (W) flexibel abgesprochen	2.2. Variable Arbeitszeit <i>Fortschreibung des Gleitzeitmodells ohne Kernzeit. Der Arbeitnehmer entscheidet selbst über seine Anwesenheitszeiten. Hierzu zählen auch Beschäftigungsverhältnisse mit reduzierten Stundenzahlen (variable Teilzeit), bei denen Dauer und Lage des Arbeitseinsatzes flexibel abgesprochen werden.</i>
(AZ) Jahres- oder Lebensarbeitszeit (AZ) eine individuelle Gesamtarbeitszeit (AZ) die (AZ) Jahre mit reduzierter Arbeitsleistung (AZ) Sabbaticals (AZ) ein fließender Übergang zur Pensionierung	(AG) Unternehmen (AN) Mitarbeiter (AG)(AN) nach Absprache	2.3. Jahres- oder Lebensarbeitszeit <i>Unternehmen und Mitarbeiter legen eine individuelle Gesamtarbeitszeit fest, die dann nach Absprache abgeleistet wird. Möglich sind sowohl Jahre mit reduzierter Arbeitsleistung oder Sabbaticals als auch ein fließender Übergang zur Pensionierung.</i>
(AZ) Baukastensystem (AZ) Arbeitsgruppen (AZ) die Anwesenheit (AZ) Jahresarbeitszeit	(AN) Arbeitsgruppen	2.4. Baukastensystem <i>Arbeitsgruppen regeln die Anwesenheit unter sich. Auch denkbar in Kombination mit der Jahresarbeitszeit.</i>
(AZ) Bandbreitenmodell (AZ) Die wöchentliche Arbeitszeit (AZ) im Jahresschnitt (AZ) Die tatsächliche Arbeitszeit	(W) innerhalb einer gewissen Bandbreite wählbar	2.5. Bandbreitenmodell <i>Die wöchentliche Arbeitszeit muss nicht durchgängig geleistet werden, sondern nur im Jahresschnitt. Die tatsächliche Arbeitszeit ist innerhalb einer gewissen Bandbreite wählbar.</i>

TT4. Arbeitszeiten auf absteigendem Ast⁸⁴

(AZ) Arbeitszeiten		TT4. Arbeitszeiten auf absteigendem Ast
<p>(AZ) das Arbeitsleben (AZ) durchschnittlich 82 Stunden pro Woche (AZ) mehr als dreizehneinhalb Stunden am Tag (AZ) sechs Tage in der Woche (AZ) einen 10-Stunden-Tag (AZ) damit (AZ) eine 60-Stunden-Woche (AZ) von der 48- zur 35-Stunden-Woche (AZ) ihr (AZ) über flexible Arbeitszeiten (AZ) Einige Etappen</p>	<p>(AN) ein Mann (AN) den Buchdruckern (AG) mit den Arbeitgebern (AN) mit den Altvorderen (AN) die Arbeitnehmer (AN) für sie</p>	<p>TT4 1.1. Hart ist das Arbeitsleben zu Bismarcks Zeiten: 1870 muss ein Mann durchschnittlich 82 Stunden pro Woche arbeiten – mehr als dreizehneinhalb Stunden am Tag, sechs Tage in der Woche. Immerhin gelingt es den Buchdruckern 1873, mit den Arbeitgebern einen 10-Stunden-Tag und damit eine 60-Stunden-Woche zu vereinbaren. Verglichen mit den Altvorderen vor 125 Jahren sind die Arbeitnehmer in der Bundesrepublik heute weitaus besser gestellt. Ungeachtet dessen ist für sie der Weg von der 48- zur 35-Stunden-Woche und die ihr auf dem Fuße folgende Diskussion über flexible Arbeitszeiten nicht weniger hart gewesen. Einige Etappen in der Rückschau:</p>
<p>(AZ) Mit der Einführung des Tarifvertragsgesetzes (AZ) Die tarifliche Arbeitszeit (AZ) bei 48 Wochenstunden (AZ) die Überstunden (AZ) im Schnitt 49,4 Stunden pro Woche</p>	<p>(AG)(G) Mit der Einführung des Tarifvertragsgesetzes (AG)(G) die Tarifautonomie zwischen Gewerkschaften und Arbeitgebern (AG)(G) Die tarifliche Arbeitszeit (AN) ein männlicher Industriearbeiter</p>	<p>TT2 1949 Mit der Einführung des Tarifvertragsgesetzes wird die Tarifautonomie zwischen Gewerkschaften und Arbeitgebern wieder hergestellt. Die tarifliche Arbeitszeit liegt bei 48 Wochenstunden. Nimmt man die Überstunden hinzu, arbeitet ein männlicher Industriearbeiter im Schnitt 49,4 Stunden pro Woche.</p>
<p>(AZ) die Fünf-Tage-Woche mit 40 Stunden (AZ) Die tatsächliche Arbeitszeit (AZ) 49,8 Stunden in der Woche (AZ) sie (AZ) sie den höchsten Stand in der Geschichte der Bundesrepublik</p>	<p>(G) Der Deutsche Gewerkschaftsbund (G) 16 Gewerkschaften (AN) eines männlichen Industriearbeiters</p>	<p>1955 Der Deutsche Gewerkschaftsbund, zu dem sich 16 Gewerkschaften der ehemaligen amerikanischen, britischen und französischen Besatzungszone im Oktober 1949 zusammengeschlossen hatten, fordert die Fünf-Tage-Woche mit 40 Stunden. Die tatsächliche Arbeitszeit eines männlichen Industriearbeiters ist unterdessen weiter angestiegen. 49,8 Stunden in der Woche beträgt sie im Durchschnitt – damit erreicht sie den höchsten Stand in der Geschichte der Bundesrepublik.</p>
<p>(AZ) die tarifliche Wochenarbeitszeit (AZ) von 48 auf 45 Stunden</p>	<p>(AN) In der Metallindustrie (AG)(G) die tarifliche Wochenarbeitszeit</p>	<p>1956 Ein Schritt vorwärts: In der Metallindustrie wird die tarifliche Wochenarbeitszeit von 48 auf 45 Stunden verkürzt.</p>

⁸⁴

Zur Markierung der Absätze werden Jahreszahlen benutzt.

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) die tarifliche Wochenarbeitszeit (AZ) auf 40 Stunden (AZ) zur tatsächlichen Arbeitszeit (AZ) bei durchschnittlich 45,2 Stunden pro Woche (AZ) auf 40 Stunden</p>	<p>(AN) in der Druckindustrie (AG)(G) die tarifliche Wochenarbeitszeit</p>	<p>1965 In der Druckindustrie wird die tarifliche Wochenarbeitszeit auf 40 Stunden gesenkt. Die Diskrepanz zur tatsächlichen Arbeitszeit in der Industrie ist dennoch weiter erheblich: Sie liegt bei durchschnittlich 45,2 Stunden pro Woche.</p>
<p>(AZ) die Einführung der flexiblen Altersgrenze (AZ) Rente ab 60 Jahren (AZ) ab 62 Jahren (AZ) von 65 auf 63 Jahre</p>	<p>(AN) Die Metalller (AN) Frauen und Arbeitslose (AN) Schwerbehinderte (AN) Für alle anderen Arbeitnehmer (AP) die Zahl der Arbeitslosen die (AP) Millionengrenze</p>	<p>1967 Die Metalller ziehen nach und verkürzen ebenfalls auf 40 Stunden. 1973 Das neue Rentenreformgesetz regelt die Einführung der flexiblen Altersgrenze. Frauen und Arbeitslose können Rente ab 60 Jahren beziehen, Schwerbehinderte ab 62 Jahren. Für alle anderen Arbeitnehmer wird die Grenze von 65 auf 63 Jahre gesenkt. Im Dezember übersteigt die Zahl der Arbeitslosen erstmals die Millionengrenze.</p>
<p>(AZ) 35-Stunden-Woche (AZ) eine Regelarbeitszeit von 38,5 Stunden (AZ) ein möglicher Vorruhestand ab 58 Jahren (AZ) einen ähnlichen Kompromiss (AZ) der längste, schwerste und größte Arbeitskampf</p>	<p>(G) IG Metall und IG Druck und Papier (G) für die Metallindustrie (AG)(G) Die Tarifpartner (AN) für die 165000 Beschäftigten</p>	<p>1984 Im Mai und Juni streiken IG Metall und IG Druck und Papier für die Einführung der 35-Stunden-Woche bei vollem Lohnausgleich. Nach „besonderer Schlichtung“ wird für die Metallindustrie eine Regelarbeitszeit von 38,5 Stunden und ein möglicher Vorruhestand ab 58 Jahren vereinbart. Die Tarifpartner schließen wenig später für die 165000 Beschäftigten in der Druckindustrie einen ähnlichen Kompromiss ab. Anfang Juli ist der längste, schwerste und größte Arbeitskampf in der Geschichte der Bundesrepublik zu Ende.</p>
<p>(AZ) Teilzeitarbeitsplätze (AZ) die (AZ) Die Zahl der Vollzeitbeschäftigten</p>	<p>(P) das Statistische Bundesamt (AP) die Zahl der Arbeitnehmer (AP) Die Beschäftigung (AP) Teilzeitarbeitsplätze (AP) die (AN) von Frauen (AP) Die Zahl der Vollzeitbeschäftigten</p>	<p>1989 Im April teilt das Statistische Bundesamt in Wiesbaden die Ergebnisse der Volkszählung von 1987 mit. Danach ist die Zahl der Arbeitnehmer um 1 Million höher als bisher angenommen. Die Beschäftigung hat seit 1970 um 2,6 Millionen auf 27 Millionen zugenommen. Dies gilt insbesondere für Teilzeitarbeitsplätze, die in erster Linie von Frauen besetzt werden. Die Zahl der Vollzeitbeschäftigten hingegen stieg lediglich um 100 000.</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) ein neues, umstrittenes Arbeitszeitgesetz (AZ) Es (AZ) die seit 1958 gültige Arbeitszeitverordnung (AZ) 27 weitere Gesetze und Verordnungen (AZ) die (AZ) das Gesetz (AZ) für eine flexiblere Verteilung der Arbeitszeit (AZ) Das lange angestrebte Tarifziel (AZ) die 35-Stunden-Woche (AZ) ein neues großes Ziel: die 30-Stunden-Woche (AZ) Die Marschrichtung der Reformen (AZ) Die 35-Stunden-Woche	(P) ein neues, umstrittenes Arbeitszeitgesetz (P) es (P) die seit 1958 gültige Arbeitszeitverordnung (P) Bundesarbeitsminister Norbert Blüm (CDU) (P) 27 weitere Gesetze und Verordnungen (P) die (AG)(G) der Tarif- und Betriebspartner (AG)(G) Das lange angestrebte Tarifziel (G) in der Druckindustrie (G) in der Metallindustrie (G) in der IG Metall (G) größte Arbeitnehmerorganisation der Welt (G) die Gewerkschafter (W) größere Zeitsouveränität für die Beschäftigten (AP) die Zahl der Arbeitslosen 3,5 Millionen	1994 Am 1. Juli tritt ein neues, umstrittenes Arbeitszeitgesetz in Kraft. Es löst die seit 1958 gültige Arbeitszeitverordnung sowie 27 weitere Gesetze und Verordnungen ab, die zum Teil noch aus dem 19. Jahrhundert stammen. Unter anderem, so Bundesarbeitsminister Norbert Blüm (CDU), steht das Gesetz „größere Spielräume der Tarif- und Betriebspartner für eine flexiblere Verteilung der Arbeitszeit vor“. 1995 Das lange angestrebte Tarifziel wird erreicht: Seit 1. April gibt es in der Druckindustrie, seit 1. Oktober in der Metallindustrie die 35-Stunden-Woche. In der IG Metall, mit 2,9 Millionen Mitgliedern größte Arbeitnehmerorganisation der Welt, wird der künftige Weg diskutiert. Traditionalisten möchten die Gewerkschafter einschwören auf ein neues großes Ziel: die 30-Stunden-Woche. Die Marschrichtung der Reformen: Die 35-Stunden-Woche soll zunächst attraktiv umgesetzt, größere Zeitsouveränität für die Beschäftigten erreicht werden. Ende 1995 hat die Zahl der Arbeitslosen 3,5 Millionen überschritten.

TT5. Mobil in die Zukunft!

(AZ) Mobil (AZ) Mit dem Modellprojekt „Mobilzeit“ (AZ) flexible Arbeitszeiten	(P) der Bund (AG) rund 100 Betriebe (AG) die (F) fördern	TT5. Mobil in die Zukunft! Mit dem Modellprojekt „Mobilzeit“ will der Bund rund 100 Betriebe, die flexible Arbeitszeiten einführen, fördern.
(AZ) Zusammenführung der Begriffe „mobil“ und „Arbeit“ (AZ) Flexible Arbeitszeiten (AZ) Ein neuer Begriff (AZ) „Mobilzeit“ (AZ) das alte Wort „Teilzeitarbeit“	(P _{1,2,3}) Norbert Blüm, Claudia Nolte und Bernhard Jagoda (P _{1,2,3}) die (AG) in den Fabriken und Büros	TTtl I.1. Jahrelang war der süße Snack konkurrenzlos. „Mars macht mobil – bei Arbeit, Sport und Spiel“, klingelte der Werbeslogan in den Ohren deutscher Verbraucher. Doch nun ist es aus und vorbei mit dem Monopol der Mars-Menschen auf Zusammenführung der Begriffe „mobil“ und „Arbeit“. Und das liegt an Norbert Blüm, Claudia Nolte und Bernhard Jagoda, die flexible Arbeitszeiten in den Fabriken und Büros populär machen wollen. Ein neuer Begriff wurde geboren: „Mobilzeit“. Damit soll das alte Wort „Teilzeitarbeit“ zu Grabe getragen werden.

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) Mobilzeit (AZ) nicht Halbzeit (AZ) einen schicken Begriff (AZ) eine flotte Schlagzeile (AZ) „Mobilzeit“ (AZ) Teilzeitarbeit (AZ) Dieser Begriff (AZ) Teilzeit (AZ) Teilzeit (AZ) nicht ganz vollwertige Arbeit (AZ) sie (AZ) „Normalfall“ der Vollzeit (AZ) nur einen Teil (AZ) nicht die ganze Arbeit (AZ) Teilzeitarbeit (AZ) eine Halbtagsbeschäftigung	(P _{1,2,3}) Das Trio aus Bonn beziehungsweise Nürnberg (P _{1,2,3}) seine Medien-Lektion (P ₁) Bundesarbeitsminister Blüm	TT12. Mobilzeit heißt nicht Halbzeit 2.1. Das Trio aus Bonn beziehungsweise Nürnberg hat seine Medien-Lektion gelernt: Wer erfolgreich Themen unter die Leute bringen will, braucht zunächst einmal einen schicken Begriff oder eine flotte Schlagzeile. An wortreicher Begründung, warum es nun tunlichst „Mobilzeit“ heißen solle, fehlt es nicht. Bundesarbeitsminister Blüm erklärt in einem Leitfadens: „Bisher haben wir immer von Teilzeitarbeit gesprochen. Dieser Begriff ist aber zu eng und zudem missverständlich. Teilzeit hat – zu Unrecht – für viele einen negativen Klang. Teilzeit gilt oft als nicht ganz vollwertige Arbeit, weil sie vom ‚Normalfall‘ der Vollzeit abweicht. Und wer will schon nur einen Teil und nicht die ganze Arbeit leisten? Zudem wird vielfach unter Teilzeitarbeit nichts anderes als eine Halbtagsbeschäftigung verstanden.“
(AZ) dem Begriff Mobilzeit (AZ) Mobilzeit (AZ) neue Formen der Arbeitszeit mit mehr Flexibilität und Mobilität (AZ) Diese Frage (AZ) Sie (AZ) ein zentrales familienpolitisches Anliegen	(P ₂)(FF) Bundesfamilienministerin Nolte (P ₂)(P ₁) dem Kollegen ein Wortwechsel (FF) ein zentrales familienpolitisches Anliegen (FF) eine Familie (FF) eine Familie (FF) die Anforderungen von Familie und Arbeitswelt	2.2. Bundesfamilienministerin Nolte sekundiert dem Kollegen fleißig: „Hinter dem Begriff Mobilzeit verbirgt sich mehr als nur ein Wortwechsel. Mobilzeit steht für neue Formen der Arbeitszeit mit mehr Flexibilität und Mobilität. Diese Frage ist nicht nur eine rechnerische und ökonomische Angelegenheit. Sie ist auch ein zentrales familienpolitisches Anliegen. Denn alle, die eine Familie haben oder sich eine Familie wünschen, müssen die Anforderungen von Familie und Arbeitswelt in Einklang bringen.“
(AZ) der Flexibilität (AZ) die Teilzeit (AZ) flexible Arbeitsformen (AZ) „Mobilzeit“ (AZ) diesen Begriff	(P ₂)(FF) Nolte (M) eine ganz besondere Klientel (M) bei den Fachkräften (M) in den Führungsetagen (N) selbstverständlich (P ₃) Dem Dritten im Bunde Bernhard Jagoda	2.3. In dem Bestreben, der Flexibilität endlich zum großen Durchbruch zu verhelfen, hat Nolte eine ganz besondere Klientel im Visier. Gesellschaftsfähig werde die Teilzeit erst, „wenn auch bei den Fachkräften und in den Führungsetagen flexible Arbeitsformen selbstverständlich werden“. 2.4. Dem Dritten im Bunde, Bernhard Jagoda, fällt zur „Mobilzeit“ ein: „Um diesen Begriff auszufüllen, sind der Phantasie und der

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) neuen Arbeitszeit-Modellen (AZ) Mobilzeit	(P ₃)der Arbeitsamtspräsident (AP)Entlassungen (AP)zusätzlichen Dauerarbeitsplätzen	Kreativität keine Grenzen gesetzt.“ Mit <i>neuen Arbeitszeit-Modellen</i> , so der <i>Arbeitsamtspräsident</i> zuversichtlich, „können <i>Entlassungen</i> vermieden oder zumindest hinausgeschoben werden, <i>Mobilzeit</i> kann aber auch zu <i>zusätzlichen Dauerarbeitsplätzen</i> führen.“
(AZ) der „Mobilzeit“ (AZ) eine weitere Flexibilisierung bei den Arbeitszeiten	(DW) die Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft (P ₃)der oberste Arbeitsverwalter der „Mobilzeit“ (DW) Die deutsche Wirtschaft (DW) an zu hohen Löhnen (DW) an den Innovationsdefiziten der Gesellschaft (P ₃)Iagoda (DW) ein besseres Klima für Technik, Forschung und Entwicklung sowie für weiteres Wachstum (DW) Deutschland (DW) als High-Tech-Land (DW) Hinzu (AN) eine ständige Qualifizierung der Beschäftigten (AN) Höhere Qualifikation (AP)ein noch größerer Beschäftigungsfaktor	2.5. Bei der Diskussion um die <i>Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft</i> weist der <i>oberste Arbeitsverwalter der „Mobilzeit“</i> eine gewichtige Rolle zu. <i>Die deutsche Wirtschaft</i> leide nicht an <i>zu hohen Löhnen</i> , sondern <i>an den Innovationsdefiziten der Gesellschaft</i> , erklärte <i>Iagoda</i> bei einer Fachtagung der <i>Berliner Stiftung</i> für berufliche Bildung OTA. Was nun gebraucht werde, sei ein <i>besseres Klima für Technik, Forschung und Entwicklung</i> sowie für <i>weiteres Wachstum</i> . <i>Deutschland</i> könne nur <i>als High-Tech-Land</i> im Wettbewerb um Märkte und Arbeit bestehen. <i>Hinzu</i> müsse eine <i>weitere Flexibilisierung bei den Arbeitszeiten</i> und eine <i>ständige Qualifizierung der Beschäftigten</i> kommen. <i>Höhere Qualifikation</i> werde ein <i>noch größerer Beschäftigungsfaktor</i> .
(AZ) betriebswirtschaftliche, organisatorische oder auch steuerrechtliche Aspekte von flexiblen Arbeitszeiten (AZ) Mobilzeit-Telefon (AZ) ein Stempel mit der Aufschrift „Mobilzeit“	(P _{1,2,3})Die beiden Bundesministerien und die Fachbehörde (AG) Arbeitgeber (P ₁)das Bonner Arbeitsministerium	TT13. Suche nach Mitleidern 3.1. <i>Die beiden Bundesministerien und die Fachbehörde</i> rühren kräftig die <i>Werbetrömel</i> . <i>Anzeigen</i> werden geschaltet, <i>Broschüren</i> und <i>Info-Mappen</i> , die <i>Arbeitgeber</i> über <i>betriebswirtschaftliche, organisatorische oder auch steuerrechtliche Aspekte von flexiblen Arbeitszeiten</i> aufklären, <i>kostenlos</i> abgeben. Auch ein „ <i>Mobilzeit</i> “- <i>Telefon</i> für <i>Wissbegierige</i> ist eingerichtet worden. Und selbst auf den <i>Briefumschlägen</i> , die <i>das Bonner Arbeitsministerium</i> verlassen, prangt nun ein <i>Stempel mit der Aufschrift „Mobilzeit“</i> .
(AZ) „Mobilzeit“-Aktion	(B _{4,5,1}) Drei Beraterfirmen	3.2. <i>Drei Beraterfirmen</i> aus <i>Hamburg</i> , <i>Stuttgart</i> und <i>Pullach</i> bei

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) Das Modellprojekt „Mobilzeit“ (AZ) die Zahl der Flexiblen</p>	<p>(F) die im Mai 1995 begonnene „Mobilzeit“-Aktion (AG) Interessierte Unternehmen (B)(F) die geförderte Umsetzungsberatung (B_{1(4,5)}) bei uns (B₁) Angela Fauth-Herkner (B₁) Inhaberin (B₁) der am Projekt beteiligten Arbeitszeitberatung „Neue Wege für die Arbeitswelt“ (B₁) die (B₁) Organisatorin eines „Mobilzeit“-Symposiums (P₂) Das Nolte-Ministerium (F)(B) einen großen Teil der anfallenden Beratungskosten (AG) nach Unternehmensgrößen (F) An dem Vorhaben (AG) Klein-, Mittel- und Großbetriebe aus allen Branchen</p>	<p>München (siehe Adressverzeichnis) sind gehalten, die im Mai 1995 begonnene „Mobilzeit“-Aktion mit Leben zu füllen. „Interessierte Unternehmen können sich für die geförderte Umsetzungsberatung bei uns bewerben“, erläutert Angela Fauth-Herkner, Inhaberin der am Projekt beteiligten Arbeitszeitberatung „Neue Wege für die Arbeitswelt“, die Mitte September 1995 auch als Organisatorin eines „Mobilzeit“-Symposiums in München in Erscheinung trat. Das Nolte-Ministerium übernimmt einen großen Teil der anfallenden Beratungskosten, abgestuft nach Unternehmensgrößen. An dem Vorhaben können sich Klein-, Mittel- und Großbetriebe aus allen Branchen beteiligen.</p>
<p>(AZ) Das Modellprojekt „Mobilzeit“ (AZ) die Zahl der Flexiblen</p>	<p>(F) das Modellprojekt „Mobilzeit“ (F) mit der Resonanz (P_{1,2,3}) die Initiatoren (P₃) Arbeitsamt-Präsident Jagoda (AG) die Verkündung der Arbeitslosenzahlen (AG) die Unternehmer (AP) neue Wege zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit (P) der Nürnberger Bundesanstalt für Arbeit (P) Pressesprecher Eberhard Mann (F) beim „Mobilzeit“-Symposium (DW) 50 Milliarden Mark (P) die Bundesanstalt (AP) zwei Millionen Menschen mehr beschäftigt</p>	<p>3.3. Es bleibt bis Frühjahr 1997 abzuwarten, ob sich das Modellprojekt „Mobilzeit“ als Erfolg erweisen wird. Es scheint, als ob die Initiatoren mit der Resonanz noch nicht 100prozentig zufrieden seien – jedenfalls verknüpfte Arbeitsamt-Präsident Jagoda im Dezember vergangenen Jahres die Verkündung der Arbeitslosenzahlen mit der Aufforderung, die Unternehmer sollten mehr Mut zeigen, neue Wege zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit zu beschreiten. Gerade der Nürnberger Bundesanstalt für Arbeit muss nachhaltig daran gelegen sein, dass die Zahl der Flexiblen im Lande steigt. 50 Milliarden Mark, rechnete Pressesprecher Eberhard Mann beim „Mobilzeit“-Symposium vor, könnte die Bundesanstalt einsparen, wenn zwei Millionen Menschen mehr beschäftigt wären.</p>

TT6. Innovative Unternehmen gesucht

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) das Modellvorhaben „Mobilzeit“	(AG) innovative Unternehmen (B.) Angela Fauth-Herkner (B.) Inhaberin der Münchner Beratungsfirma „Neue Wege für die Arbeitswelt“	TT6. Innovative Unternehmen gesucht Ein Interview mit <i>Angela Fauth-Herkner, Inhaberin der Münchner Beratungsfirma „Neue Wege für die Arbeitswelt“</i> , über das Modellvorhaben „Mobilzeit“
(AZ) mit dem Wort „Mobilzeit“	(B.) Sie	TT1 1.1. m & s: Sind Sie mit dem Wort „Mobilzeit“ glücklich? 1.2. FAUTH-HERKNER: Eine Zielsetzung der „Mobilzeit“ - Kampagne ist, dass der negativ belegte Begriff „Teilzeitarbeit“ neu dargestellt wird, und eine zweite, dass das ganze Spektrum von flexiblen Arbeitszeiten aufgezeigt wird – angefangen von flexibler Jahresarbeitszeit, flexibler Teilzeitschicht, gleitender Arbeitszeit und Sabbatical bis hin zu Jobsharing und zeitautonomer Arbeitsgruppe. Mir ist es eigentlich egal, welcher Begriff verwendet wird. Wichtig ist, dass flexible Arbeitszeiten konkret umgesetzt werden. Und wenn es am Ende der „Mobilzeit“ – Kampagne wieder „Teilzeit“ heißen sollte – aber in der Form, dass das Wort positiv belegt ist – dann haben wir dieses Ziel erreicht.
(AZ) Eine Zielsetzung der „Mobilzeit“ – Kampagne (AZ) der negativ belegte Begriff „Teilzeitarbeit“ (AZ) eine zweite (AZ) das ganze Spektrum von flexiblen Arbeitszeiten (AZ) flexibler Jahresarbeitszeit (AZ) flexibler Teilzeitschicht (AZ) gleitender Arbeitszeit (AZ) Sabbatical (AZ) Jobsharing (AZ) zeitautonomer Arbeitsgruppe (AZ) welcher Begriff (AZ) flexible Arbeitszeiten (AZ) dieses Ziel (AZ) am Ende der „Mobilzeit“ – Kampagne (AZ) „Teilzeit“ (AZ) das Wort	(B.) Mir (B.) wir	
(AZ) die bisherige Resonanz auf die Kampagne (AZ) ein großes Symposium (AZ) Das Modellvorhaben (AZ) bei dem (AZ) Die Bewerbung	(B.) Bei uns (B.) wir (B.) wir (AG) 170 Teilnehmer (AG) mehr als 300 Anfragen (B.) wir (B.) konkrete Beratungen	TT2 2.1. m & s: Wie ist die bisherige Resonanz auf die Kampagne? 2.2. FAUTH-HERKNER: Bei uns sehr gut. Als wir im vergangenen September ein großes Symposium in München veranstalteten, hatten wir 170 Teilnehmer. Bislang gibt es schon mehr als 300 Anfragen, und im ersten Quartal 1996 planen wir bereits konkrete Beratungen. Das Modellvorhaben, bei dem ein großer Teil der Beratungskosten übernommen wird, sieht eine unbürokratische Abwicklung vor: Die Bewerbung erfolgt direkt bei

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
	(B)(F) ein großer Teil der Beratungskosten (B)(F) Die Bewerbung (B ₁) bei uns (P ₂)(F) nicht beim Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend	<i>uns und nicht beim Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.</i>
	(B ₁) Ihnen (AG) die Mitarbeit der Unternehmen	TT13 3.1. m & K Wie wichtig ist Ihnen die Mitarbeit der Unternehmen?
(AZ) eine optimale Umsetzung (AZ) mit der neuen Arbeitszeit (AZ) dem Arbeitszeit-Management	(AG) im Unternehmen (AG) des Unternehmers (AG)(AN) seinen Führungskräften, Mitarbeitern und Betriebsrat (AN) Sie (B ₁) Wir (AG) das Unternehmen (AG) Wir (B ₁) wir (AG) die Unternehmer (B) die Beratungskosten (AG) sie (AG) die Unternehmen	3.2. FAUTH-HERKNER: Elementare Voraussetzung für eine optimale Umsetzung im Unternehmen ist die Zusammenarbeit des Unternehmers mit seinen Führungskräften, Mitarbeitern und Betriebsrat. Sie müssen von Anfang an einbezogen werden. Wir machen zum Beispiel eine Grunddaten-Analyse. Wenn das Unternehmen sagt: Wir haben intern keinerlei Kapazitäten, dann übernehmen wir das. Falls auf der anderen Seite die Unternehmer die Beratungskosten senken wollen, leisten sie entsprechend einen großen Teil selbst. Eigenleistung ist uns wichtig, denn sie bedeutet auch, dass die Unternehmen sich intensiv mit der neuen Arbeitszeit oder dem Arbeitszeit-Management auseinandersetzen.
	(F) die finanzielle Förderung (AG) der Unternehmen (P) durch den Bund	TT14 4.1. m & s: Wie sieht die finanzielle Förderung der Unternehmen durch den Bund aus?
(AZ) Stufe 1 (AZ) Stufe 2	(B ₁) Bei unserer Firma (B)(F) die gesamte Vorleistung (B)(F) Kontakt- und Infogespräch, hausinterner Workshop und Grunddaten-Analyse (AG) nach Betriebsgröße (AG) Kleine Betriebe (B)(F) drei Beratungstage (AG) mittlere	4.2. FAUTH-HERKNER: Bei unserer Firma wird in Stufe 1 die gesamte Vorleistung übernommen: Kontakt- und Infogespräch, hausinterner Workshop und Grunddaten-Analyse. In Stufe 2 wird nach Betriebsgröße gestaffelt: Kleine Betriebe bekommen drei Beratungstage, mittlere und große Betriebe fünf. Bei diesen Tagen ist ein gewisser Eigenanteil zu leisten bei einer Bandbreite von 10 bis 50 Prozent. Kleinbetriebe beispielsweise müssen noch zehn Prozent der Kosten bezahlen.

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
	und große Betriebe (B)(F) fünf (B)(F) Bei diesen Tagen (AG)(B) Eigenanteil ... von 10 bis 50 Prozent (AG) Kleinbetriebe (B) zehn Prozent der Kosten	
(AZ) der „Mobilzeit“-Kampagne	(B ₁) Sie	TT5 5.1. m & s: Welchen Erfolg sagen Sie der „Mobilzeit“-Kampagne voraus?
(AZ) Das konkrete Ziel (AZ) „Mobilzeit“ (AZ) Veranstaltungen im Rahmen des „Mobilzeit“-Modellvorhabens	(F)(B) Das konkrete Ziel (AG) in hundert Firmen (B ₁) unseres Erachtens (B ₁) wir (AG) weitere Betriebe	5.2. FAUTH-HERKNER: Das konkrete Ziel „Mobilzeit“ in hundert Firmen einzuführen, wird unseres Erachtens erreicht. Und durch eine gute Resonanz bei Veranstaltungen im Rahmen des „Mobilzeit“-Modellvorhabens erhoffen wir mittels Multiplikatoren, sozusagen nach einem Schneeballsystem, weitere Betriebe zu gewinnen.
(AZ) Aktivitäten	(B) Aktivitäten (B ₁) Sie	TT6 6.1. m & s: Welche Aktivitäten planen Sie für die nächsten Monate?
(AZ) ein Symposium oder mehrere Workshops (AZ) themenspezifische Veranstaltungen (AZ) zur flexiblen Jahresarbeitszeit (AZ) teamorientierten Arbeitsgestaltung, (AZ) Leistungsentlohnung (AZ) zum Für und Wider der Zeiterfassung	(B ₁) wir (B) ein Symposium oder mehrere Workshops (AG) Dienstleister (AG) Produktionsbetriebe (B) themenspezifische Veranstaltungen (K) zum Für und Wider der Zeiterfassung	6.2. FAUTH-HERKNER: Wahrscheinlich werden wir im zweiten Quartal ein Symposium oder mehrere Workshops durchführen -möglicherweise sogar branchenspezifisch, zum Beispiel für Dienstleister oder Produktionsbetriebe. Darüber hinaus wird es auch themenspezifische Veranstaltungen geben, etwa zur flexiblen Jahresarbeitszeit, teamorientierten Arbeitsgestaltung, Leistungsentlohnung und zum Für und Wider der Zeiterfassung.
TT7. Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft		
(AZ) flexible Arbeitszeiten (AZ) Mit Hilfe eines vom Bayerischen Sozialministerium unterstützten Pilotprojektes (AZ) von seinem Modell	(H) In seinem eigenen Betrieb (H) Didymus Hasenkopf (F) Mit Hilfe eines vom Bayerischen Sozialministerium unterstützten Pilotprojektes (H) der Unternehmer (H)(AG) andere Mittelständler (H) von seinem Modell	TT7. Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft In seinem eigenen Betrieb beweist Didymus Hasenkopf seit über zehn Jahren, dass flexible Arbeitszeiten nur Vorteile haben. Mit Hilfe eines vom Bayerischen Sozialministerium unterstützten Pilotprojektes will der Unternehmer andere Mittelständler von seinem Modell überzeugen.

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) Arbeitszeit	(H) Sein Firmenlogo (H) Didymus Hasenkopf (AG)(G)(P) manchem Arbeitsmarkphilosophen (AG) Unternehmer (G) Gewerkschafter (P) Politiker (AG)(G)(P) Die meisten (H) ihm (AG)(G)(P) in ihren Einstellungen (P) die in Bonn (H)(AG) der bayerische Unternehmer (AN) ich als Arbeitnehmer (AN) ich	TT1 1.1. <i>Sein Firmenlogo</i> zielt ein Hasenkopf mit langen Ohren. Und die Ohren langziehen, so scheint es, würde <i>Didymus Hasenkopf</i> gerne auch <i>manchem Arbeitsmarkphilosophen</i> – ganz gleich, ob es sich um <i>Unternehmer, Gewerkschafter oder Politiker</i> handelt. <i>Die meisten</i> sind ihm einfach zu unflexibel, und das nicht nur in punkto <i>Arbeitszeit</i> , sondern in <i>ihren Einstellungen</i> überhaupt. „Was die in <i>Bonn</i> sich da wieder mit dem Karenztag im Krankheitsfall ausgedacht haben — das ist doch wirklich ein Schwarm“, erzürnt sich <i>der bayerische Unternehmer</i> . „Druck erzeugt Gegendruck. Und wenn <i>ich als Arbeitnehmer</i> den ersten Krankheitsstag nicht bezahlt kriege, dann hinge <i>ich</i> eben noch ein paar Tage dran.“
(AZ) Flexibilität (AZ) durch einen offeneren, sprich flexibleren Umgang miteinander (AZ) eine flächendeckende Einführung seines Arbeitszeitmodells	(H) Hasenkopf (H) der (H)(AG) in seinem Stammbetrieb (H)(AG) einer Filiale (AN) rund 80 Mitarbeiter (AG) kleine und mittelständische Handwerksbetriebe (DW)(AP) die Lage auf dem Arbeitsmarkt (PK) die Kosten (AG) für die Arbeitgeber (H) Sein Erfolgsrezept (H)(AG) der Unternehmer (AN) der Arbeitnehmer (H) eine flächendeckende Einführung seines Arbeitszeitmodells (H)(AN) Hasenkopfs Mitarbeiter (W) entscheiden....selbst (AN) sie (W) das	TT2 Offenheit und Flexibilität 2.1. <i>Hasenkopf, der in seinem Stammbetrieb</i> in Mehring-Öd nahe der österreichischen Grenze und <i>einer Filiale</i> in Paderborn <i>rund 80 Mitarbeiter</i> beschäftigt und schwerpunktmäßig <i>kleine und mittelständische Handwerksbetriebe</i> mit Schubladen beliefert, hat da ganz andere Vorstellungen, wie sich <i>die Lage auf dem Arbeitsmarkt</i> entspannen und <i>die Kosten für die Arbeitgeber</i> reduzieren ließen. <i>Sein Erfolgsrezept</i> : erhöhte Motivation und damit verbunden erhöhte Produktivität der Arbeitnehmer. Die, so <i>der Unternehmer</i> , erreiche man am besten <i>durch einen offeneren, sprich flexibleren Umgang miteinander</i> . Oder, um es genauer auszudrücken: <i>durch eine flächendeckende Einführung seines Arbeitszeitmodells</i> .
(AZ) wie viele Stunden pro Woche (AZ) wann	(H)(AN) Hasenkopfs Mitarbeiter (W) entscheiden....selbst (AN) sie (W) das	2.2. Seit fast 15 Jahren <i>entscheiden Hasenkopfs Mitarbeiter</i> nicht nur <i>selbst</i> , wie <i>viele Stunden pro Woche</i> , sondern auch, <i>wann sie</i> arbeiten wollen. Und das mit Erfolg – auch <i>für ihren Arbeitgeber</i> . <i>Hasenkopfs ehemalige Schreinerwerkstatt</i> hat kräftig expandiert.

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
	(AN)(H)(AG) für ihren Arbeitgeber (H)(AG) Hasenkopfs ehemalige Schreinerwerkstatt (H)(AP) Seine Belegschaft	Seine Belegschaft verdreifachte sich.
(AZ) Modell-Projekt (AZ) von seinem Modell (AZ) das Flexible Arbeitszeiten (AZ) der öffentlichen Diskussion um flexible Arbeitszeiten	(H) der 62jährige (H) der seinem Sohn (H)(AG) auch andere Mittelständler (H) von seinem Modell (H) das (H) Seine Behauptung (AG) in jedem Betrieb (H) er (AG) des zunehmenden Leidensdrucks der Betriebe (H) Hasenkopf (AG) immer mehr interessierte Zuhörer	TT13. Modell-Projekt 3.1. Jetzt will der 62jährige, der das Tagesgeschäft schon länger seinem Sohn anvertraut hat, auch andere Mittelständler von seinem Modell überzeugen, das 1987 von der Jury des Deutschen Handwerkerpreises als „besonders qualifiziert“ eingestuft wurde. Seine Behauptung: „Flexible Arbeitszeiten lassen sich – mit geringfügigen Abwandlungen und individuellen Anpassungen – in jedem Betrieb umsetzen.“ Eine Aussage, mit der er jahrelang auf taube Ohren stieß, inzwischen jedoch angesichts „des zunehmenden Leidensdrucks der Betriebe“ (Hasenkopf) und der öffentlichen Diskussion um flexible Arbeitszeiten immer mehr interessierte Zuhörer findet.
(AZ) auf der Grundlage des Hasenkopf-Modells (AZ) ein individuelles Konzept	(H) Hasenkopf (B) das Beratungsunternehmen „Flexzeit“ (B)(F) Pilotprojekt (B)(F) das (P) vom Bayerischen Sozialministerium (AG) mittelständische Betriebe aus Bayern (AG) denen (H) auf der Grundlage des Hasenkopf-Modells (B) Die Ergebnisse des Versuches (S) in einer Studie	3.2. Hasenkopf gründete das Beratungsunternehmen „Flexzeit“ und initiierte gemeinsam mit den Wirtschaftsjunioren Traunstein ein auf zweieinhalb Jahre angelegtes Pilotprojekt, das vom Bayerischen Sozialministerium bezuschusst wird. Teilnehmen können mittelständische Betriebe aus Bayern, denen auf der Grundlage des Hasenkopf-Modells ein individuelles Konzept erarbeitet wird. Die Ergebnisse des Versuches werden in einer Studie dokumentiert.
(AZ) Die Grundidee (AZ) Wochenarbeitszeit (AZ) eine Jahresarbeitszeit (AZ) Für eine Vollzeitkraft (AZ) dies	(AG)(AN) Arbeitgeber und -nehmer (AN) Für eine Vollzeitkraft (AN) der Mitarbeiter	3.3. Die Grundidee ist denkbar einfach: Anstelle der üblichen Wochenarbeitszeit vereinbaren Arbeitgeber und -nehmer eine Jahresarbeitszeit. Für eine Vollzeitkraft wären dies 52 Wochen mal der tariflichen Arbeitszeit von 38,5 Stunden, also 2002 Stunden im Jahr. Auf dieser Basis wird dann ein Lohn ausgerechnet, der in

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) 52 Wochen mal der tariflichen Arbeitszeit von 38,5 Stunden, also 2002 Stunden im Jahr (AZ) Auf dieser Basis (AZ) wie viele Stunden		jedem Monat gleich bleibt – unabhängig davon, wie viele Stunden der Mitarbeiter tatsächlich gearbeitet hat.
(AZ) Dabei (AZ) neben Vollzeit- auch Teilzeitleistungen (AZ) nur 360 Stunden	(H) Hasenkopf (H) in seinem Betrieb (AN)(FF) eine Mutter zweier Kinder (AN)(FF) die	3.4. Dabei versteht sich von selbst, dass neben Vollzeit- auch Teilzeitleistungen denkbar sind. Hasenkopf beschäftigt in seinem Betrieb beispielsweise auch eine Mutter zweier Kinder, die für einige Jahre nur 360 Stunden arbeitet und nun langsam wieder aufstockt.
(AZ) das vertraglich vereinbarte Pensum (AZ) für die Mehrleistung (AZ) eine Freizeigratifikation (AZ) Für zehn geleistete Mehrstunden (AZ) seinem Konto (AZ) zwölf Stunden (AZ) so lange und so viele Stunden (AZ) diese (AZ) hier (AZ) keine Jahres-, sondern eine Lebensarbeitszeit	(AN) jemand (AN) er (FF) eine Freizeigratifikation (AN) seinem Konto (AN) Der Betroffene (W) wie er möchte (H) Hasenkopf	3.5. Arbeitet jemand mehr als das vertraglich vereinbarte Pensum, erhält er für die Mehrleistung kein Geld, sondern eine Freizeigratifikation: Für zehn geleistete Mehrstunden werden seinem Konto bei einem Bonus von 20 Prozent zwölf Stunden gutgeschrieben. Der Betroffene kann grundsätzlich so lange und so viele Stunden ansammeln, wie er möchte, und diese auch über die Jahresgrenze mitnehmen. Hasenkopf: „So gesehen haben wir hier eigentlich keine Jahres-, sondern eine Lebensarbeitszeit.“
(AZ) Das Beste (AZ) sein Arbeitskonto (AZ) die vereinbarten Stunden (AZ) Maschinenlaufzeiten	(AN) Der Arbeitnehmer (AN) sein Arbeitskonto (AN) selbst (W) Priorität bei der Entscheidung (W) wann (PK) Maschinenlaufzeiten (W) die persönlichen Bedürfnisse (AN) der Arbeitnehmer (W) eine Vorgabe (W) die (AG) bei manchem Unternehmer (K) Verantwortungsgefühl	3.6. Das Beste jedoch: Der Arbeitnehmer führt sein Arbeitskonto selbst und hat auch Priorität bei der Entscheidung, wann die vereinbarten Stunden geleistet werden. Nicht Maschinenlaufzeiten dienen also als Grundlage, sondern die persönlichen Bedürfnisse der Arbeitnehmer – eine Vorgabe, die bei manchem Unternehmer zu Schweißausbrüchen führen dürfte.
		TT14. Verantwortungsgefühl

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
	<p>(H) Selfmademan Hasenkopf (H) der (H) seine Arbeit (AN) mit nur einem Mitarbeiter (H) ihm (AN) zu wenig Mitarbeiter (H) in Mehring-Öd (H) Der Betrieb (H) er (W) wann sie arbeiten</p>	<p>4.1. Dennoch kann sich <i>Selfmademan Hasenkopf</i>, <i>der seine Arbeit 1964 mit nur einem Mitarbeiter</i> in einer leerstehenden Schule begann, nicht erinnern, dass <i>ihm</i> jemals zu wenig Mitarbeiter zur Verfügung gestanden hätten. Und über den typischen Unternehmer-Einwand, wenn es den Leuten freigestellt sei, <i>wann sie arbeiten</i>, dann käme keiner mehr, kann er nur lachen: „Die Leute entwickeln Verantwortung – wenn sie gebraucht werden, sind sie da.“ Und das, obwohl die Bedingungen, unter denen <i>in Mehring-Öd</i> produziert wird, nicht eben einfach sind: <i>Der Betrieb</i> führt Bestellungen „just in time“, aus, das heißt, er produziert nicht auf Halde, sondern liefert die geordneten Stückzahlen innerhalb von 24 Stunden. Das führt natürlich zu erheblichen Produktionsschwankungen.</p>
<p>(AZ) Vor Einführung der flexiblen Arbeitszeit (AZ) In Spitzenzeiten (AZ) teure Überstunden (AZ) über die Stunden</p>	<p>(H) auf seinen eigenen Betrieb bezogen (DW) gesamtwirtschaftlich betrachtet (H) der Arbeitszeit-Pionier (H) Hasenkopf (PK) die unterschiedliche Auslastung der Maschinen (PK) zu erheblichen Mehrkosten (PK) teure Überstunden (AN) die Arbeitnehmer (H) der Unternehmer (H) er (PK) eine Kostenersparnis (AN) pro Beschäftigten</p>	<p>4.2. Sowohl <i>auf seinen eigenen Betrieb</i> bezogen als auch gesamtwirtschaftlich betrachtet, wartet der <i>Arbeitszeit-Pionier</i> mit Zahlen auf, die sich sehen lassen können: <i>Vor Einführung der flexiblen Arbeitszeit</i>, erinnert sich <i>Hasenkopf</i>, hätte die <i>unterschiedliche Auslastung der Maschinen</i> zu erheblichen <i>Mehrkosten</i> geführt. <i>In Spitzenzeiten</i> mussten <i>teure Überstunden</i> bezahlt werden, bei schmaler Auftragslage quälten sich die <i>Arbeitnehmer</i> mit sinnlosem Maschineputzen <i>über die Stunden</i>. Im Vergleich zu früher, so <i>der Unternehmer</i>, habe er eine <i>Kostenersparnis pro Beschäftigten</i> und Jahr von 2000 bis 3000 Mark.</p>
<p>(AZ) Fehlzeiten der Arbeitnehmer (AZ) der Krankenstand (AZ) seit Einführung des Zeitkontos (AZ) sieben bis acht Prozent ihrer Arbeitszeit (AZ) acht bis neun (Prozent Fehlzeit) (AZ) zwölf Prozent Fehlzeit (AZ) die Quote (der Fehlzeiten) (AZ) konstant bei 3,5 Prozent (AZ) bei der</p>	<p>(PK) Die Belastung des Unternehmens (AN) durch Fehlzeiten der Arbeitnehmer (H) in Hasenkopfs Betrieb (PK) der Krankenstand (H) der Unternehmer (S) die Arbeitsmarktstatistik (H) in Mehring-Öd (H) Didymus Hasenkopf (AN) der lokale Fußballheld</p>	<p>4.3. Noch günstiger fällt eine andere Rechnung aus: <i>Die Belastung des Unternehmens durch Fehlzeiten der Arbeitnehmer</i> sinkt. <i>In Hasenkopfs Betrieb</i> hat sich der <i>Krankenstand seit Einführung des Zeitkontos</i> halbiert. Durchschnittlich, bemüht der <i>Unternehmer die Arbeitsmarktstatistik</i>, sind <i>Handwerker sieben bis acht Prozent ihrer Arbeitszeit</i> krank, <i>Industriearbeiter</i> haben sogar <i>acht bis neun</i> und <i>Beamte gar zwölf Prozent Fehlzeit</i>. <i>In Mehring-Öd</i> dagegen liegt die <i>Quote</i> seit Jahren <i>konstant bei 3,5 Prozent</i>. <i>Didymus Hasenkopf</i> weiß auch warum: <i>Wenn der lokale Fußballheld bei der</i></p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>sonntäglichen Siegesfeier (AZ) am Montagmorgen (AZ) die Fehlzeit vom Konto abbuchen (AZ) sich krankschreiben lassen</p>	<p>(AN) er (H) Hasenkopf (H) in einem anderen Betrieb (PK) Kosten</p>	<p>sonntäglichen Siegesfeier mal einen über den Durst getrunken hat, ruft er am Montagmorgen an und lässt die Fehlzeit vom Konto abbuchen. Hasenkopf: „In einem anderen Betrieb würde er sich vermutlich krankschreiben lassen.“ Auch so lassen sich Kosten sparen – ganz ohne Druck.</p>
<p>(AZ) sein Modell (AZ) ein Ausfalltag (AZ) nur noch acht statt durchschnittlich 16 Tage pro Jahr krank</p>	<p>(DW) gesamtwirtschaftlich (H) der überzeugte Flexibilisierer (H) sein Modell (PK) ein Ausfalltag (AG) den Betrieb (AN) jeder Arbeitnehmer (AG) bei einem 50-Mann-Betrieb (PK) eine Einsparung (AN) auf die 24 Millionen Beschäftigten in Deutschland (PK) die gigantische Summe (AP) Neue Arbeitsplätze</p>	<p>4.4. Auch gesamtwirtschaftlich, so rechnet der überzeugte Flexibilisierer vor, lohne sich sein Modell. Nach Berechnungen der Betriebskrankenkassen kostet ein Ausfalltag den Betrieb etwa 800 Mark. Wäre nun jeder Arbeitnehmer nur noch acht statt durchschnittlich 16 Tage pro Jahr krank, ergäben sich bei einem 50-Mann-Betrieb eine Einsparung von 50 Mitarbeitern x acht Tage x 800 Mark, also 320 000 Mark pro Jahr. Übertragen auf die 24 Millionen Beschäftigten in Deutschland ergibt dies die gigantische Summe von 153 Milliarden Mark pro Jahr.</p>
<p>(AZ) Das Hasenkopf-Modell (AZ) pro Jahr rund 1,7 Milliarden offizielle Überstunden (AZ) Die Dunkelziffer (AZ) mehr als doppelt so hoch</p>	<p>(H) Das Hasenkopf-Modell (H) der Initiator und Verfechter (PK) Kosten (AG) für die Unternehmer (AP) Arbeitsplätze (AP) das (AP) ganze zwei Millionen (AP) 1,5 Millionen (H) Hasenkopf (H) Seine Voraussage (S) Das Statistische Bundesamt (S) Experten</p>	<p>TT15. Neue Arbeitsplätze 5.1. Das Hasenkopf-Modell, so der Initiator und Verfechter, spart nicht nur Kosten für die Unternehmer, sondern kann auch zusätzlich Arbeitsplätze schaffen — und das nicht zu knapp: bei optimistischer Rechnung ganze zwei Millionen; Hasenkopf hält 1,5 Millionen für realistisch. Seine Voraussage: Das Statistische Bundesamt registriert pro Jahr rund 1,7 Milliarden offizielle Überstunden. Die Dunkelziffer, so vermuten Experten, ist jedoch mehr als doppelt so hoch.</p>
<p>(AZ) in diesem Bereich (AZ) vier Milliarden Überstunden pro Jahr (AZ) diese vier Milliarden (AZ) die 2000 Stunden (AZ) die</p>	<p>(H) Hasenkopf (H) auf die eigene Erfahrung (H) er (AG) im Handwerk und im Mittelstand (DW) Um Steuern zu sparen</p>	<p>5.2. Hasenkopf beruft sich auf die eigene Erfahrung, wenn er sagt: „Gerade im Handwerk und im Mittelstand wird in diesem Bereich viel Schindluder getrieben. Um Steuern zu sparen, verlangen die Mitarbeiter Schwarzgeld und erhalten dies auch. Genaugenommen wird der Staat — und mit ihm die Allgemeinheit — somit zweimal</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) pro Jahr	(AN) die Mitarbeiter (DW) Schwarzgeld (DW) dies (DW) der Staat (DW) mit ihm (DW) ihm (DW) Steuereinnahmen (DW) er (DW) Ausgaben für Arbeitslose (H) Hasenkopf (AN) ein deutscher Arbeitnehmer (AP) zwei Millionen neue Arbeitsplätze	betrogen: Auf der einen Seite entgehen ihm Steuereinnahmen, auf der anderen Seite hat er Ausgaben für Arbeitslose". Hasenkopf schätzt, dass in Deutschland vier Milliarden Überstunden pro Jahr tatsächlich geschoben werden. Und wenn man diese vier Milliarden durch die 2000 Stunden teilt, die ein deutscher Arbeitnehmer pro Jahr arbeitet, dann ergeben sich eben zwei Millionen neue Arbeitsplätze.
(AZ) Das Modellprojekt (AZ) Interessen (AZ) das Ding	(AP) Bei solchen Zahlen (H)(AG) die Arbeitszeit-Pioniere (P) mit dem Abgeordneten des Wahlkreises Traunstein und Vorsitzenden der CSU-Fraktion im Bayerischen Landtag, Alois Glück (P) Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung (P) der Lokalpolitiker (P) der (P) auf eigene Lorbeeren	5.3. Bei solchen Zahlen erscheint es nicht verwunderlich, dass man in Bayern nicht daran interessiert war, das Modellprojekt auf Bundesebene auszuweisen. Als die Arbeitszeit-Pioniere beim ersten Gespräch mit dem Abgeordneten des Wahlkreises Traunstein und Vorsitzenden der CSU-Fraktion im Bayerischen Landtag, Alois Glück, auf Interessen des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung verwiesen, winkte der ab. „Nix da“, raunte der Lokalpolitiker, der auf eigene Lorbeeren hofft, „das Ding bleibt in Bayern“.
(AZ) des Hasenkopf-Modells	(PK) höhere Motivation der Mitarbeiter (PK) Zeitspielraum zur Personaldisposition (PK) kürzere Lieferzeiten (PK) weniger Krankheitstage (PK) besseres Betriebsklima (FF) Recht auf Zeiteigentum (FF) Freiraum für Freizeit und Familie (AP) Schaffung von mehr und sicheren	Die Vorteile des Hasenkopf-Modells auf einen Blick: Für Unternehmen: <ul style="list-style-type: none"> • höhere Motivation der Mitarbeiter • größerer Zeitspielraum zur Personaldisposition und dadurch flexiblere, sprich kürzere Lieferzeiten • weniger Krankheitstage • besseres Betriebsklima Für Arbeitnehmer: <ul style="list-style-type: none"> • Recht auf Zeiteigentum

Hauptgegenstand		Text
	Nebengegenstände Arbeitsplätze (DW) Reduzierung der Schwarzarbeit (DW) Abbau von Kosten im Gesundheitswesen (DW) höhere Einnahmen des Staates (DW) Sicherung des sozialen Friedens	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Freiraum für Freizeit und Familie</i> • Senkung der Steuerbelastung durch gleichmäßiges Einkommen für die Volkswirtschaft: • <i>Schaffung von mehr und sicheren Arbeitsplätzen</i> ohne staatliche Eingriffe und Subventionen • <i>Reduzierung der Schwarzarbeit</i> • <i>Abbau von Kosten im Gesundheitswesen</i> • <i>höhere Einnahmen des Staates</i> • <i>Sicherung des sozialen Friedens</i>

TT8. Unterstützer für Unternehmen

(AZ) Durch die aktuelle Diskussion um flexible Arbeitszeiten (AZ) bei der Umsetzung	(B)(AG) Unterstützer für Unternehmen (B) die Beratungsfirmen (B) die	TT8. Unterstützer für Unternehmen Durch die aktuelle Diskussion um flexible Arbeitszeiten richtet sich das Augenmerk verstärkt auf die <i>Beratungsfirmen, die bei der Umsetzung</i> behilflich sind.
(AZ) die Arbeitswissenschaften (AZ) mit der Arbeitszeit (AZ) Betriebliche Arbeitszeitpolitik zwischen Arbeitszeitverkürzung und Arbeitszeitflexibilisierung	(B ₂) Dr. Andreas Hoff (B ₂) er (B ₂) sich (B ₂) Hier (B ₂) den ersten Arbeitszeitberater Deutschlands (B ₂) diese Berufsbezeichnung (B ₂) das Wort (B ₂) Hoff (B ₂) in seiner Doktorarbeit (B ₂) er (B ₂) der Titel „ Betriebliche Arbeitszeitpolitik zwischen Arbeitszeitverkürzung und Arbeitszeitflexibilisierung “ (B ₂) Hoff's berufliche Laufbahn (B ₂) die Gründung einer eigenen Firma (B ₂) mit dem Arbeitszeitforscher Willi Haller (B ₂) der	Titel. I.1. An den 1. Oktober 1993 kann sich <i>Dr. Andreas Hoff</i> noch gut erinnern. Zu jenem Zeitpunkt war er auf einer Tagung in Loccum und präsentierte sich dort mit den launigen Worten: „ <i>Hier</i> sehen Sie den <i>ersten Arbeitszeitberater Deutschlands</i> .“ Mittlerweile ist <i>diese Berufsbezeichnung</i> in den Sprachgebrauch eingegangen. Vergleichsweise noch jung ist das <i>Wort</i> , doch schon alt ist das Interesse, das <i>Hoff</i> für die <i>Arbeitswissenschaften</i> mitbringt. Schon in seiner <i>Doktorarbeit</i> beschäftigte er sich mit der <i>Arbeitszeit; der Titel: „Betriebliche Arbeitszeitpolitik zwischen Arbeitszeitverkürzung und Arbeitszeitflexibilisierung“</i> . Hoff's <i>berufliche Laufbahn</i> mündete 1983 in die <i>Gründung einer eigenen Firma</i> – gemeinsam mit dem <i>Arbeitszeitforscher Willi Haller</i> , der drei Jahre später wieder ausschied.

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) die Gestaltung flexibler Systeme (AZ) die Regeln, nach denen sich die Arbeitszeiten bewegen können (AZ) Bei der Entwicklung dieser Regeln (AZ) die Regeln (AZ) mit einem fertigen Konzept (AZ) die Sache</p>	<p>(B₂) Die heutige Firma „Dr. Hoff, Weidinger & Partner“, Berlin (B₂) aus einem Team von sieben Personen (B₂) die (AP) fünf Arbeitsplätze (B₂) Auf etwa 300 Beratungen (B₂) Hoff (B₂) das bisher geleistete Pensum (AG) ein paar tausend Teilnehmer (B₂) bei Seminaren (B₂) seiner Mitarbeiter (B₂) Bei den Beratungsprojekten (B₂) wir (AN) die Mitarbeiter (W) daran beteiligt werden (AN) Sie (AN) sie (B₂) Hoff</p>	<p>Text 1.2. Die heutige Firma „Dr. Hoff, Weidinger & Partner“, Berlin, besteht aus einem Team von sieben Personen, die sich fünf Arbeitsplätze teilen. Auf etwa 300 Beratungen schätzt Hoff das bisher geleistete Pensum, außerdem haben „ein paar tausend Teilnehmer“ bei Seminaren vom Fachwissen seiner Mitarbeiter profitiert. Bei den Beratungsprojekten geht es um die Gestaltung flexibler Systeme, also um die Regeln, nach denen sich die Arbeitszeiten bewegen können. „Bei der Entwicklung dieser Regeln legen wir allergrößten Wert darauf, dass die Mitarbeiter daran beteiligt werden. Sie sollen die Regeln ja nachher mit Leben füllen. Wenn man sie mit einem fertigen Konzept konfrontiert, hat man hinterher Schwierigkeiten, die Sache tatsächlich zum Laufen zu bringen“, erläutert Hoff.</p>
<p>(AZ) Schicht- und Dienstpläne (AZ) die Maschinen besetzt sein (AZ) Flexibilitätsanforderungen (AZ) eine Art Grundgerüst (AZ) das (AZ) in einem Schichtplan (AZ) Projektteams (AZ) die (AZ) zum Thema „Flexible Arbeitszeiten“</p>	<p>(B₂) Ein weiteres Thema der Beratung (B) Schicht- und Dienstpläne (B₂) Hoff (AP) Arbeitsplätze (AP) Besetzungsstärken (B₂) die Arbeitszeitberater (AN) die Mitarbeiter (W) selbst entscheiden (B₂) Hoff und Partner (AG) Projektteams (AG) die (AG) in einem Unternehmen (AN) Betriebsräte (B₂) sie (B₂) als Schlichter</p>	<p>TTT2. An den Regeln beteiligen 2.1. Ein weiteres Thema der Beratung sind Schicht- und Dienstpläne. Zunächst lässt Hoff grundsätzliche Fragen beantworten: Wie lange müssen die Maschinen besetzt sein, wie viele Arbeitsplätze gibt es, welche Besetzungsstärken und welche Flexibilitätsanforderungen? Aufgrund der gewonnenen Daten erstellen die Arbeitszeitberater eine Art Grundgerüst. „Wie sich das konkret in einem Schichtplan niederschlägt, können die Mitarbeiter dann selbst entscheiden.“ Des Weiteren beraten und betreuen Hoff und Partner Projektteams, die sich in einem Unternehmen zum Thema „Flexible Arbeitszeiten“ bilden, oder auch Betriebsräte. Zunehmend werden sie außerdem als Schlichter herangezogen.</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) Die Projekte (AZ) die</p>	<p>(B₂) Hoff (B₂) seine Kollegen (B) ein Sektor (B) der (B) für die meisten Unternehmensberatungen (B₂) Hoff (B₂)(AG) Unsere Hauptklientel (AN) von ein paar hundert bis ein paar tausend Beschäftigte (B₁) die Firma (AG) mit den Großen der Wirtschaft (AG) VW, Daimler-Benz, Dasa (B₂) die Arbeit</p>	<p>2.2. Die Projekte, die Hoff und seine Kollegen übernehmen, sind meist überschaubar zugeschnitten und dauern einige wenige Tage – ein Sektor, der „für die meisten Unternehmensberatungen bisher nicht so furchtbar interessant war“. Hoff: „Unsere Hauptklientel liegt im GmbH-Bereich, von ein paar hundert bis ein paar tausend Beschäftigte.“ Was nicht heißen soll, dass die Firma nicht schon mit den Großen der Wirtschaft gearbeitet hätte: VW, Daimler-Benz, Dasa. Honoriert wird die Arbeit auf der Basis von Tagessätzen, die sich „im oberen Mittelfeld“ bewegen.</p>
<p>(AZ) angesichts der Aktualität des Thema</p>	<p>(B) Die Zahl der auf flexible Arbeitszeitberatung spezialisierten Firmen (B₂) Hoff (B) Berater (B) schwarze Schafe (B) hier (AG) Kunden (AG) sie</p>	<p>2.3. Die Zahl der auf flexible Arbeitszeitberatung spezialisierten Firmen schätzt Hoff auf nur etwa zehn. Obwohl angesichts der Aktualität des Themas immer mehr Berater auf den Markt vorstoßen, sind – anders als etwa bei den Bewerbungs- und Karriereberatern – schwarze Schafe bislang offenbar nicht in Erscheinung getreten. Aber auch hier gilt der grundsätzliche Rat: Kunden sollten sich dadurch absichern, indem sie sich Referenzen zeigen lassen.</p>
<p>(AZ) die Pionierzeit der flexiblen Arbeitszeitgestaltung in der Bundesrepublik (AZ) ein flexibles Arbeitszeitsystem (AZ) Leiterin des Meilenstein-Projektes „Individuelle Arbeitszeit“ (IAZ)</p>	<p>(B₁) Angela Fauth-Herkner aus Pullach (B₁) sie (B₁) Fauth-Herkner (B₁) sie (AG) beim Münchner Textilhaus Ludwig Beck (AG) das (AG) als erstes Unternehmen (AG)(AN) seinen Mitarbeitern (B₁) Fauth-Herkner (B₁) Assistentin der Personalleitung (B₁) Leiterin des Meilenstein-Projektes „Individuelle Arbeitszeit“ (IAZ)</p>	<p>2.4. Angela Fauth-Herkner aus Pullach hätte in einem solchen Fall überhaupt keine Probleme, hat sie doch eine Referenz vorzuweisen, die als gleichsam unschlagbar gelten darf: Fauth-Herkner hat die Pionierzeit der flexiblen Arbeitszeitgestaltung in der Bundesrepublik miterlebt: Zwölf Jahre lang war sie beim Münchner Textilhaus Ludwig Beck am Rathausseck beschäftigt, das 1978 als erstes Unternehmen seinen Mitarbeitern ein flexibles Arbeitszeitsystem ermöglichte. Fauth-Herkner war zunächst Assistentin der Personalleitung und Leiterin des Meilenstein-Projektes „Individuelle Arbeitszeit“ (IAZ), später Personalleiterin für rund tausend Mitarbeiter.</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) Arbeits-(zeit-)Management (AZ) Ambitioniertestes Projekt (AZ) „Mobilzeit“-Aktion der Bundesregierung</p>	<p>(B₁)(AN)Personalleiterin (AN) für rund tausend Mitarbeiter (B₁) Fauth-Herkner (B₁) sie (B₁) die Unternehmensberatung „Neue Wege für die Arbeitswelt“ (B₁) deren Schwerpunkt (B₁) Arbeits-(zeit-)Management (B₁)(AG) Ihre Auftraggeber (AG) Die Größe der Betriebe (AG) die (B₁) Fauth-Herkner (AG) Firmen (AG)(AN) mit drei bis 2000 Mitarbeitern (AG)einer bis 400 Filialen (B₁)Das Unternehmen (S) mit zahlreichen Fachleuten (B₁) im Bereich der Arbeitszeitberatung (B₁) für Fauth-Herkner (B₁) die Mitarbeit (P)(F) „Mobilzeit“-Aktion der Bundesregierung</p>	<p>2.5. 1989 machte <i>Fauth-Herkner</i> sich selbständig. Im Münchner Süden eröffnete sie die <i>Unternehmensberatung „Neue Wege für die Arbeitswelt“</i>, deren Schwerpunkt <i>Arbeits-(zeit-)Management</i> ist. <i>Ihre Auftraggeber</i> kommen aus den Branchen Dienstleistung, Handel, Handwerk, Verwaltung, öffentlicher Dienst und Produktion. <i>Die Größe der Betriebe, die Fauth-Herkner</i> berät, reicht von <i>Firmen mit drei bis 2000 Mitarbeitern und einer bis 400 Filialen. Das Unternehmen arbeitet mit zahlreichen Fachleuten</i> aus den Bereichen Betriebs- und Sozialwirtschaft, Organisation, Pädagogik, Arbeitsrecht und EDV zusammen. <i>Ambitioniertestes Projekt im Bereich der Arbeitszeitberatung ist für Fauth-Herkner momentan die Mitarbeit an der „Mobilzeit“-Aktion der Bundesregierung.</i></p>
<p>(AZ) Methoden</p>	<p>(B₁) Zu den Arbeitsfeldern (B₁) mit denen (B₁) „Neue Wege für die Arbeitswelt“ (B₁) die Mitarbeit (F) ein von der EU-Kommission gegründetes Netzwerk „Familie und Arbeitswelt“ (F) das (S) Vierzehn Expertinnen (F) die scharfe Trennung zwischen Beruf und Familie (B₁) Angela Fauth-Herkner (B₁) nationale Koordinatorin des Projektes</p>	<p>2.6. <i>Zu den Arbeitsfeldern, mit denen sich „Neue Wege für die Arbeitswelt“</i> befasst, gehört auch die <i>Mitarbeit</i> an einem europäischen Vorhaben. Seit 1994 gibt es ein von der <i>EU-Kommission gegründetes Netzwerk „Familie und Arbeitswelt“</i>, das mittlerweile zum größten der bestehenden zehn Netzwerke avanciert ist. <i>Vierzehn Expertinnen</i> aus zwölf Nationen erarbeiten <i>Methoden, wie sich die scharfe Trennung zwischen Beruf und Familie</i> leben lässt. <i>Angela Fauth-Herkner</i> ist <i>nationale Koordinatorin</i> des Projektes.</p>
	<p>(B) Hilfe bei der Implementierung</p>	<p>TTt3. Hilfe bei der Implementierung</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) mit der Einführung neuer Arbeitszeitmodelle (AZ) Hilfestellung zur erfolgreichen Implementierung	(B) Zu denjenigen (B) die Berater-Markt (B) Heribert Miethaner, Peter Täuber und Kleo Eisenlohr (B ₃) Die drei (B ₃) sie (B ₃) zu einem losen Verbund namens „Zeitsprung“ (B ₃) Miethaner (B ₃) zwei auch getrennt voneinander einsetzbare Bausteine (B ₃) einen Workshop und ein Handbuch (B ₃) Auf diese Weise (B ₃) das Trio (AG) Projektgruppen, Personalabteilungen, Betriebsräten oder Einzelpersonen (AG) die (AG) im Unternehmen (B ₃) Hilfestellung zur erfolgreichen Implementierung	3.1. <i>Zu denjenigen, die auf dem immer stärker umkämpften Berater-Markt erst noch reüssieren wollen, zählen Heribert Miethaner, Peter Täuber und Kleo Eisenlohr. Die drei lernten sich im Jahr 1994 bei einer Fortbildung kennen. Danach schlossen sie sich zu einem losen Verbund namens „Zeitsprung“ zusammen und erarbeiteten, so Miethaner, „zwei auch getrennt voneinander einsetzbare Bausteine“: einen Workshop und ein Handbuch. Auf diese Weise will das Trio „Projektgruppen, Personalabteilungen, Betriebsräten oder Einzelpersonen, die im Unternehmen mit der Einführung neuer Arbeitszeitmodelle betraut sind, Hilfestellung zur erfolgreichen Implementierung“ geben.</i>

TT9. Wachsendes Interesse

TT 9. Wachsendes Interesse	
(AZ) flexible Arbeitszeiten	Ein Interview mit Dr. Andreas Hoff, Mitinhaber der Berliner Arbeitszeitberatung Dr. Hoff, Weidinger und Partner, über flexible Arbeitszeiten.
(AZ) den eigenen Arbeitszeiten	TTII I.1. m & s: <i>Herr Dr. Hoff, wie sieht es eigentlich in einer der bekanntesten Arbeitszeitberatung mit den eigenen Arbeitszeiten aus?</i>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) soviel, wie er will</p> <p>(AZ) einen völlig freien Zugang zur Teilzeitarbeit</p> <p>(AZ) Standardarbeitszeit</p> <p>(AZ) vollzeitbeschäftigt</p> <p>(AZ) 40 Stunden – fünf Tage a acht Stunden</p> <p>(AZ) Die Verteilung der Arbeitszeit</p>	<p>(B₂) Bei uns</p> <p>(B₂) jeder</p> <p>(B₂)(W) soviel, wie er will</p> <p>(B₂) Wir</p> <p>(B₂)(W) jedem selbst überlassen</p>	<p>TT2</p> <p>1.2. HOFF: <i>Bei uns arbeitet jeder soviel, wie er will. Das heißt: Wir haben einen völlig freien Zugang zur Teilzeitarbeit. Ausgangspunkt und Standardarbeitszeit, wenn man vollzeitbeschäftigt ist, sind 40 Stunden – fünf Tage a acht Stunden. Die Verteilung der Arbeitszeit ist jedem selbst überlassen, wobei selbstverständlich der Kunde an erster Stelle steht.</i></p>
<p>(AZ) weitere gelungene Beispiele flexibler Arbeitszeiten</p> <p>(AZ) Zwei Beispiele</p> <p>(AZ) gar keine Arbeitszeitregelung</p> <p>(AZ) ein Modell</p> <p>(AZ) das</p> <p>(AZ) demjenigen</p> <p>(AZ) die Verteilung der Arbeitszeiten</p> <p>(AZ) das Modell „Vertrauensgleitzeit“</p> <p>(AZ) das</p> <p>„Sollarbeitszeit“</p> <p>(AZ) keine Zeiterfassung</p> <p>(AZ) Zeitkonten über Abweichungen von diesem Sollwert</p> <p>(AZ) Dessen Ausgleich</p>	<p>(B₂) Sie</p> <p>(AG) in deutschen Unternehmen</p> <p>(AG) Zwei Beispiele</p> <p>(B₂) ich</p> <p>(AG) die Firma SAP</p> <p>(AG) die</p> <p>(AN) einigen tausend Beschäftigten</p> <p>(B₂) in unserem kleinen Betrieb</p> <p>(B₂) mir</p> <p>(AG) der Siemens AG</p> <p>(AN) Die Mitarbeiter</p> <p>(W) in der Selbstverantwortung der Mitarbeiter</p>	<p>TT2</p> <p>2.1. m & s: <i>Können Sie weitere gelungene Beispiele flexibler Arbeitszeiten in deutschen Unternehmen nennen?</i></p> <p>2.2. HOFF: <i>Zwei Beispiele möchte ich hervorheben: einmal die Firma SAP, die eigentlich gar keine Arbeitszeitregelung hat, sondern im großbetrieblichen Maßstab bei mittlerweile einigen tausend Beschäftigten – ein Modell fährt, das demjenigen in unserem kleinen Betrieb ähnelt, insbesondere was die Verteilung der Arbeitszeiten angeht. Besonders aufgefallen ist mir in den letzten Monaten zweitens das Modell „Vertrauensgleitzeit“ der Siemens AG, das gegenwärtig in einigen Pilotbereichen erprobt wird und im Grunde auf dasselbe hinausläuft: Die Mitarbeiter haben immer noch eine sogenannte „Sollarbeitszeit“, aber es gibt keine Zeiterfassung mehr in dem Sinne, dass Zeitkonten über Abweichungen von diesem Sollwert geführt würden. Dessen Ausgleich liegt vielmehr in der Selbstverantwortung der Mitarbeiter.</i></p>
<p>(AZ) „Spiegel“-Buch „Weniger Arbeit“</p> <p>(AZ) Die Idee der flexiblen Arbeitszeitgestaltung</p> <p>(AZ) mit ihrer schlechten Realität</p> <p>(AZ) unter flexibler Arbeitszeit</p> <p>(AZ) den wenigen Modellen</p> <p>(AZ) die</p> <p>(AZ) Flexibilisierung</p>	<p>(B₂) Sie</p> <p>(B₂) Sie</p> <p>(AG) Arbeitgeber</p> <p>(AN) Arbeitnehmern</p>	<p>TT3</p> <p>3.1. m & s: <i>In dem „Spiegel“-Buch „Weniger Arbeit“ aus dem Jahr 1984 werden Sie mit den Worten zitiert: „Die Idee der flexiblen Arbeitszeitgestaltung wird mit ihrer schlechten Realität diskreditiert.“ Haben Sie heute, ein Dutzend Jahre später, eine geänderte Meinung?</i></p> <p>3.2. HOFF: <i>Auf jeden Fall. Was man damals unter flexibler Arbeitszeit verstanden hat – bei den wenigen Modellen, die es damals gab –, hat sich alles stark konkretisiert. Es ist auch nicht so, dass Flexibilisierung einen schlechten Ruf hätte als Arbeitsform. In</i></p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) Arbeitsform		den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass damit gerade auf betrieblicher Ebene erhebliche Konsenspotentiale zwischen <i>Arbeitgebern</i> und <i>Arbeitnehmern</i> erschlossen werden können.
(AZ) flexible Arbeitszeiten (AZ) Flexible Arbeitszeiten	(B ₂) Sie (AP) Entlassungen (AP) zusätzlichen Dauerarbeitsplätzen	TT14 4.1. m & s: Welche These halten Sie für wahrscheinlicher: „Mit <i>flexiblen Arbeitszeiten</i> werden <i>Entlassungen</i> vermieden oder zumindest hinausgeschoben“ oder „ <i>Flexible Arbeitszeiten</i> führen zu <i>zusätzlichen Dauerarbeitsplätzen</i> “?
(AZ) Flexible Arbeitszeiten (AZ) Überstunden (AZ) Aushilfen-Beschäftigung (einschließlich Leih-Arbeitnehmer) (AZ) flexible Arbeitszeiten (AZ) Zeiten der Unterauslastung (AZ) Unterauslastungszeiten	(AN) Stammbeslegschaft (AN) Aushilfen-Beschäftigung (einschließlich Leih-Arbeitnehmer) (AN) zusätzliches Personal (AG) der Betrieb (AP) Beschäftigungseffekt	4.2. HOFF: Beide Einschätzungen können richtig sein. Das hängt jeweils von der betrieblichen Situation ab. <i>Flexible Arbeitszeiten</i> haben zwei Effekte: zum einen die Verstärkung von <i>Stammbeslegschaft</i> – was auch bedeuten kann, dass <i>Überstunden</i> und <i>Aushilfen-Beschäftigung (einschließlich Leih-Arbeitnehmer)</i> in <i>zusätzliches Personal</i> umgewandelt werden können. Auf der anderen Seite bieten <i>flexible Arbeitszeiten</i> natürlich auch immer Rationalisierungschancen – insbesondere dadurch, dass <i>Zeiten der Unterauslastung</i> nicht mehr versteckt, sondern offen ausgewiesen werden. Hat nun der Betrieb in der Vergangenheit <i>Unterauslastungszeiten</i> akzeptiert, dann wird der Rationalisierungseffekt im Vordergrund stehen. Hat er schon effizient organisiert, kann durchaus ein <i>Beschäftigungseffekt</i> entstehen.
(AZ) flexible Arbeitszeiten	(B ₂) Sie (B ₂) Ihre Branche	TT15 5.1. m & s: Wägen Sie eine Prognose, wie es im Jahre 2001, zu Beginn des nächsten Jahrtausends, um <i>Ihre Branche</i> und flexible Arbeitszeiten bestellt sein wird?
(AZ) Flexibilität	(B ₂) Wir (B ₂) der Beratungsmarkt (AG) Firmen (AG) die	5.2. HOFF: <i>Wir</i> stehen vor einer Ausdehnungs-Explosion. Das zeigt sich auch daran, dass sich <i>der Beratungsmarkt</i> gegenwärtig sehr stark ausweitet. Insofern ist wohl die Einschätzung gerechtfertigt, dass auch der Anteil an <i>Firmen, die Flexibilität</i> vernünftig organisieren, in den nächsten Jahren von heute etwa 15 bis 20 Prozent auf das Doppelte anwachsen wird.

TT11. Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen		
(AZ) Immenser Nachholbedarf (AZ) flexible Arbeitszeiten (AZ) von diesem Angebot (AZ) Hürden und Hemmschwellen (AZ) hier (AZ) die Umstellung	(M) in den Führungsetagen (N) gesellschaftlich akzeptabel (M) Führungskräfte (N) Hürden und Hemmschwellen (M) den Managern (AN) den Mitarbeitern	TT11. Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen Um flexible Arbeitszeiten gesellschaftlich akzeptabel zu machen, müssen Führungskräfte von diesem Angebot Gebrauch machen. <i>Hürden und Hemmschwellen</i> sind hier besonders hoch. Dabei tut <i>die Umstellung</i> nicht nur <i>den Managern</i> , sondern auch <i>den Mitarbeitern</i> gut.
(AZ) nur von Dienstag bis Donnerstag (AZ) auf ihrem Platz (AZ) An den anderen Tagen (AZ) Von Freitag bis Montag	(M ₁) Christel Kaufmann-Hocker (M ₁) sie (M ₁) die Direktorin Ressourcen und Controlling (M ₁)(AG) bei der Deutschen Bank, Duisburg (M ₁) der (M ₁)(AN) rund 40 Mitarbeiter unterstellt (M ₁) auf ihrem Platz (M ₁) sie (M ₁) von ihren Abteilungsleitern (M ₁) ich (M ₁)(FF) Mutter	TT11 1.1. Wenn <i>Christel Kaufmann-Hocker</i> arbeitet, hat sie einen dichtgedrängten Terminkalender. Doch die <i>Direktorin Ressourcen und Controlling</i> bei der <i>Deutschen Bank, Duisburg, der rund 40 Mitarbeiter</i> unterstellt sind, sitzt <i>nur von Dienstag bis Donnerstag</i> auf ihrem Platz. <i>An den anderen Tagen</i> wird sie von ihren <i>Abteilungsleitern</i> vertreten und erlebt zu Hause Stress ganz anderer Art: „ <i>Von Freitag bis Montag bin ich Mutter.</i> “
(AZ) Teilzeitführungskraft (AZ) Etwas (AZ) was (AZ) ständige Präsenz (AZ) Wochenarbeitsstunden von 70 und mehr (AZ) mit kürzeren Arbeitszeiten	(M ₁) Christel Kaufmann-Hocker (M ₁) Teilzeitführungskraft (M ₁) etwas (M ₁) was (N) nach Auffassung (M) vieler Manager-Kollegen (M) die (N) ständige Präsenz (N) Pflichtbewusstsein (N) Personalverantwortung (M)(N) Exoten	1.2. <i>Christel Kaufmann-Hocker</i> ist <i>Teilzeitführungskraft – etwas, was es nach Auffassung vieler Manager-Kollegen</i> eigentlich gar nicht geben dürfte. Denn die missverstehen bis heute <i>ständige Präsenz</i> und <i>Wochenarbeitsstunden von 70 und mehr</i> als <i>Pflichtbewusstsein</i> – und können sich erst recht nicht vorstellen, dass sich <i>Personalverantwortung mit kürzeren Arbeitszeiten</i> verträgt.
		TT12. Exoten

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) „Vollzeit“ (AZ) ihre Arbeitszeit	(M) Manager (M) die (M)(N) Exoten (M ₂) Thomas Wollnik (M ₂) der (M ₂)(AG) bei der Bayer AG, Leverkusen (M ₂) innerhalb des Ressorts Personalpolitik für Zeitwirtschaft (M)(N) als unloyal oder gar unfähig (S) Nach einer Erhebung des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW), Köln (M) 3,2 Prozent der Abteilungsleiter (M) 4,7 Prozent aller Direktoren, Amts- und Betriebsleiter (M) ihre Arbeitszeit	2.1. <i>Manager, die weniger als „Vollzeit“ arbeiten, gelten in Deutschland bestenfalls als Exoten, wie Thomas Wollnik es ausdrückt, der bei der Bayer AG, Leverkusen, innerhalb des Ressorts Personalpolitik für Zeitwirtschaft zuständig ist, oder – schlimmer noch – als unloyal oder gar unfähig. Nach einer Erhebung des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW), Köln, haben heute lediglich 3,2 Prozent der Abteilungsleiter und 4,7 Prozent aller Direktoren, Amts- und Betriebsleiter in Deutschland ihre Arbeitszeit reduziert.</i>
(AZ) Teilzeitarbeit für Führungskräfte (AZ) Anwesenheit	(M ₃) Bernhard Tauscher (M ₃) Personalleiter für den Bereich öffentliche Kommunikation (M ₃)(AG) bei Siemens (M ₃) seiner Kollegen (M ₃) er (M) Teilzeitarbeit für Führungskräfte (N) nur in Ausnahmefällen (M) eine Kraft	2.2. <i>Bernhard Tauscher, Personalleiter für den Bereich öffentliche Kommunikation bei Siemens und damit zuständig für rund 11000 Mitarbeiter, spricht für viele seiner Kollegen, wenn er behauptet, Teilzeitarbeit für Führungskräfte – vor allem im dispositiven Bereich, sei nur in Ausnahmefällen möglich: „Je höher eine Kraft angesiedelt ist, um so mehr Anwesenheit ist erforderlich.“</i>
(AZ) quantitativ verkürzte Führungsarbeit (AZ) einem halben Jahr Erziehungsurlaub (AZ) an nur vier Tagen der Woche (AZ) das	(N) dies (N) eine Fehleinschätzung (M ₁) Christel Kaufmann-Hocker (M ₄) Heidrun Burgdorf (M ₄) Leiterin der Marktforschung (M ₄)(AG) der Avon Cosmetics GmbH in Neufahrn bei München (M ₄) quantitativ verkürzte Führungsarbeit (N) qualitative Nachteile (M ₄)(FF) Nach der Geburt ihres ersten Kindes	2.3. <i>Dass dies jedoch offenbar eine Fehleinschätzung ist beweist nicht nur Christel Kaufmann-Hocker. Auch Heidrun Burgdorf, Leiterin der Marktforschung der Avon Cosmetics GmbH in Neufahrn bei München, führt seit gut einem Jahr vor, dass quantitativ verkürzte Führungsarbeit keineswegs qualitative Nachteile mit sich bringen muss. Nach der Geburt ihres ersten Kindes und einem halben Jahr Erziehungsurlaub erledigt sie ihre Führungsaufgaben nun an nur vier Tagen der Woche – und das durchaus erfolgreich.</i>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) Präsenz (AZ) ihre wöchentliche Stundenzahl auf 20 (AZ) von einer – ebenfalls teilzeitarbeitenden – Mitarbeiterin</p>	<p>(FF) einem halben Jahr Erziehungsurlaub (M₄) sie (M₄) ihre Führungsaufgaben (M₅) Cornelia Hortig (M₅) Dienststellenleiterin (AG) bei Siemens in München (FF) ein zeitaufwendiges Hobby (M₅) die junge Frau (M₅) ihre wöchentliche Stundenzahl auf 20 (M₅) sie (M₅) nicht mehr selbst (M₅) von einer – ebenfalls teilzeitarbeitenden – Mitarbeiterin (M₅) Hortig</p>	<p>2.4. Noch weniger Präsenz zeigt <i>Cornelia Hortig, Dienststellenleiterin bei Siemens in München</i>. Nachdem ein zeitaufwendiges Hobby die <i>junge Frau</i> bewog, <i>ihre wöchentliche Stundenzahl auf 20</i> zu reduzieren, werden die Aufgaben, die sie nun nicht mehr selbst erledigen kann, von einer – ebenfalls teilzeitarbeitenden – Mitarbeiterin übernommen. Eine Aufgabenumverteilung, so <i>Hortig</i>, die „nach einer gewissen Einarbeitungszeit“ heute „super“ funktioniert.</p>
<p>(AZ) mit ihren laufenden Teilzeittinitiativen (AZ) Paradebeispiel für flexible Arbeitszeiten (AZ) mit ihren Angeboten (AZ) wenig Resonanz in der Top-Etage (AZ) Als leuchtendes Beispiel (AZ) die Situation (AZ) nur ganz wenige Wünsche (AZ) Eine Massenerscheinung</p>	<p>(AG) Firmen (AG) Bayer (AG) er Münchner Automobilhersteller BMW (AG) die (AG) mit ihren laufenden Teilzeittinitiativen (M) das Management (AG) Kaufhaus Beck (AG) das Paradebeispiel für flexible Arbeitszeiten (AG) mit ihren Angeboten (M) wenig Resonanz in der Top-Etage (M)(N) Als leuchtendes Beispiel (M) kaum jemand (AG) Hans-Dietrich Lindner (AG) Leiter der Bayer-Personalabteilung Leitende Mitarbeiter (M) die Situation (M) nur ganz wenige Wünsche (AG) Peter Gabner (AG) Leiter Arbeitszeitpolitik</p>	<p>2.5. Trotz dieser positiven Beispiele: <i>Firmen wie Bayer oder der Münchner Automobilhersteller BMW, die mit ihren laufenden Teilzeittinitiativen</i> ausdrücklich auch <i>das Management</i> ansprechen, oder das ebenfalls in der bayerischen Landeshauptstadt ansässige <i>Kaufhaus Beck, das</i> seit Jahren als <i>Paradebeispiel für flexible Arbeitszeiten</i> gilt, <i>stoben mit ihren Angeboten auf wenig Resonanz in der Top-Etage. Als leuchtendes Beispiel</i> vorangehen will <i>kaum jemand</i>. Es werde zwar viel geredet, beschreibt <i>Hans-Dietrich Lindner, Leiter der Bayer-Personalabteilung Leitende Mitarbeiter, die Situation</i>, „<i>doch an uns werden nur ganz wenige Wünsche herangetragen</i>“. Auch <i>Peter Gabner, Leiter Arbeitszeitpolitik bei BMW</i>, ist überzeugt: „<i>Eine Massenerscheinung wird das nicht.</i>“</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
	(AG) bei BMW (N) Eine Massenerscheinung (N) Gesellschaftliche Normen	TTt3. Gesellschaftliche Normen
(AZ) die mangelnde Resonanz (AZ) auf Teilzeitangebote (AZ) Teilzeit	(N) Das (M ₁) Kaufmann-Hocker (M ₁) Die Bankerin (N) die noch immer geltenden gesellschaftlichen Normen (M) die mangelnde Resonanz (M) Frauen (M) die (N)(FF) der zumeist ihnen zufällenden Hausarbeit und Kinderbetreuung (M) kaum Führungspositionen (AN) qualifizierte Mitarbeiterinnen (M) den Sprung in die Spitze (M) sie (FF) selten verheiratet (FF) Kinder (M) Männer (M) die (N) noch nicht genügend anerkannt (M ₁) wir (M ₁) ihre Einschätzung (M)(N) Vorzeigemänner	3.1. Das befürchtet auch <i>Kaufmann-Hocker</i> . <i>Die Bankerin macht vor allem die noch immer geltenden gesellschaftlichen Normen für die mangelnde Resonanz verantwortlich: Frauen, die aufgrund der zumeist ihnen zufallenden Hausarbeit und Kinderbetreuung gerne auf Teilzeitangebote zurückgreifen würden, hätten einfach kaum Führungspositionen inne. Denn schafften qualifizierte Mitarbeiterinnen den Sprung in die Spitze, dann seien sie „selten verheiratet und haben noch seltener Kinder“. Männer aber, die Teilzeit arbeiten, würden einfach noch nicht genügend anerkannt. „Was wir noch brauchen“, so ihre Einschätzung, „sind Vorzeigemänner.“</i>
(AZ) eine Vier-Tage- Woche (AZ) mehr Zeit für Frau und Kinder	(M ₆) Einer (M ₆) auf den (M)(N) diese Bezeichnung (M ₆) Konrad Ess (M ₆) Abteilungsleiter im Wertpapiergeschäft (M ₆)(AG) der Hypobank in München (M ₆) Er (M ₆)(N) „erster Mann auf dieser Ebene“ (M ₆) er	3.2. <i>Einer, auf den diese Bezeichnung zutrifft, ist Konrad Ess, Abteilungsleiter im Wertpapiergeschäft der Hypobank in München. Er beweist: es geht doch. Als „erster Mann auf dieser Ebene“ setzte er bei seinem Arbeitgeber Mitte letzten Jahres eine Vier-Tage- Woche durch. Der Vater von fünfjährigen Zwillingen, dem insgesamt 90 Leute unterstellt sind, wollte mehr Zeit für Frau und Kinder haben. Sein Motto: „Sowohl im Beruf als auch in der Familie professionell sein.“</i>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) die Teilzeitvereinbarung (AZ) auf ein Jahr (AZ) der Vertrag von Ess (AZ) freitags zu Hause (AZ) Probleme mit ihrer eingeschränkten Anwesenheit (AZ) ihre Anwesenheit</p>	<p>(M₆)(AG) bei seinem Arbeitgeber (M₆)(FF) Der Vater von fünfjährigen Zwillingen (M₆) dem (M₆)(AN) 90 Leute unterstellt (M₆)(FF) mehr Zeit für Frau und Kinder (M₆) Sein Motto (FF) in der Familie (AG) Die Bank (N) die letzten Zweifler (M₆) der Vertrag von Ess (M₇) ein Nachahmer (M₆)(M₇) sein Kollege Herbert Hiller (M₇) Abteilungsleiter im Unternehmensbereich Firmen und Banken (FF) freitags zu Hause (M₇) Hiller (M₇) der (M₇)(FF) mit seiner Frau (FF) einen Gnadenhof für Hunde und Pferde (M₇) Probleme mit ihrer eingeschränkten Anwesenheit (M₇) beide (M₇) Hiller (M₇) dem (M₇)(AN) zehn Mitarbeiter (M₇) er (M₇) Ich (M) sehr viele Führungskräfte (M) ihre Anwesenheit</p>	<p>3.3. Die Bank war skeptisch und befristete die Teilzeitvereinbarung zunächst auf ein Jahr. Inzwischen allerdings sind auch die letzten Zweifler überzeugt. Nicht nur der Vertrag von Ess wurde verlängert, es hat sich auch schon ein Nachahmer gefunden: Seit 1. November 1995 bleibt sein Kollege Herbert Hiller, Abteilungsleiter im Unternehmensbereich Firmen und Banken, ebenfalls freitags zu Hause. Hiller, der mit seiner Frau im bayerischen Wald einen Gnadenhof für Hunde und Pferde unterhält, wollte sich einfach stärker im Tierschutz engagieren. Probleme mit ihrer eingeschränkten Anwesenheit haben beide nicht, „Man muss die Arbeit halt etwas anders strukturieren“, betont Hiller, dem im Stab zehn Mitarbeiter zugeordnet sind. Und er fügt hinzu: „Ich bin überzeugt davon, dass sehr viele Führungskräfte ihre Anwesenheit problemlos verringern könnten.“</p>
<p>(AZ) reduzierte Arbeitszeiten für Führungskräfte (AZ) Vorbedingungen</p>	<p>(M) reduzierte Arbeitszeiten für Führungskräfte (M) Teilzeitchef oder –chefin</p>	<p>TT4. Vorbedingungen 4.1. Dennoch: Damit reduzierte Arbeitszeiten für Führungskräfte funktionieren, müssen einige Vorbedingungen erfüllt sein. Wer als Teilzeitchef oder –chefin nicht auflaufen will, braucht nicht nur</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) Teilzeitchef oder -chefin (AZ) ih Modell (AZ) das positive Klima in der Bank zum Thema Teilzeit (AZ) zu diesem Schritt</p>	<p>(AG) nicht nur verständnisvolle, sondern sogar unterstützende Vorgesetzte (M₅) Cornelia Hortig (M₅) ih Modell (M₅)(AG) meine Chefin (M₅) dem Vorhaben (M₇) Hiller (M₇)(AG) Verständnis des Vorgesetzten (AG)(AN) das positive Klima in der Bank zum Thema Teilzeit (AG) die (M₇) ih (M₇) zu diesem Schritt</p>	<p><i>verständnisvolle, sondern sogar unterstützende Vorgesetzte. Cornelia Hortig</i> beispielsweise hebt ausdrücklich hervor, dass <i>ih</i> <i>Modell</i> nur deswegen so reibungslos klappt, „weil gerade <i>meine</i> <i>Chefin</i> dem <i>Vorhaben</i> unterstreicht, dass es letztlich das „<i>Verständnis</i> des <i>Vorgesetzten</i> und <i>das positive Klima</i> in der <i>Bank</i> zum <i>Thema Teilzeit</i>“ gewesen seien, <i>die ihn</i> zu diesem Schritt ermutigt hätten.</p>
<p>(AZ) Das (AZ) ihre Wochenarbeitszeit (AZ) auf 31 Stunden (AZ) in diesem Arrangement</p>	<p>(M)(AG) Rückendeckung von oben (M)(AN) wohlgemomene und flexible Kollegen (AN) wobei (M) keiner der befragten Führungskräfte (M)(AG) bei seinen Mitarbeitern (M₈) ih (M₈) Rotraut Rottländer (M₈)(AG) von der Bayer AG (M₈) Das (AG)(AN)(M₈) allen (M₈)(FF) Die Leiterin der im Personalwesen angesiedelten Abteilung „Beruf und Kind“ (M₈) ih Wochenarbeitszeit (M₈) auf 31 Stunden (M₈) in diesem Arrangement (M₈)(AN) für ihre 45 Mitarbeiter (M₈)(AN) Deren Kompetenz und Selbständigkeit (M₈) für sich selbst (M₈) Ich (PK) arbeite jetzt effizienter</p>	<p>4.2. Ebenso wichtig wie <i>Rückendeckung</i> von <i>oben</i> sind <i>wohlgemomene</i> und <i>flexible Kollegen</i>. <i>Wobei</i> allerdings <i>keiner</i> der <i>befragten Führungskräfte</i> Missgunst oder gar kontraproduktives Verhalten bei <i>seinen Mitarbeitern</i> bemerkt hat. Im Gegenteil: Früher sei es <i>ih</i> schwer gefallen zu delegieren, erinnert sich <i>Rotraut Rottländer</i> von der <i>Bayer AG</i>: „<i>Das</i> klappt jetzt prima und <i>tut allen</i> gut.“ <i>Die Leiterin</i> der im <i>Personalwesen</i> <i>angesiedelten</i> <i>Abteilung</i> „<i>Beruf</i> und <i>Kind</i>“ hat <i>ihre Wochenarbeitszeit</i> auf <i>31 Stunden</i> reduziert und sieht <i>mittlerweile</i> nur noch <i>Vorteile</i> in <i>diesem Arrangement</i>. Zum <i>einen</i> für <i>ihre 45 Mitarbeiter</i>: „<i>Deren Kompetenz</i> und <i>Selbständigkeit</i> ist eindeutig gewachsen.“ Zum <i>anderen</i> für <i>sich selbst</i>: „<i>Ich</i> <i>arbeite</i> <i>jetzt</i> <i>effizienter</i>.“</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) den Schritt in die Teilzeit (AZ) meine Zeit (AZ) Teilzeit gerade bei Führungskräften (AZ) Vollzeitkräfte</p>	<p>(PK) Eine Einschätzung (PK) die (M) fast alle Führungskräfte (M) die (M) den Schritt in die Teilzeit (B) von Arbeitszeitexperten (M₅) ich (M₅) meine Zeit (PK) verdröelt (M₅) Hortig Hortig (M₅) ich (PK) konzentrierter (B)(S) Nicht wenige Fachleute (M) Teilzeit gerade bei Führungskräften (AG) für Unternehmen (PK) zum Lohnenden Geschäft (M) 70- bis 80-Prozent-Manager (PK) das gleiche Pensum (M) Vollzeitkräfte (PK) das (PK) bei deutlich geringerem Einkommen (M₆) Banker Konrad Ess (M₆) für seine Familienarbeit (M₆)(PK) auf ein Fünftel seines Festgehalt (B)(S) die oben zitierten Experten (PK) Der erfolgsabhängige Teil</p>	<p>4.3. Eine Einschätzung, die fast alle Führungskräfte teilen, die den Schritt in die Teilzeit gewagt haben und auch von Arbeitszeitexperten immer wieder herausgestellt wird. „Nicht, dass ich vorher meine Zeit verdröelt hätte“, erläutert Hortig, „aber jetzt bin ich einfach konzentrierter.“ Nicht wenige Fachleute behaupten sogar, dass Teilzeit gerade bei Führungskräften für Unternehmen zum lohnenden Geschäft wird: 70- bis 80-Prozent-Manager delegieren mehr, organisieren sich besser, arbeiten effizienter und schaffen so oftmals das gleiche Pensum wie Vollzeitkräfte – und das bei deutlich geringerem Einkommen. Banker Konrad Ess beispielsweise muss für seine Familienarbeit auf ein Fünftel seines Festgehaltes verzichten. Allerdings – und das bestätigt die oben zitierten Experten: Der erfolgsabhängige Teil wurde nicht weniger.</p>
<p>(AZ) Vollzeit</p>	<p>(M) Die meisten Betroffenen (M_{9,10}) Friederike und Andreas Kimer (M_{9,10}) sie (M_{9,10}) sie beide (M_{9,10}) das Ehepaar (M_{9,10})(AP) eine Referentenstelle (M_{9,10})(FF) der beiden Kinder (M₁₀) Andreas Kimer</p>	<p>4.4. Die meisten Betroffenen rechnen ohnehin anders. Friederike und Andreas Kimer beispielsweise verzichten gerne auf die 40000 Mark im Jahr, die sie mehr hätten, wenn sie beide Vollzeit arbeiten würden. Statt dessen teilt sich das Ehepaar seit Oktober 1991 nicht nur eine Referentenstelle im Bundesfrauenministerium, sondern auch die Betreuung der beiden Kinder. Andreas Kimer: „So sind Freuden und Pflichten einfach gerechter verteilt.“</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) ein Argument für reduzierte Arbeitszeiten gerade auf höher qualifizierten Positionen	(FF) Lebensqualität (M ₇) Banker Hiller (FF) Das Mehr an Lebensqualität (M ₇)(PK) den Einkommensverlust (M ₇) Hiller (M ₇) er (M ₇) bei seinem Einkommen (AN) ein kleiner Angestellter (AN) der (AN) zwei Töchter (M) ein Argument für reduzierte Arbeitszeiten gerade auf höher qualifizierten Positionen	TTt5. Lebensqualität 5.1. Auch Banker Hiller betont: „Das Mehr an Lebensqualität wiegt den Einkommensverlust dicke auf.“ Hiller weiß jedoch auch, dass er bei seinem Einkommen leichter verzichten kann als ein kleiner Angestellter, „der vielleicht noch zwei Töchter studieren lassen möchte“. Auch dies ist eindeutig ein Argument für reduzierte Arbeitszeiten gerade auf höher qualifizierten Positionen.
(AZ) die Teilzeit-Vorgesetzten (AZ) ihre eingeschränkte Anwesenheit (AZ) einen Tag der Woche (AZ) auf Freitag	(M) die Teilzeit-Vorgesetzten (M) ihre eingeschränkte Anwesenheit (M) fast alle (M ₈) Rotraut Rottländer (M ₈) Ich (M ₈) wir (M ₆) Konrad Ess (M ₆)(AN) seine Mitarbeiter (M ₆) er (M ₆)(AN) die (M ₆) mir (M _{6, 8}) Beide	5.2. Probleme haben die Teilzeit-Vorgesetzten – wenn überhaupt – zumeist nur am Anfang, und dann schwerpunktmäßig mit der Kommunikation. Durch ihre eingeschränkte Anwesenheit, so berichten fast alle, sei der spontane Informationsfluss spärlicher geworden. Rotraut Rottländer entsinnt sich: „Ich habe schnell gemerkt, dass wir mehr miteinander reden müssen.“ Auch Konrad Ess erinnert sich, dass es eine Weile dauerte, bis seine Mitarbeiter wirklich verinnerlicht hatten, dass er einen Tag der Woche nicht anwesend ist. „Aus alter Gewohnheit haben die mir immer wieder Termine auf Freitag gelegt.“ Beide betonen jedoch, dass sich die Unstimmigkeiten recht schnell hätten beseitigen lassen.
(AZ) Flexibilität (AZ) Führen in Teilzeit (AZ) Flexibilität (AZ) auf einmal vereinbarten Zeiten (AZ) die zusätzlich investierte Zeit (AZ) der Freitag (AZ) zum Werktag (AZ) der kommende Montag (AZ) zum „Frei“-Tag	(M) Führen in Teilzeit (M) von den Betroffenen selbst (M) Flexibilität (M) für keinen (M ₁) Christel Kaufmann-Hoeker (M ₁) sie (M ₁) für Kaufmann-Hoeker (M) für alle anderen (M ₆) ich	TTt6. Flexibilität 6.1. Führen in Teilzeit verlangt nicht zuletzt auch von den Betroffenen selbst Flexibilität. Ein stures Beharren auf einmal vereinbarten Zeiten kommt für keinen in Frage. Wenn Not an der Frau sei, betont beispielsweise Christel Kaufmann-Hoeker, sei sie jederzeit auch zu Hause zu erreichen. Und was für Kaufmann-Hoeker gilt, gilt auch für alle anderen: „Bei dringenden Terminen bin ich da.“ Am Anfang, berichtet Ess, sei es ihm dann schwergefallen, die zusätzlich investierte Zeit wieder auszugleichen. Inzwischen jedoch hat er dazugelehrt. Wird der Freitag

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
	(M ₆) Ess (M ₆) ihm (M ₆) er (FF) zum „Frei“-Tag	ausnahmsweise zum <i>Werktag</i> , dann wird eben <i>der kommende Montag zum „Frei“-Tag</i> .

TT12. Jobkiller Überstunden

(AZ) Überstunden	(AP) Jobkiller	TT12. Jobkiller Überstunden
(AZ) Dienst nach Vorschrift	(AN) Für die Mehrheit der Bundesbürger	Für die Mehrheit der Bundesbürger ist Dienst nach Vorschrift ein Fremdwort.
(AZ) Flexible Arbeitszeiten (AZ) nichts Außergewöhnliches (AZ) von montags bis freitags zu festgelegten Zeiten (AZ) Überstunden	(S) das Ergebnis einer Studie des Instituts zur Erforschung sozialer Chancen (ISO) (AG) in Unternehmen (S) nichts Außergewöhnliches (AN) knapp ein Fünftel der Beschäftigten (AN) Arbeitnehmer (AP) zur hohen Arbeitslosigkeit	TT11 1.1. <i>Flexible Arbeitszeiten, so das Ergebnis einer Studie des Instituts zur Erforschung sozialer Chancen (ISO), Köln, sind in Unternehmen und im Öffentlichen Dienst längst nichts Außergewöhnliches mehr. Nur noch knapp ein Fünftel der Beschäftigten in Deutschland arbeitet heute noch von montags bis freitags zu festgelegten Zeiten. Bedenklich: Immer mehr Arbeitnehmer leisten immer mehr Überstunden – und tragen damit beträchtlich zur hohen Arbeitslosigkeit bei.</i>
(AZ) das jüngste Produkt einer seit 1987 laufenden Arbeitszeitberichterstattung (AZ) die	(S) Die 1995 herausgegebene ISO-Studie (S) das jüngste Produkt einer seit 1987 laufenden Arbeitszeitberichterstattung (S) die (P) Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen (F) finanziell gefördert	1.2. <i>Die 1995 herausgegebene ISO-Studie ist das jüngste Produkt einer seit 1987 laufenden Arbeitszeitberichterstattung des Instituts, die vom Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen finanziell gefördert wird.</i>
(AZ) zu ihren Arbeitszeiten und -wünschen (AZ) zu festgelegten Zeiten	(S) Frank Bauer, Hermann Groß und Gabi Schilling (S) die Verfasser der Studie (AN) 4085 Beschäftigte (AN) 2321 in den alten (AN) 1764 in den neuen Bundesländern (AN) zu ihren Arbeitszeiten und -wünschen (S) Wichtigstes Ergebnis (AN) 19 Prozent der Arbeitnehmer (AN) 24 Prozent	1.3. <i>Frank Bauer, Hermann Groß und Gabi Schilling, die Verfasser der Studie, haben 4085 Beschäftigte (2321 in den alten und 1764 in den neuen Bundesländern) zu ihren Arbeitszeiten und -wünschen befragt. Wichtigstes Ergebnis: 1995 arbeiteten nur noch 19 Prozent der Arbeitnehmer zu festgelegten Zeiten. Fünf Jahre zuvor, 1989, waren es noch 24 Prozent gewesen.</i>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) Das Ausmaß flexibler Arbeitszeiten</p> <p>(AZ) die Form der Teilzeitarbeit</p> <p>(AZ) Gleitzeitarbeit</p> <p>(AZ) Sonntagsarbeit</p> <p>(AZ) Zu den flexiblen Arbeitszeiten</p> <p>(AZ) die Überstundenarbeit</p> <p>(AZ) Sie</p> <p>(AZ) der Anteil der Überstundenbeschäftigten</p> <p>(AZ) das Überstundenvolumen</p> <p>(AZ) pro Beschäftigten pro Woche 2,2 Überstunden</p> <p>(AZ) ein wöchentliches Volumen definitiver Überstunden von 68530000 Stunden</p> <p>(AZ) Bei einer durchschnittlichen tariflichen Wochenarbeitszeit der Vollzeitbeschäftigten von 38,8 Stunden</p> <p>(AZ) die mehr als 68 Millionen Überstunden</p>	<p>(AN) Beschäftigtenanteil von 18 Prozent</p> <p>(AN) 26 Prozent</p> <p>(AN) 15 Prozent</p> <p>(AN) der Anteil der Überstundenbeschäftigten</p> <p>(AN) pro Beschäftigten pro Woche 2,2 Überstunden</p> <p>(S) die drei ISO-Forscher</p> <p>(AN) bei insgesamt 31 150000 abhängig Beschäftigten</p> <p>(AN) Bei einer durchschnittlichen tariflichen Wochenarbeitszeit der Vollzeitbeschäftigten von 38,8 Stunden</p> <p>(AP) einem Arbeitsplatz-Äquivalent von 1,7 Millionen Vollzeitbeschäftigten – (AP) 1,4 Millionen in den alten Bundesländern</p>	<p>1.4. Das Ausmaß flexibler Arbeitszeiten nimmt weiter zu. Dies gilt insbesondere für die Form der Teilzeitarbeit mit einem Beschäftigtenanteil von 18 Prozent. Bei Gleitzeitarbeit sind es 26 Prozent, bei Sonntagsarbeit 15 Prozent. Zu den flexiblen Arbeitszeiten zählt auch die Überstundenarbeit. Sie hat sich ebenfalls deutlich erhöht, und zwar gleich in doppelter Hinsicht: Sowohl der Anteil der Überstundenbeschäftigten als auch das Überstundenvolumen sind spürbar gestiegen. „1995 wurden pro Beschäftigten pro Woche 2,2 Überstunden geleistet“, halten die drei ISO-Forscher fest. „Dies ergibt bei insgesamt 31 150000 abhängig Beschäftigten ein wöchentliches Volumen definitiver Überstunden von 68530000 Stunden.“ Bei einer durchschnittlichen tariflichen Wochenarbeitszeit der Vollzeitbeschäftigten von 38,8 Stunden entsprechen die mehr als 68 Millionen Überstunden rechnerisch einem Arbeitsplatz-Äquivalent von 1,7 Millionen Vollzeitbeschäftigten – 1,4 Millionen in den alten und 300000 in den neuen Bundesländern.</p>
<p>(AZ) das Überstundenvolumen in den alten Bundesländern</p> <p>(AZ) Ein Anstieg von 800000 auf 1,4 Millionen</p> <p>(AZ) Das</p> <p>(AZ) der rasante Anstieg der geleisteten Überstunden</p> <p>(AZ) eine bessere Verteilung der Arbeit</p>	<p>(P) Dr. Axel Horstmann (SPD)</p> <p>(P) Nachfolger von Franz Müntefering im Amt des nordrhein-westfälischen Arbeitsministers</p> <p>(S) auf die Ergebnisse der Studie</p> <p>(AP) etwa 800000 Vollzeitbeschäftigten</p> <p>(AP) Ein Anstieg von 800000 auf 1,4 Millionen</p> <p>(AP) das</p> <p>(AP) Angesichts der anhaltenden Massenarbeitslosigkeit</p>	<p>1.5. Dr. Axel Horstmann (SPD), Nachfolger von Franz Müntefering im Amt des nordrhein-westfälischen Arbeitsministers, wies in einer Stellungnahme auf die Ergebnisse der Studie darauf hin, dass noch zwei Jahre zuvor das Überstundenvolumen in den alten Bundesländern etwa 800000 Vollzeitbeschäftigten entsprachen habe, und bilanzierte: „Ein Anstieg von 800000 auf 1,4 Millionen in zwei Jahren – das ist nicht mehr akzeptabel.“ Angesichts der anhaltenden Massenarbeitslosigkeit sei der rasante Anstieg der geleisteten Überstunden unerträglich. Es müsse endlich eine ernsthafte Diskussion über eine bessere Verteilung der Arbeit geführt werden.</p>
<p>(AZ) Teilzeitarbeit</p> <p>(AZ) Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten</p> <p>(AZ) die</p> <p>(AZ) an einer Teilzeitarbeit</p>	<p>(AN) Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten</p> <p>(AN) die</p> <p>(AN) Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten</p>	<p>TT2. Teilzeitarbeit</p> <p>2.1. Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten, die an einer Teilzeitarbeit interessiert sind, liegt bundesweit bei 10 Prozent, wobei auf die Westdeutschen 11 Prozent und auf die Ost-deutschen 8 Prozent</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
(AZ) bei 10 Prozent (AZ) auf die Westdeutschen 11 Prozent und auf die Ost-deutschen 8 Prozent (AZ) Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten (AZ) die (AZ) Vollzeit (AZ) bundesweit bei 14 Prozent (AZ) 9 Prozent der Westdeutschen und 52 Prozent der Ostdeutschen (AZ) eine Vollzeitarbeit	(AN) die	entfallen. <i>Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten, die Vollzeit arbeiten möchten, liegt bundesweit bei 14 Prozent. 9 Prozent der Westdeutschen und 52 Prozent der Ostdeutschen würden eine Vollzeitarbeit vorziehen.</i>
(AZ) Schicht- und Nachtarbeit (AZ) zu dieser Arbeitsform (AZ) die Differenz zwischen Befürwortern (58 Prozent) und Gegnern (38 Prozent) (AZ) 50 Prozent pro, 45 Prozent contra (AZ) Wochenendarbeit	(AN) Unter den Beschäftigten (AN) die	2.2. <i>Unter den Beschäftigten, die regelmäßig Schicht- und Nachtarbeit verrichten, überwiegt die Zustimmung zu dieser Arbeitsform. In den neuen Bundesländern ist die Differenz zwischen Befürwortern (58 Prozent) und Gegnern (38 Prozent) ausgeprägter als in den alten Bundesländern (50 Prozent pro, 45 Prozent contra).</i>
(AZ) Bei der Samstags- beziehungsweise Sonntagsarbeit (AZ) Die Zahl der Befürworter	(AN) fast zwei Drittel der regelmäßig Betroffenen (AN) Die Zahl der Befürworter (AN) mit 43 Prozent (AN) mit 32 Prozent (AN) das Votum der Überstundenbeschäftigten (AN) nur ein Drittel von ihnen (S) Die Verfasser der Studie (AN) bei den Überstundenbeschäftigten (AN) Für immer mehr Arbeitnehmer (P) NRW-Arbeitsminister Horstmann (AP) ein Zuwachs an Arbeitsplätzen	TT13. Wochenendarbeit 3.1. <i>Bei der Samstags- beziehungsweise Sonntagsarbeit können sich fast zwei Drittel der regelmäßig Betroffenen in Ost- und Westdeutschland damit nicht anfreunden. Die Zahl der Befürworter liegt in den neuen Bundesländern mit 43 Prozent deutlich höher als in den alten Bundesländern mit 32 Prozent.</i> 3.2. <i>Nachdenklich stimmt das Votum der Überstundenbeschäftigten. Während in den Jahren zuvor nur ein Drittel von ihnen den Status quo beibehalten wollte, sind es im Jahr 1995 42 Prozent. Die Verfasser der Studie resümieren: „Die Bereitschaft, Überstunden zu reduzieren, ist bei den Überstundenbeschäftigten deutlich zurückgegangen.“ Für immer mehr Arbeitnehmer, so NRW-Arbeitsminister Horstmann, seien Überstunden offensichtlich eine willkommene Möglichkeit, das durch steigende Steuern und Abgaben geschrumpfte Familienbudget aufzubessern. Der starke Anstieg der Überstunden sei möglicherweise ein Grund dafür, dass trotz des Wirtschaftswachstums ein Zuwachs an Arbeitsplätzen ausgeblieben sei.</i>
(AZ) das Votum der Überstundenbeschäftigten (AZ) Überstunden (AZ) bei den Überstundenbeschäftigten (AZ) Überstunden (AZ) Der starke Anstieg der Überstunden	(S) Die ISO-Studie	3.3. <i>Die ISO-Studie geht auch auf diejenigen Arbeitnehmer ein, die</i>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>Überstundenarbeit (AZ) diese Arbeitsformen (AZ) samstags (AZ) die Bereitschaft zur Samstagsarbeit (AZ) bei 16 Prozent</p>	<p>(AN) auf diejenigen Arbeitnehmer (AN) die (AN) Sie (AN) die Quoten zwischen 80 und 95 Prozent (S) aus der Statistik (AN) bei denen (AN) die (AN) 85 Prozent der so tätigen Arbeitnehmer (AN) Unter den Nichtgleit-Beschäftigten (AN) 38 Prozent (AN) 56 Prozent</p>	<p>nicht regelmäßig Schicht-, Samstags-, Sonntags- und Überstundenarbeit leisten: Sie lehnen diese Arbeitsformen ab, wobei die Quoten zwischen 80 und 95 Prozent liegen. Immerhin lässt sich aus der Statistik herauslesen, dass bei denen, die nicht regelmäßig samstags arbeiten, die Bereitschaft zur Samstagsarbeit zusammengefasst hat. Ihr Anteil liegt bei 16 Prozent.</p>
<p>(AZ) die Gleitzeitarbeit (AZ) 85 Prozent der so tätigen Arbeitnehmer (AZ) diese Form der flexiblen Arbeitszeit (AZ) Unter den Nichtgleit-Beschäftigten (AZ) Ihre Einführung (AZ) sie</p>	<p>(S) Bauer, Groß und Schilling (S) in ihrer Studie (AN) Die Wochenarbeitszeit aller Vollzeit- und Teilzeitkräfte</p>	<p>3.4. Sehr viel populärer ist die Gleitzeitarbeit: 85 Prozent der so tätigen Arbeitnehmer sehen diese Form der flexiblen Arbeitszeit als vorteilhaft an. Unter den Nichtgleit-Beschäftigten befürworten 38 Prozent ihre Einführung, 56 Prozent lehnen sie ab.</p>
<p>(AZ) die tatsächlich geleistete, die vertraglich vereinbarte und die gewünschte Wochenarbeitszeit (AZ) Die Wochenarbeitszeit aller Vollzeit- und Teilzeitkräfte (AZ) im Schnitt 38,7 Stunden (38,1 Stunden in den alten, 41,3 Stunden in den neuen Bundesländern) (AZ) Bei der vertraglich festgelegten Arbeitszeit (AZ) durchschnittlich 35,8 Stunden pro Woche (35,1 Stunden Ost- und 38,5 in Westdeutschland) (AZ) Bei der gewünschten Arbeitszeit (AZ) im Schnitt 34,7 Stunden zusammen (34,1 in den alten und 37,2 Stunden in den neuen Bundesländern)</p>	<p>(AP) einem Arbeitsplatz-Äquivalent von rund 3,2 Millionen Vollzeit-Arbeitsplätzen (AP) 2,6 Millionen in den alten (AP) 600000 in den neuen Bundesländern (AP) ein Arbeits-Äquivalent von rund 850000</p>	<p>3.5. Bauer, Groß und Schilling haben in ihrer Studie auch die tatsächlich geleistete, die vertraglich vereinbarte und die gewünschte Wochenarbeitszeit zueinander in Beziehung gesetzt. Die Wochenarbeitszeit aller Vollzeit- und Teilzeitkräfte beträgt bundesweit im Schnitt 38,7 Stunden (38,1 Stunden in den alten, 41,3 Stunden in den neuen Bundesländern). Bei der vertraglich festgelegten Arbeitszeit sind es bundesweit durchschnittlich 35,8 Stunden pro Woche (35,1 Stunden Ost- und 38,5 in Westdeutschland). Bei der gewünschten Arbeitszeit kommen bundesweit im Schnitt 34,7 Stunden zusammen (34,1 in den alten und 37,2 Stunden in den neuen Bundesländern).</p>
<p>(AZ) Zwischen tatsächlichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten (AZ) eine Differenz von 4,0 Stunden (4,0 Stunden in den alten und 4,1 Stunden in den neuen Bundesländern)</p>	<p>(AP) ein Arbeits-Äquivalent von rund 850000</p>	<p>3.6. Zwischen tatsächlichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten besteht eine Differenz von 4,0 Stunden (4,0 Stunden in den alten und 4,1 Stunden in den neuen Bundesländern). Zwischen vertraglichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten liegt der Unterschied bei 1,1 Stunden (1,0 in den alten und 1,3 Stunden in</p>

Hauptgegenstand	Nebengegenstände	Text
<p>(AZ) Zwischen vertraglichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten</p> <p>(AZ) der Unterschied bei 1,1 Stunden (1,0 in den alten und 1,3 Stunden in den neuen Bundesländern)</p> <p>(AZ) die Differenz zwischen tatsächlichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten</p> <p>(AZ) Die Differenz zwischen vertraglichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten</p> <p>(AZ) Potentiale</p> <p>(AZ) Das größte Potential</p> <p>(AZ) die Arbeitszeit</p> <p>(AZ) bei den vollzeitbeschäftigten Männern</p> <p>(AZ) die teilzeitbeschäftigten Frauen in den neuen Bundesländern</p> <p>(AZ) eine kräftige Aufstockung ihrer vertraglichen Arbeitszeiten um 4,6 Wochenstunden</p>	<p>Vollzeit-Arbeitsplätze</p> <p>(AP) 660000 in den alten</p> <p>(AP) 190 000 in den neuen Bundesländern</p> <p>(AN) Potentiale</p> <p>(S) nach Angaben der Autoren</p> <p>(AN) bei den vollzeitbeschäftigten Männern</p> <p>(AN) die teilzeitbeschäftigten Frauen in den neuen Bundesländern</p> <p>(AN) eine kräftige Aufstockung ihrer vertraglichen Arbeitszeiten um 4,6 Wochenstunden</p>	<p>den neuen Bundesländern). Hochgerechnet entspricht die Differenz zwischen tatsächlichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten einem Arbeitsplatz-Äquivalent von rund 3,2 Millionen Vollzeit-Arbeitsplätzen (2,6 Millionen in den alten und 600000 in den neuen Bundesländern). Die Differenz zwischen vertraglichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten ergibt rechnerisch ein Arbeits-Äquivalent von rund 850000 Vollzeit-Arbeitsplätzen (660000 in den alten und 190 000 in den neuen Bundesländern).</p>
<p>(AZ) Potentiale</p> <p>(AZ) Das größte Potential</p> <p>(AZ) die Arbeitszeit</p> <p>(AZ) bei den vollzeitbeschäftigten Männern</p> <p>(AZ) die teilzeitbeschäftigten Frauen in den neuen Bundesländern</p> <p>(AZ) eine kräftige Aufstockung ihrer vertraglichen Arbeitszeiten um 4,6 Wochenstunden</p>	<p>(AN) Potentiale</p> <p>(S) nach Angaben der Autoren</p> <p>(AN) bei den vollzeitbeschäftigten Männern</p> <p>(AN) die teilzeitbeschäftigten Frauen in den neuen Bundesländern</p> <p>(AN) eine kräftige Aufstockung ihrer vertraglichen Arbeitszeiten um 4,6 Wochenstunden</p>	<p>TT14. Potentiale</p> <p>4.1. Das größte Potential, die Arbeitszeit zu verringern, findet sich nach Angaben der Autoren bei den vollzeitbeschäftigten Männern, insbesondere in den alten Bundesländern. Hingegen wünschen sich vor allem die teilzeitbeschäftigten Frauen in den neuen Bundesländern eine kräftige Aufstockung ihrer vertraglichen Arbeitszeiten um 4,6 Wochenstunden.</p>

8.2. Verteilung der Koreferenzketten der wichtigsten Textgegenstände im Makrotext

Die Verteilung der Koreferenzketten im Makrotext spiegelt die Themenstruktur und -hierarchie wider. Die Kette des Hauptgegenstandes (AZ) ist die wichtigste Kette in allen Texten. Die Ketten der Nebengegenstände sind in einzelnen Texten unterschiedlich stark vertreten bzw. einige Ketten kommen in einigen Texten überhaupt nicht vor. Folgende Gliederung stellt das Vorkommen der Ketten in einzelnen Texten in der Reihenfolge der Erstnominierung dar. Die Erstnominierung im Titel ist durch Fettdruck und im Vorspann durch Fett- und Kursivdruck gekennzeichnet; die in der Zwischenüberschrift vorkommenden Erstnominierungen sind unterstrichen.

TT1: **(AZ)**, **(K)**, **(DW)**, **(AP)**, (AG), (P), (AN), (W), (G), (PK), (B), (S), (M)

TT2: **(AZ)**, (PK), (AG), (W), (AN), (AP)

TT3: keine Kettenbildung

TT4: **(AZ)**, (AN), (AG), (G), (AP), (P), (W)

TT5: **(AZ)**, **(F)**, **(P)**, **(AG)**, (FF), (M), (N), (AP), (DW), (B)

TT6: **(AZ)**, **(AG)**, **(B)**, (AG), (F), (P), (FF), (AN), (K)

TT7: **(AZ)**, **(H)**, **(F)**, **(AG)**, (G), (P), (AN), (DW), (AP), (PK), (W), (B), (FF), (K), (S)

TT8: **(B)**, **(AG)**, **(AZ)**, (AP), (AN), (W), (S), (P), (F), (FF)

TT9: **(B)**, **(AZ)**, (AG), (AN), (W), (AP)

TT10: keine Kettenbildung

TT11: **(AZ)**, **(M)**, **(N)**, **(AN)**, (AG), (FF), (S), (PK), (B)

TT12: **(AZ)**, **(AP)**, **(AN)**, (S), (AG), (P), (F)

Die Wiederaufnahmestruktur wurde in 10 Teiltextrn von 12 untersucht. Ausgelassen wurden die kohäsionslosen Verzeichnisse TT3 und TT10. Aus der obigen Aufzählung ist ersichtlich, dass der Hauptgegenstand des Makrotextrs Arbeitszeitmodelle (AZ) in 7 Teiltextrn schon im Titel in einer expliziten oder impliziten Weise vorkommt. In drei Texten (TT7, TT8 und TT9) erfolgt die Erstnominierung von (AZ) im Vorspann. Die Erstnominierung in Zwischentiteln kommt recht selten vor – man sieht sie nur in Teiltextrn TT2 und TT7 an jeweils einer Stelle. Das soll nicht heißen, dass die wichtigsten Gegenstände des jeweiligen Teiltextrs nicht in seiner Überschrift vorkommen, sie werden bereits in einem anderen Teiltextr vorerwähnt (und damit eingeführt), bevor sie zum Hauptthema des Teiltextrs werden.

Es ergibt sich eine interessante Themenstruktur. Der erste Teiltextr enthält fast alle Teilthemen, er thematisiert nahezu alle Gegenstände des Makrotextrs und hat damit eine besondere Stellung im Makrotext – er bildet die Einleitung in das Makrothema. In den nachfolgenden Teiltextrn wird eine geringe Zahl an Themen wiederaufgenommen. In (fast) jedem nächsten Teiltextr wächst die Zahl der thematisierten Gegenstände, bis sie beim Teiltextr, der in der Mitte der Rubrik steht, die maximale Zahl erreicht: Das ist der einzige Teiltextr, in dem alle Gegenstände des Makrotextrs thematisiert sind. Der Unterschied zum ersten Teiltextr ist allerdings nicht sehr groß, er beträgt nur zwei Ketten. Weil die Kette

Hasenkopf (H) als Abzweigung der Kette Berater (B) betrachtet werden kann (Hasenkopf war Unternehmer und ist jetzt Berater), wird dieser Unterschied noch geringer. Das im ersten Text fehlende Teilthema Förderung (F) ist implizit angedeutet: Es wird im Text mitgeteilt, dass Politiker die Notwendigkeit der flexiblen Arbeitszeitregelungen erkannt haben. Also kann man schlussfolgern, dass sie etwas unternehmen werden, um die Einführung der flexiblen Arbeitszeiten zu erreichen. Im Prinzip sind in TT1 und TT7 dieselben Textgegenstände thematisiert. Nach dieser Komplexität des thematischen Gehalts in der Mitte des Makrotexes erfolgt in den nachfolgenden Texten eine weitere Konzentration auf eine geringe Zahl der Teilthemen. Diese Symmetrie der Themenstruktur des Makrotexes kann zufällig entstanden sein. Regelmäßigkeiten in der Entstehung einer solchen Themenkonstellation können nur anhand eines größeren Textkorpus bestätigt oder widerlegt werden. Man sieht, dass einige Ketten nur in einigen wenigen Texten vorkommen, z. B. die Kette der gesellschaftlichen Normen (N) kommt zum ersten Mal im Makrotext im Teilttext 5 vor, im Teilttext 11 wird sie zu einem wichtigen Thema des Textes und ihre Erstnominierung erfolgt in diesem Teilttext bereits im Vorspann.

Interessant ist die Tatsache, dass fast alle Gegenstände des Makrotexes – bis auf Förderung (F) und gesellschaftliche Normen (N) – schon im ersten Teilttext eingeführt worden sind. Von insgesamt 15 Ketten der Nebengegenstände erfolgt bei sieben die Primärnominierung im Titel, im Vorspann und im ersten Absatz des ersten Textes. Das könnte ein Hinweis auf eine besondere Informationsdichte des ersten Absatzes sein und ist mit der Funktion des ersten Teilttextes im Makrotext verbunden: Der erste Teilttext dient als Einführung in das Thema und die Problemstellung und kann als eine Art „Leitartikel“ betrachtet werden. Die Wiederaufnahmeketten des ersten Teilttextes werden in den nachfolgenden Teilttexten mit unterschiedlicher Intensität fortgesetzt.

8.2.1. Kettenstruktur des Hauptthemas „Arbeitszeitmodelle“

Der Hauptgegenstand des Makrotexes Arbeitszeitmodelle (AZ) wird in allen Texten thematisiert und ist auch der Hauptgegenstand jedes Teilttextes. In den Wiederaufnahmeketten treten besonders häufig zwei Bedeutungskomponenten des Begriffs „Arbeitszeitmodelle“ in Erscheinung: „Flexibilität“ und „Dauer und Lage der Arbeitszeit“. Flexibilität ist ein zentrales Charakteristikum der neuen Arbeitszeitregelungen; das wird auch aus der Häufigkeit der Wiederaufnahme dieser Bedeutungskomponente ersichtlich. Schon auf dem Titelblatt des Heftes wurde das Thema der Rubrik „Extra“ als „Flexiblere Arbeitszeitmodelle“ formuliert. Die Bestimmung von Dauer und Lage der Arbeitszeit ist ein konstitutives Element sowohl der herkömmlichen als auch der neuen Arbeitszeitmodelle und gehört zu den wichtigsten Themen der Tarifverhandlungen; dadurch ist die Häufigkeit der Wiederaufnahme dieses Bedeutungselementes zu erklären.

8.2.2. Ketten der Personen und Institutionen

Eine Besonderheit des journalistischen Stils ist das Interesse an konkreten Personen. Das gilt vor allem für Magazine, jedoch auch für Fach- und Branchenzeitschriften, weil sie den Magazinstil übernehmen, wie im Kapitel 4 festgestellt wurde. Die Autoren der Magazinbeiträge versuchen, die Themen miterlebbar zu vermitteln und sie „nicht nur quasiobjektiv wiedergegeben“ (vgl. Schlamp 1991, 152).

Es gilt nicht nur Bericht-zu-erstatten, sondern Geschichten zu schreiben. Dazu gehören handelnde Personen, denen der Autor über seine Recherche persönlich möglichst nahe kommen muß. Der Leser liest Magazine, weil er das Gefühl haben will, dabeigewesen zu sein. Er hat den Anspruch darauf, die Handelnden, ihre Widersacher und Gefolgsleute authentisch, also auch in wörtlicher Rede zu erleben. (Ebd.).

Das für die Magazine typische Interesse an „Akteuren“ (vgl. ebd., 150) äußert sich im analysierten Makrotext darin, dass in einigen thementragenden Texten die Koreferenzketten der Personen sehr stark ausgeprägt sind und textkonstituierende Bedeutung haben. Besonders deutlich kommt es in TT5 (Politiker (P)), TT6 (Berater (B)), TT7 (Didymus Hasenkopf (H)), TT8 (Berater (B)), TT9 (Berater (B)), TT10 (Berater (B)) und TT11 (Manager als Arbeitnehmer (M)) zum Ausdruck. Die Ketten Arbeitnehmer (AN) und Arbeitgeber (AG), die ebenfalls Personen darstellen, sind in allen Teiltexträumen vertreten. Auch die Art und Weise, wie die Referenzträger im Text wiederaufgenommen werden, charakterisiert ihn als einen populärwissenschaftlichen Text.

Besonderheiten der Referenzbeziehungen bei der Wiederaufnahme von Personen im Text soll eine exemplarische Analyse der Kette Hasenkopf (H) aus dem Teiltexträum 7 demonstrieren. Eine Analyse der Referenzbeziehungen im Text ist aufschlussreich für die Bestimmung des Fachlichkeitsgrades des Textes. So ist in einem wissenschaftlichen Text die Pronominalisierung eher selten (v. Hahn 1983, 120; Dressler 1998, 613; Hoffmann 1988, 175, 260), die Repetition dagegen häufig (Hoffmann 1988, 175, 260; v. Hahn 1983, 120); die synonyme Ausdrucksweise wird vermieden (Dressler 1998, 613). In den populärwissenschaftlichen Texten kommen dagegen Synonyme, Okkasionalismen, wertende Adjektive und Phraseologismen vor (vgl. Baumann 1998b, 732). Auch ein Vorkommen von kataphorischer Textverknüpfung ist in der Wiederaufnahmestruktur solcher Texte zu beobachten (vgl. Brinker 2005, 35).

Die Analyse der Kette Hasenkopf (H) hat ergeben, dass von insgesamt 62 Gliedern eine einzige Primärnominierung, 16 Fälle einfacher Rekurrenz, 20 Fälle Substitution und 24 Pronominalisierungen (davon 13 durch das Possessivpronomen *sein*) vertreten sind. Diese Kette beginnt im Vorspann mit dem Pronomen *sein*. In der Regel sind Referenzpronomina anaphorische Zeichen, d. h. sie verweisen auf ein Nomen oder eine Nominalgruppe davor. Manchmal steht das Pronomen im Text vor dem Nomen, auf das es sich bezieht. Diese Erscheinung nennt Weinrich (1993, 386 f.) „Prä-Pronominalisierung“. Die stilistische Leis-

tung der Prä-Pronominalisierung besteht in der Schaffung eines „Spannungsbogens“ zwischen dem Pronomen und dem Nomen, das es ersetzt. Von der Prä-Pronominalisierung macht man gern in der schönggeistigen Literatur Gebrauch, „um am Anfang der Geschichte eine gewisse Spannung zu erzeugen, insbesondere wenn es sich um die Hauptperson handelt“ (ebd., 387). Das trifft nicht nur für schönggeistige Literatur zu, denn genau so ein Fall ist im Vorspann des Teiltextes 7 zu beobachten. Die Hauptperson Didymus Hasenkopf, Unternehmer und Berater, wird in den Text durch ein Possessivpronomen eingeführt: *In seinem eigenen Betrieb beweist Didymus Hasenkopf seit über Jahren, ...* Nach Weinrich (vgl. 1993, 386) verliert das Pronomen seinen anaphorischen Charakter durch diese Inversion nicht. Brinker (vgl. 2005, 34) spricht in solchen Fällen vom kataphorischen Gebrauch anaphorischer Pro-Formen. Er beschränkt solche Textanfänge nicht auf literarische Texte, sie seien häufig in Zeitungen, also journalistischen Texten, zu finden. Die Autorin des Teiltextes 7 benutzt dieses Mittel, um den Leser an den Text zu fesseln und ihn zum Weiterlesen der Geschichte zu bewegen. Außerdem ist es ein Zeichen dafür, dass es bei diesem Text um eine spannende Geschichte geht und nicht um einen trockenen und sachlichen Bericht, d.h., das wirkt auch als gewisser Hinweis auf die Textsorte. Dieser Text ist eher zur journalistischen Textsorte „Porträt“ zu rechnen. Hier wird die Erfolgsstory eines Unternehmers erzählt, wobei ziemlich ausführlich auf die Person Hasenkopfs eingegangen wird. Die Erscheinung der Prä-Pronominalisierung ist auch in anderen Teiltexten des Makrotextes anzutreffen, die zu journalistischen Textgattungen gehören.

Wertende Elemente sind ebenso ein Merkmal des journalistischen Stils. Bei der Charakterisierung von Personen sind sie recht häufig in der Koreferenzkette Hasenkopf (H) anzutreffen:

der 62jährige, Selfmademan Hasenkopf, der Arbeitszeit-Pionier (zweimal), der überzeugte Flexibilisierer, der Initiator und Verfechter.

8.2.3. Argumentketten

Die Ketten der Argumente und damit die Teilthemen, die sie ausdrücken, treten nicht in allen Teiltexten auf. Sie unterscheiden sich auch in der Häufigkeit ihres Vorkommens in jedem konkreten Teiltext. Das Argument der Arbeitsplätze (AP), die mit der Einführung der flexiblen Arbeitszeiten geschaffen werden können, dominiert im Teiltext 12, die positiven Auswirkungen der Teilzeitarbeit auf die Familie und die Freizeit (FF) behandelt intensiv der Teiltext 11, die Förderung (F) ist das wichtigste Thema des Teiltextes 6.

8.3. Themenentfaltung

Die Themenentfaltung bedeutet laut Brinker (2005, 61) „die gedankliche Ausführung des Themas“. Brinker unterscheidet vier Grundformen der thematischen Entfaltung, die bereits im Kapitel 4 beschrieben worden sind. Dazu gehören die deskriptive (beschreibende), die explikative (erklärende), die argumentative (begründende) und die narrative (erzählende) Themenentfaltung.

Die Themenentfaltung lässt sich nicht nur im Rahmen jedes einzelnen Teiltexes untersuchen. Der Makrotext als Ganzes weist ebenso eine bestimmte Themenentfaltung auf. Die Themenentfaltung des Makrotextes lässt sich als deskriptiv-argumentativ bestimmen. In einzelnen Texten sind beide Formen unterschiedlich stark ausgeprägt. Es gibt auch Textpassagen mit narrativer und explikativer Themenentfaltung. Einigen Teiltexen lässt sich die argumentative Themenentfaltung nur bedingt zuschreiben, und zwar nur im Kontext des Makrotextes, denn außerhalb dieses Kontextes dominiert in ihnen die deskriptive Themenentfaltung. Die argumentative Themenentfaltung scheint überhaupt größere Textzusammenhänge zu brauchen, um in Erscheinung zu treten. Das kann damit zusammenhängen, dass die Funktion nur dem Text als Ganzem zugeschrieben werden kann (vgl. Brinker 2005, 99). Ob ein Teil des Textes als Argument einzuschätzen ist, wird oft erst dann deutlich, wenn die Funktion des Textes klar ist.

8.3.1. Leistung einzelner Teiltex-te für die Themenentfaltung

8.3.1.1. Inhaltskonstituierende monologische und dialogische Teiltex-te

Der Teiltex 1 „Geht die Stechuhr bald in Pension?“ dient der Problemstellung. Hier werden alle Aspekte des Themas beleuchtet und alle Teilthemen eingeführt. Die Teiltex-te 5 „Mobil in die Zukunft!“ und 6 „Innovative Unternehmen gesucht“ dienen der Begriffsbestimmung: Ein neuer Begriff – „Mobilzeit“ – wird eingeführt und gegenüber dem Begriff „Teilzeit“ abgegrenzt. Außerdem wird in beiden Texten das Teilthema „Förderung der Mobilzeit durch die Regierung“ behandelt. Der Teiltex 7 „Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft“ zeigt dem Leser ein Beispiel einer erfolgreichen Einführung der flexiblen Arbeitszeiten, wo der Unternehmer die Notwendigkeit der Einführung von flexiblen Arbeitszeitmodellen selbst erkannt und für sein Unternehmen ein eigenes Arbeitszeitmodell entwickelt hat. Er berät jetzt andere Unternehmen in dieser Frage. Es wird auch auf einige problematische Aspekte der Einführung von flexiblen Arbeitszeiten eingegangen (z. B. Wahlfreiheit der Mitarbeiter, Kontrolle über die Arbeitszeiten usw.) und Überleitung zum Thema „Arbeitszeitberater“ geschaffen. Im Teiltex 8 „Unterstützer für Unternehmen“ werden drei Beraterfirmen und ihre Projekte zur Einführung von flexiblen Arbeitszeitmo-

dellen vorgestellt. Der Teilttext 9 „Wachsendes Interesse“ setzt das Teilthema „Beratung“ fort, indem hier auf Modelle einer Beraterfirma eingegangen wird. Es wird auch die Lebensfähigkeit der neuen Arbeitszeitlösungen und ihre Bedeutung für die Zukunft behandelt. Der Teilttext 10 „Arbeitszeitberater in der Bundesrepublik“ schließt das Teilthema „Beratung“ ab. Dieser Teilttext ist im Makrotext relativ unselbständig, weil er eher eine Ergänzung der Teilttexte 6 bis 9 darstellt. Die Teilttexte 2, 3, und 4 sind ebenfalls unselbständig; im Unterschied zu ihnen hat der Teilttext 10 nicht die Aufgabe, die Rezeption eines anderen Teilttextes vorzubereiten, sondern eher „nachzubereiten“. Nachdem sich der Leser über die Dienstleistungen der Beraterfirmen informiert hat, kann er sich an eine der Adressen wenden. Der Teilttext 11 „Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen“ geht auf die Notwendigkeit und Möglichkeit der Ausbreitung von flexiblen Arbeitszeitregelungen auf das Management ein. Der Teilttext 12 „Jobkiller Überstunden“ stellt die Nachteile der konventionellen AZ-Modelle dar, die Mehrarbeit implizieren, und teilt die Ergebnisse einer wissenschaftlichen Studie über die Lage auf dem Arbeitsmarkt mit. Das Argument „flexible Arbeitszeiten schaffen Arbeitsplätze“, das als roter Faden den ganzen Makrotext durchzieht, bekommt hier in Form der Studienergebnisse eine „handfeste“ Stützung. Dieser Text bildet einen Bogen zu TT1 und rundet das Thema ab.

8.3.1.2. Inhaltsunterstützende Teilttexte

Den beiden Verzeichnissen (TT3 und TT10) lässt sich schwer eine Themenentfaltung zuschreiben, weil sie eigentlich „Nicht-Texte“ sind, die jeweils aus einer Aufzählung von einzelnen „Namen“, Nominationen, ohne jede syntaktische Kohärenz bestehen. Sie nennen nur die Gegenstände und sagen nichts über sie aus, d. h., dass Prädikationen (fast) vollständig fehlen. Doch damit sich ein Thema überhaupt entfalten kann, muss über den Gegenstand etwas ausgesagt werden. Das Lexikon (TT2) hat die explikative Themenentfaltung, die sich eigentlich aus der Summe der explikativen Themenentfaltungen einzelner Einträge zusammensetzt. Weil im Lexikon die grammatische Kohärenz auch fehlt, kann man ihm eine Themenentfaltung nur bedingt zuschreiben. Die Chronologie (TT4) ist trotz der optischen „Zerstückelung“ eher als syntaktisch kohärenter Text mit einer klar ausgeprägten Themenentfaltung zu betrachten. Nach der Typologie von Brinker ist die Form der Themenentfaltung in diesem Teilttext, der von der historischen Entwicklung der Arbeitszeitregelungen bis zur Gegenwart berichtet, als narrativ zu bestimmen. Nach Heinemann/Viehweger (1991, 238 ff.) haben Berichte als Referiertexte das narrative Strukturmuster NARR I⁸⁵. Auch Chroniken werden nach diesem Strukturmuster gestaltet (vgl. ebd., 240). Der Teilttext 4 erweckt dank der stark ausgeprägten Zeitreferenz, vor al-

⁸⁵ Das Strukturierungsmuster NARR II ist für Erzähltexte typisch (vgl. Heinemann/Viehweger 1991, 238 ff.).

lem der Tempuskontinuität in Form des historischen Präsens, den Eindruck eines narrativen, „erzählten“ Textes.

Die einzelnen Teiltexthe haben verschiedene Aufgaben im Makrotext der Rubrik, sie unterscheiden sich auch im Grad ihrer Selbständigkeit. Die Teiltexthe TT2 „Arbeitszeitmodelle“, TT3 „Literaturverzeichnis“ und TT4 „Arbeitszeiten auf absteigendem Ast“ vermitteln Hintergrundinformationen und dienen der Schaffung einer einheitlichen Wissensbasis zwischen dem Textproduzenten und -rezipienten. Das betrifft vor allem das Lexikon (TT2) und die Chronologie (TT4). Das Literaturverzeichnis (TT3) dient der Kenntniserweiterung des Lesers nur mittelbar – wenn die Empfehlung der Lektüre von ihm wahrgenommen wird. Diese Texte haben eher eine „dienende“ Funktion und ergänzen den Teiltexthe 1; auch im Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift werden sie nicht genannt (vgl. Abb. 12).

8.3.2. Themenprogression

Durch die Analyse der Wiederaufnahmeverhältnisse lässt sich nach K. Brinker (vgl. 2005, 48) die thematische Struktur eines Textes, die Themenprogression, bestimmen. Zu diesem Zweck wurde die oben angeführte Tabelle der Wiederaufnahmestruktur (Abb. 14) zu einer kompakteren Tabelle der Themenprogression (Abb. 15) zusammengefasst. In einer Spalte wurde dabei der Textinhalt zu Makropropositionen auf der Absatzebene formuliert. Als nächster Schritt wurden aus der Kurzfassung des Absatzes die wichtigsten Textgegenstände abgeleitet und in einer weiteren Spalte angegeben. Die Ermittlung dieser Textgegenstände erfolgte nicht auf Grund der Häufigkeit ihres Vorkommens im entsprechenden Absatz, sondern durch die Bedeutung des Gegenstandes für den Gesamthalt des Textes. Aus der Spalte der wichtigsten Textgegenstände wird ersichtlich, dass der Hauptgegenstand des Makrotextes Arbeitszeitmodelle (AZ) wie ein roter Faden den ganzen Text durchzieht. Er ist in jedem Text und sogar in jedem Absatz explizit oder implizit vertreten. Die Themenprogression ist durch vertikale Linien dargestellt, wobei die Pfeile die Stelle im Makrotext anzeigen, wo das Teilthema wiederaufgenommen wird (vgl. Lepa 2006).

8.3.3. Relative Selbständigkeit der Teiltexthe im Makrotext

Obwohl die Teiltexthe in einen Makrotext „eingebaut“ sind, verlieren sie ihre Selbständigkeit nicht. Ein Beleg dafür wäre die Einführung von bereits erwähnten Personen in nachfolgenden Teiltexthen. Diese Personen werden nicht als bekannt vorausgesetzt, d. h., es wird nicht vorausgesetzt, dass der Leser den anderen Teiltexthe, wo diese Person vorgestellt wurde, gelesen hat. Ein Beispiel dafür wäre die Koreferenzkette der Berater (B). Die Einführung und die Wiederaufnahme des Referenzträgers ist folgendermaßen auf die einzelnen Texte verteilt:

Einführung von A. Hoff (B₂) in TT1, Absatz 3.5.
Einführung von (B₁) und (B_{4,5}) in TT5, Absatz 3.2.
Wiederaufnahme von (B₁) in TT6
Einführung von D. Hasenkopf (H) in TT7
Wiederaufnahme von (B₂) in TT8, Absätze 1.1.–2.3.
Wiederaufnahme von (B₁) in TT8, Absätze 2.4.–2.6.
Einführung von (B₃) in TT8, Absatz 3.1.
Wiederaufnahme von (B₂) in TT9
Wiederaufnahme von (B₁₋₅) in TT10

Die Einführung von A. Hoff (B₂) erfolgt in TT1 über die Erwähnung seiner Firma und seines Partners:

... Michael Weidinger, Mitbegründer der Berliner Arbeitszeitberatung Dr. Hoff, Weidinger und Partner ...

Die Wiederaufnahme in TT8 erfolgt in Form der folgenden Koreferenzkette:

1.1.

(B₂) Dr. Andreas Hoff

(B₂) er

(B₂) sich

(B₂) Hier

(B₂) den ersten Arbeitszeitberater Deutschlands

(B₂) diese Berufsbezeichnung

(B₂) das Wort

(B₂) Hoff

(B₂) in seiner Doktorarbeit

(B₂) er

(B₂) **der Titel „Betriebliche Arbeitszeitpolitik zwischen Arbeitszeitverkürzung und Arbeitszeitflexibilisierung“⁸⁶**

(B₂) Hoff's berufliche Laufbahn

(B₂) die Gründung einer eigenen Firma

(B₂) mit dem Arbeitszeitforscher Willi Haller

(B₂) der

2.1.

(B₂) Die heutige Firma „Dr. Hoff, Weidinger & Partner“, Berlin

(B₂) aus einem Team von sieben Personen

Der Berater wird hier im Rahmen eines Aufhängers ausführlich eingeführt. Die Hintergrundinformation zur Person von A. Hoff umfasst die Einleitung 1.1. und den ersten Absatz des zweiten Textteils. Sie beginnt mit einem interessanten Ereignis aus dem Berufsleben von A. Hoff und wird mit der chronologischen Darstellung seiner beruflichen Laufbahn bis zu den Angaben über die heutige Firma fortgesetzt. Erneut wird die Kette A. Hoff (B₂) in TT9 wiederaufgenom-

⁸⁶ Fettdruck bedeutet Überschneidungen mit der Kette Arbeitszeitmodelle (AZ).

Abb. 15. Die Themenprogression im Makrotext

T	TT	Thematische Progression Nr Wiederaufnahme der Gegenstände im Makrotext	Inhaltskonzentrat auf der Absatzebene Abkürzungen: FAZ = flexible Arbeitszeiten AZ = Arbeitszeit AG = Arbeitgeber AN = Arbeitnehmer	die wichtigsten Textgegenstände
T1	TT1		1.1. Notwendigkeit von FAZ erkannt von Politikern und Gewerkschaft	AZ/P/ G
			1.2. FAZ können Arbeitsplätze schaffen	AZ/AP
	TT2		2.1. unterschiedliche Auffassungen von den FAZ	AZ
			2.2. Definition der FAZ	AZ/W
			Problem: Wahlfreiheit der Mitarbeiter	
			2.3. Misstrauen: FAZ diene kostengünstiger Produktion	AZ/PK
	TT3		2.4. Misstrauen berechtigt: Beispiele	AZ/PK
			3.1. trotz Misstrauen Gewerkschaften für FAZ	AZ/G
			3.2. Lösungen: Arbeitsspitzen mit Freizeit ausgleichen	AZ/FF
			3.3. Beisp. P&G: flexibles Schichtsystem schafft neue Arbeitsplätze	AZ/AP
			3.4. Beispiel Bayer: flexibles Schichtsystem schafft neue Arbeitsplätze	AZ/AP
			3.5. Nachteil: keine Wahlfreiheit für Mitarbeiter, Lösung: FAZ + Teilzeit	AZ/W
	TT4		3.6. Lösung: autonome Arbeitsgruppen	AZ/W
			4.1. Beispiel Beck: seit 1978 FAZ – erfolgreich	AZ
			4.2. Ergebnis von Studien: Wunsch nach weniger Arbeit	AZ/S
			4.3. Zeitkonten-Modell bei Beck	AZ
			4.4. Zeitkonten: Funktionsweise	AZ
	TT5		4.5. Zeitkonten: Berücksichtigung der Interessen von AG und AN	AZ/PK/W
			5.1. Beispiel E-Plus: ohne Stechuhr – erhöhte Motivation	AZ/K
			5.2. Umstellung auf FAZ erfordert größeren Organisationsaufwand	AZ
5.3. wegen größeren Organisationsaufwandes – Widerstand im mittleren Management			AZ	
5.4. notwendig: Überzeugungsarbeit und professionelle AZ-Beratung			AZ/B	
T2	TT1		1.1.–1.4. AZ-Modelle zur Steigerung der Produktivität	AZ/PK
	TT2		2.1.–2.5. AZ-Modelle mit Zeitsouveränität der Mitarbeiter	AZ/W
T3	TT1		Literaturverzeichnis zum Thema	AZ
T4	TT1		Einleitung: AZ im 19. Jahrhundert	AZ
	TT2		Etappen der geschichtlichen Entwicklung der AZ-Regelung nach 1945	AZ
T5	TT1		1.1. Entstehung des Begriffs „Mobilzeit“	AZ
			2.1. Abgrenzung der Begriffe „Mobilzeit“–„Teilzeit“	AZ
	TT2		2.2. FAZ und Familie	AZ/FF
			2.3. FAZ für Manager	AZ/M
			2.4. FAZ und Arbeitsplätze	AZ/AP
	TT3		2.5. FAZ und Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft	AZ/DW
			3.1. Werbekampagne der Bundesregierung für FAZ	AZ/P
			3.2. Förderung der Beratung bei der Umstellung auf FAZ	AZ/F
			3.3. Ausblick auf Erfolg und Nutzen der Kampagne für die deutsche Wirtschaft	AZ/F/DW
			3.1.–1.2. Abgrenzung der Begriffe „Mobilzeit“–„Teilzeit“	AZ
T6	TT1		2.1.–2.2. Information über die Anmeldung für die Förderung	AZ/F
	TT2		3.1.–3.2. Zusammenarbeit der Beraterfirmen mit den Unternehmen bei Umstellung auf FAZ ist wichtig	AZ/B/AG
	TT3		4.1.–4.2. Was die Förderung genau umfasst	AZ/F
	TT4		5.1.–5.2. positive Prognose für den Erfolg der Kampagne	AZ/F
	TT5		6.1.–6.2. geplante Aktivitäten im Rahmen der Mobilzeit-Kampagne	AZ/F
	TT6		1.1. Kritik der Einstellung vieler Unternehmer zu FAZ	AZ/AG
T7	TT1		2.1. Erfolg Hasenkopfs mit seinem AZ-Modell	AZ
			2.2. Wahlfreiheit der Mitarbeiter bei Hasenkopf	AZ/W
	TT3		3.1. Hasenkopf will andere Unternehmer von seinem Modell überzeugen	AZ/B/AG
			3.2. Gründung einer AZ-Beratung und Entwicklung eines Pilotprojekts	AZ/B
			3.3. Grundidee des Projekts: Jahres- AZ	AZ
			3.4. neben Vollzeit Teilzeit möglich	AZ
			3.5. Zeitkonten und Lebensarbeitszeit	AZ
	TT4		3.6. Entscheidung der Mitarbeiter über ihre AZ	AZ/W
			4.1. Einwände der Unternehmer gegen FAZ und ihre Widerlegung:	AZ/AG
			4.2. Kostenersparnis durch FAZ (Beispiele)	AZ/PK
4.3. Nutzen für Unternehmen durch weniger Fehlzeiten			AZ/PK	
4.4. Nutzen für die Volkswirtschaft durch weniger Fehlzeiten			AZ/DW	
TT5		5.1. Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze durch das Hasenkopf-Modell	AZ/AP	
		5.2. Überstunden sind Belastung für den Staat	AZ/DW	
		5.3. das Hasenkopf-Modell bleibt in Bayern	AZ	
T8	TT1		1.1. A. Hoff war 1993 der erste AZ-Berater Deutschlands	AZ/B
			1.2. das Konzept der AZ-Beratung von A. Hoff	AZ/B
	TT2		2.1. Schicht- und Dienstpläne	AZ
			2.2. Fa. Hoff: Auftraggeber, Arbeitsweise, Bezahlung	AZ/B
			2.3. Lage auf dem Markt der AZ-Beratung- Anbieter	AZ/B
			2.4. A. Fauth-Herkner hat Pionierzeit der FAZ miterlebt	AZ/B
TT3		2.5. A. Fauth-Herkner gründet AZ-Beratung; Kundenkreis	AZ/B	
		2.6. A. Fauth-Herkner wird Koordinatorin des EU-Projekts zur Einführung von FAZ	AZ/B	
		3.1. Vorstellung einer neuen Fa. auf dem Beratermarkt	AZ/B	
		3.1.–1.2. AZ-Regelung in der Firma von A. Hoff	AZ/B	
T9	TT1		2.1.–2.2. weitere Beispiele gelungener AZ-Regelung	AZ
	TT2		3.1.–3.2. Rückblick auf die Entwicklung der FAZ	AZ
	TT3		4.1.–4.2. Schaffung neuer Arbeitsplätze durch FAZ	AZ/AP
	TT4		5.1.–5.2. Prognose für FAZ: Ausdehnung	AZ
	TT5		Adressen der Beraterfirmen	AZ/B
T10	TT1		1.1. Beispiel einer Führungskraft, die Teilzeit arbeitet	AZ/M
			1.2. negative Einstellung zu Teilzeit im Management	AZ/M
	TT2		2.1. Manager in Teilzeit sind sehr selten	AZ/M
			2.2. Behauptung: für Top-Management Teilzeitarbeit unmöglich	AZ/M
			2.3. Widerlegung dieser Behauptung durch Beispiele	AZ/M
			2.4. Beispiel für Teilzeit im Top-Management	AZ/M
			2.5. trotz positiver Beispiele nur Einzelfälle der FAZ auf Top-Ebene	AZ/M
	TT3		3.1. wenig männliche Top-Manager in Teilzeit	AZ/M
			3.2. Beispiel eines Bankangestellten	AZ/M
			3.3. Skepsis des Arbeitgebers zur Teilzeit überwunden	AZ/M
TT 4		4.1. Bedingung 1 für FAZ im Management: Vorgesetzte unterstützende	AZ/M/AG	
		4.2. Bedingung 2 für FAZ im Management: verständnisvolle Kollegen	AZ/M/AN	
TT 5		4.3. Vorteile der Teilzeit für Unternehmen und Manager	AZ/PK/ FF	
		4.4. Beispiel einer FAZ-Regelung: Nutzen für Familie	AZ/FF	
		5.1. Vorteil der Teilzeit: mehr Lebensqualität	AZ/FF	
TT 6		5.2. Problem der FAZ: anfangs mit der Kommunikation	AZ/M	
		6.1. Berücksichtigung der Betriebsinteressen durch Manager	AZ/PK	
T 12	TT 1		1.1. Ergebnis der statistischen Studie zur AZ-Regelung	AZ/S
			1.2. allgemeine Information über die ISO-Studie	AZ/S
			1.3. Ergebnis: nur 19% der AN arbeiten zu festgelegten AZ	AZ
			1.4. FAZ nehmen zu, ihre Formen: Teilzeit, Gleitzeit, Sonntagsarbeit, Überstunden	AZ
			1.5. Problem: zu viele Überstunden bei anhaltender Arbeitslosigkeit	AZ/AP
	TT 2		2.1. Einstellung zu Teilzeit, Vollzeit, Schicht- und Nachtarbeit	AZ
			3.1. Einstellung zu Samstags- und Sonntagsarbeit	AZ
	TT 3		3.2. 42% der AN sind für Überstunden; Folge: keine neuen Arbeitsplätze	AZ/AP
			3.3. Bereitschaft zur Samstagsarbeit zugenommen	AZ
			3.4. Gleitzeit ist populär: 85% dafür	AZ
TT 4		3.5. Verhältnis zwischen geleisteter, vereinbarter u. gewünschter AZ: Differenz von 4 Stunden	AZ	
		4.1. Potentiale zur Verringerung der AZ – bei vollbeschäftigten Männern in alten Bundesländern	AZ/AN	

men, wo dieser Berater und seine Firma im Mittelpunkt der Darstellung stehen. Der Vorspann zum Text enthält die wichtigsten Informationen zu seiner Person in kurzer Form:

Ein Interview mit Dr. Andreas Hoff, Mitinhaber der Berliner Arbeitszeitberatung Dr. Hoff, Weidinger und Partner, über flexible Arbeitszeiten.

In TT10 werden Kontaktangaben der Beraterfirma von A. Hoff angegeben. Die Kette A. Fauth-Herkner (B₁) beginnt in TT5 mit der gleichzeitigen Erwähnung von (B₄) und (B₅):

Drei Beraterfirmen aus Hamburg, Stuttgart und Pullach bei München (siehe Adressverzeichnis)...

Diese Erstnominierung im Rahmen des Makrotextes erfolgt durch Teil-Ganzes-Beziehung und enthält nicht einmal den Namen der Beraterin bzw. der Firma, der nächste Teilttext jedoch (TT6) ist ein Interview mit der Beraterin, das vor allem ihrer Firma gewidmet ist. Die Erstnominierung (bzw. die Wiederaufnahme im Rahmen des Makrotextes) erfolgt im Vorspann zum Interview:

Ein Interview mit Inhaberin der Münchner Beratungsfirma „Neue Wege für die Arbeitswelt“, über das Modellvorhaben „Mobilzeit“

Im Teilttext 8, der über die Leistungen von drei Beraterfirmen informiert, wird A. Fauth-Herkner (B₁) im Absatz 2.4. zum ersten Mal erwähnt und die Kette (B₁) bleibt in diesem und den zwei folgenden Absätzen die wichtigste Kette der Darstellung.

Die Erstnominierung und die Kette in TT8, Absatz 2.4.:

(B₁) Angela Fauth-Herkner aus Pullach
(B₁) sie
(B₁) Fauth-Herkner
(B₁) sie
(AG) beim Münchner Textilhaus Ludwig Beck
(AG) das
(AG) als erstes Unternehmen
(AG)(AN) seinen Mitarbeitern
(B₁) Fauth-Herkner
(B₁) Assistentin der Personalleitung
(B₁) Leiterin des Meilenstein-Projektes „Individuelle Arbeitszeit“ (IAZ)
(B₁)(AN) Personalleiterin für rund tausend Mitarbeiter

In TT10 sind beide Berater mit Adresse sowie Telefon- und Faxnummer zu finden. Die Berater (B₃), (B₄) und (B₅) kommen nur in jeweils zwei Texten

vor – in TT5 werden die Berater (B_{4,5}) zum ersten Mal genannt, in TT8 der Berater (B₃). Die Wiederaufnahme findet in TT10 statt, wo die Adressen dieser Firmen genannt werden. Der Berater Hasenkopf (H) kommt nur in TT7 vor, wo seine Person im Mittelpunkt der Darstellung steht. Die Adresse seiner Firma steht nicht im Gesamtverzeichnis der Beraterfirmenadressen, sondern wird dem Teiltext 7 angefügt. Das kann als Zeichen für eine besondere Stellung Hasenkopfs unter den Beratern aufgefasst werden. Die Gründung seiner Beraterfirma erfolgte aus den Bedürfnissen der Praxis und D. Hasenkopf selbst ist Fachpraktiker. Im Unterschied zu den anderen Beratern, die studiert und promoviert haben, gibt es Hasenkopf betreffend keinen Hinweis auf eine akademische Bildung. In Teiltexten 11 und 12 kommt die Kette (B) und damit das Thema „Beratung“ kaum vor. Die Behandlung dieses Teilthemas scheint durch die Angabe der Adressen abgeschlossen zu sein. Das erweckt den Eindruck, dass die Behandlung dieses Teilthemas mindestens zum Teil darauf hinauslief, die Beraterfirmen bekannt zu machen (Information) und die Leser indirekt zur Kontaktaufnahme mit ihnen aufzufordern (Appellation).

Von den Koreferenzketten der Personen greifen über die Textgrenze hinaus die Ketten der Politiker (P), der Arbeitgeber (AG) und der Arbeitnehmer (AN). Dabei stehen die Ketten (AG) und (AN) pragmatisch in einem engeren Zusammenhang mit der Hauptkette (AZ) als andere Ketten der Personen und Institutionen. Sie gehören praktisch zu Konstituenten des Themas „Arbeitszeit“.

Die wichtigsten Informationen zu den Beratern werden in jedem Text, in dem sie vorkommen, wiederholt, d. h., dass der jeweilige Berater erneut vorgestellt wird. Diese im Prinzip „nichtlineare“ Textfolge ermöglicht dem Leser einen Einstieg in den Makrotext praktisch über jeden Text, sie wird den Interessen und den Zeitressourcen des Lesers gerecht.

8.4. Termini in Koreferenzketten

Die Analyse der lexikalischen Mittel soll auf Termini begrenzt werden, die in der Koreferenzkette Arbeitszeitmodelle (AZ) vorkommen. Nach Baumann (vgl. 1998, 409) sind die Termini in den Ketten der Wiederaufnahmestruktur ein Merkmal der Fachsprachlichkeit eines Textes. Bei der Analyse der Termini wird als Methode der Analyseansatz von G. Thiel und G. Thome (1996) angewandt. Sie untersuchen Termini in der Fachtextsorte „Populärwissenschaftlicher Zeitschriftenartikel“ anhand der Nomina mit hypothetischer Bedeutung und kommen zu interessanten Ergebnissen, die z. T. auch für den Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ gelten:

1. Fast jedes der untersuchten Lexeme tritt einmal in fachsprachlicher, einmal in nichtfachsprachlicher Verwendung auf. Dieses Nebeneinander erweist sich „als zentrales Charakteristikum der Fachtextsorte ‚Populärwissenschaftlicher Zeitschriftenartikel‘“ (ebd., 754).

2. Thiel/Thome haben in ihrem Korpus eine sehr häufige Rekurrenz von Fachwörtern festgestellt, was „bisher nicht als Charakteristikum popularisierender Texte“ herausgestellt wurde. Diese Beobachtung stehe im Gegensatz zu Ergebnissen anderer Untersuchungen, die „fehlende terminologische Dichte“ belegen (vgl. ebd., 760).⁸⁷
3. „Belege wertender Adjektive sind [...] gegenüber den sachbezogenen eher selten. Dieser Umstand zeigt, dass es den Wissenschaftsjournalisten um die Darstellung des Fachlichen geht, auch wenn sie Fachliches mitunter für das Publikum sozusagen mundgerecht aufbereiten und dazu Wertung und nicht zuletzt auch Emotionalität zu Hilfe nehmen.“ (Ebd., 768).
4. Ein gemeinsprachliches wertendes Element als Stellvertreter des Fachwortes fasst die Information auf der begrifflichen Ebene zusammen und „übernimmt die Funktion des Fachwortes: es gliedert die Information, indem es sie auf einer höheren Abstraktionsstufe unter einer Kategorie subsummiert“ (ebd., 768).

Die Analyse der Termini in der Koreferenzkette Arbeitszeitmodelle (AZ) hat ergeben, dass diese Kette zum größten Teil aus Termini besteht, also ist die Rekurrenz der Termini auch im analysierten Makrotext sehr häufig. Wegen der außerordentlichen Bedeutung des Themas für jeden Bürger der Gesellschaft – jeder hat etwas mit der Arbeitszeitregelung zu tun – und des dadurch bedingten hohen Grades an Bekanntheit der Termini erweist sich diese Dichte beim Lesen jedoch nicht als Verständnishindernis. Bei der Bestimmung, ob ein Ausdruck ein Terminus ist oder nicht, sind wir davon ausgegangen, ob er im Gabler Wirtschaftslexikon (1988) definiert ist oder nicht. Um eine wissenschaftlich gesicherte Grundlage für die Analyse zu haben, gehen wir vom Terminusbegriff E. Wüsters aus, wonach sich Termini „durch ihre feste, in einer Definition zusammengefaßte Geltung“ (Wüster 1991, VI)⁸⁸ auszeichnen.

Das Ineinandergreifen fachsprachlicher und gemeinsprachlicher Elemente (vgl. Thiel/Thome 1996, 763 ff.) ist auch im untersuchten Makrotext ziemlich häufig zu beobachten. Der dadurch entstehende Verlust an begrifflicher Stringenz erfolgt auf unterschiedliche Weise⁸⁹:

1. Durch Kürzung, d. h. durch Einsparung eines Gliedes des Kompositums. Eingesparrt wird das Glied, das aus dem Kontext erschließbar ist. Auf diese Weise entsteht eine Art Ellipse:

Teilzeitarbeit – Teilzeit; Arbeitszeitmodell – Modell; Arbeitszeit der Führungskräfte – Führungsarbeit

⁸⁷ An dieser Stelle wird auf Gläser 1990, S. 77 ff. verwiesen.

⁸⁸ Das Zitat von E. Wüster stammt aus dem Vorwort von R. Baum zu Wüster 1991. Baum nennt die genaue Quelle des Zitats nicht.

⁸⁹ Das erste Wort in den angeführten Wortpaaren ist im Gabler Wirtschaftslexikon definiert, das zweite stammt aus den untersuchten Teiltextrn.

2. Durch syntaktische Variante desselben Wortes:
Arbeitsflexibilisierung – Flexibilisierung bei den Arbeitszeiten
3. Durch Umformulierung mit anderen lexikalischen Mitteln:
Arbeitsflexibilisierung – flexible Arbeitsformen
4. Durch Kombination aus mehreren Termini (Beide Bestandteile des Ausdrucks sind in Gabler Wirtschaftslexikon definiert, treten jedoch im Lexikon in dieser Kombination nicht auf.):
flexible Teilzeitschicht; Projektteams
5. Durch Kombination aus einem Terminus und einem gemeinsprachlichen Wort (definiert sind im o. g. Lexikon *Modell* und *Arbeitszeit*):
Hasenkopf-Modell; Arbeitszeit-Pioniere
6. Durch Analogiebildung (definiert sind im o. g. Lexikon *Teilzeit-Beschäftigte* und *Jahresarbeitszeit*):
Teilzeitbeschäftigte – Vollzeitbeschäftigte, Nichtleit-Beschäftigte; Jahresarbeitszeit – Lebensarbeitszeit

Ein interessanter Fall ist das Wort *Vollbeschäftigung*. Es kommt in einem Teiltexzt zweimal vor, einmal in streng terminologischer, einmal in einer anderen fachlichen Bedeutung. Im Vorspann zum Teiltexzt 1 ist das ein Terminus aus der Volkswirtschaftslehre⁹⁰:

*Um die Wirtschaft wettbewerbsfähiger zu machen und der **Vollbeschäftigung** näher zu kommen, muss die Arbeitszeit flexibilisiert werden.*

Das andere Mal ist eigentlich die *Vollzeitbeschäftigung* gemeint:

*Ab 60 Monatsstunden aufwärts lässt sich im Zehnerabstand jede Arbeitszeit (bis hin zur **Vollbeschäftigung**) wählen ...*

Durch Tilgung von *-zeit-* entsteht dieselbe Wortform wie beim Terminus, allerdings mit einer anderen Bedeutung.

Belege wertender Adjektive sind vor allem bei der Charakterisierung von Personen anzutreffen, insbesondere in Textabschnitten, die Wertungen ausdrücken und die appellative Funktion des Textes signalisieren.

⁹⁰ „V. liegt vor, wenn für eine Beschäftigung geeignete Personen, die Beschäftigung zum herrschenden Lohnsatz suchen, diese ohne längeres Warten finden können.“ (Gabler Wirtschaftslexikon 1988, 2526)

9. Die Grammatische Struktur des Makrotextes

Auf der Ebene der Grammatik werden die sprachlichen Mittel beschrieben, die für die Thematik relevant sind (vgl. Brinker 2005, 160). Dabei wird insbesondere auf die sprachlichen Mittel eingegangen, die zur Kohärenz des Textes beitragen: Das sind die verknüpfenden und verweisenden Konnektoren und die Tempuskontinuität.

9.1. Verknüpfung über den Textteil und den Absatz hinaus

An dieser Stelle sollen die Textkonnektoren untersucht werden, die die einzelnen Strukturen der Teiltexthe (Textteil, Absatz, Textsegment) miteinander verbinden und damit zur Kohärenz des Textes beitragen. Die Teiltexthe des Makrotexthes „Arbeitszeitmodelle“ unterscheiden sich von einander in der Dichte des Verknüpfungnetzes und in der Art der Verknüpfung.

In der folgenden Aufzählung werden kursiv die Elemente der Teiltexthe⁹¹ angegeben, die über die Grenzen des Textteils oder des Absatzes hinausgreifen, die Art dieser Beziehung und die Distanz, auf die sie wirken. Wenn sich das Element auf den Satz (Textsegment) davor bezieht, wird die Distanz nicht angegeben. Der Vollständigkeit halber enthält die Übersicht auch referentielle und deiktische Beziehungen zwischen den Textelementen. Die erste Zahl bezeichnet den Textteil (Textabschnitt mit Zwischentitel), die zweite den Absatz, z. B. in „1.2.“ bezeichnet 1 den Textteil (TTt1) und 2 den Absatz dieses Textteils. Die sämtlichen Texte der Rubrik werden auch hier in drei Gruppen aufgeteilt: in inhaltskonstituierende monologische Teiltexthe, inhaltskonstituierende dialogische Teiltexthe und inhaltsunterstützende Teiltexthe.

9.1.1. Inhaltskonstituierende monologische Teiltexthe

TT1

- 1.2. *eine andere Verteilung der Arbeit*: Wiederaufnahme durch Substitution
- 2.1. *aber*: Konnektor
- 2.2. *dabei*: Konnektor, Wiederaufnahme
- 2.3. *entsprechend groß*: Wiederaufnahme
- 2.4. *Argumente*: Pro-Substantiv, bezieht sich auf den ganzen vorhergehenden Absatz
- 3.1. *diese Diskussion...*: Situationsdeixis
- 3.2. *wenn es aber ...*: Konnektor
- 3.3. *dies*: Wiederaufnahme, Deixis
- 3.4. *auch*: Konnektor

⁹¹ Siehe dazu den Makrotext in aufgliederter Form im Anhang 2 oder in Abb. 14 (Kap. 8).

- 3.5. *bei beiden Modellen*: Wiederaufnahme, Bezug zu 3.3. und 3.4.
- 3.6. *auch*: Konnektor
- 4.1. *auf diesem Gebiet*: Wiederaufnahme, Deixis
- 4.2. *bei Beck*: Wiederaufnahme
- 4.3. *Gleichzeitig*: Konnektor
- 4.4. *... das Monatssoll*: Wiederaufnahme
- 4.5. *die vereinbarte Arbeitszeit*: Wiederaufnahme, Deixis (anaphorischer Artikel)
- 5.1. *beispielsweise*: Konnektor
- 5.2. *der Selbstorganisation*: Deixis (anaphorischer Artikel)
- 5.3. *Dies*: Wiederaufnahme, Deixis
- 5.4. *Hierzu*: Konnektor, Wiederaufnahme, Deixis
- 5.5. *Bislang*: Situationsdeixis

Aus dieser Aufzählung wird ersichtlich, dass jeder Textteil (Beginn bei 2.1., 3.1., 4.1, 5.1.) an den vorhergehenden anknüpft und jeder Absatz mit dem vorhergehenden anaphorisch verbunden ist. Der Text weist einen sehr hohen Grad der Verflechtung auf.

TT5

- 2.1. *Das Trio aus Bonn*: Deixis durch anaphorischen Artikel, Wiederaufnahme
- 2.2. *dem Kollegen*: Wiederaufnahme durch Substitution
- 2.3. *Nolte*: Wiederaufnahme durch Repetition
- 2.4. *Dem Dritten im Bunde*: Wiederaufnahme durch Substitution
- 2.5. *Der oberste Arbeitszeitverwalter*: Wiederaufnahme durch Substitution
- 3.1. *Die beiden Bundesministerien und die Fachbehörde*: Wiederaufnahme durch Substitution
- 3.2. *Drei Beraterfirmen*: Wiederaufnahme
- 3.3. *... das Modellprojekt „Mobilzeit“*: Wiederaufnahme

Die Kohärenz entsteht ausschließlich durch die Wiederaufnahme, nicht durch die adverbiale und konjunktionale Verknüpfung.

TT7

- 2.1. *...da ...*
- 2.2. Keine Verknüpfung
- 3.1. *Jetzt*
- 3.2. *Hasenkopf*: Wiederaufnahme durch Repetition
- 3.3. *Die Grundidee*: Wiederaufnahme
- 3.4. *Dabei*: Wiederaufnahme, Konnektor
- 3.5. Konjunktionsloser Konditionalsatz, d. h. Verknüpfung durch impliziten Konnektor
- 3.6. *Das Beste jedoch*: Wiederaufnahme, Deixis (anaphorischer Artikel)
- 4.1. *Dennoch*: Konnektor
- 4.2. *der Arbeitszeit-Pionier*: Wiederaufnahme durch Substitution
- 4.3. *Noch günstiger*: Wiederaufnahme

4.4. *Auch*: Konnektor

5.1. *Das Hasenkopf-Modell*: Wiederaufnahme

5.2. *Hasenkopf*: Wiederaufnahme durch Repetition

5.3. *Bei solchen Zahlen*: Wiederaufnahme, Deixis

TT8

1.2. *Die heutige Firma ...*: Wiederaufnahme, Deixis (anaphorischer Artikel)

2.1. *Ein weiteres Thema der Beratung*: Anaphorik und Kataphorik durch die lexikalische Bedeutung des Wortes „weiteres“ – es setzt voraus, dass etwas davor war und verweist gleichzeitig auf etwas, was danach kommt

2.2. *Die Projekte, die ...*: Wiederaufnahme (anaphorischer Artikel)

2.3. *...der Firmen*: Wiederaufnahme

2.4. Einführung eines neuen Teilthemas

2.5. *Fauth-Herkner*: Wiederaufnahme

2.6. *Zu den Arbeitsfeldern...*: Wiederaufnahme

3.1. *Zu denjenigen...*: Wiederaufnahme, Deixis

TT11

1.1. Einführung eines Teilthemas

1.2. *Christel Kaufmann-Hocker*: Wiederaufnahme durch Repetition

2.1. *Manager*: generalisierende Wiederaufnahme

2.2. Einführung eines neuen Teilthemas

2.3. *dies*: Wiederaufnahme, Deixis

2.4. *Noch weniger Präsenz*: Wiederaufnahme

2.5. *Trotz dieser positiven Beispiele...*: Wiederaufnahme (anaphorischer Bezug zu 2.3. und 2.4.)

3.1. *Das*: Wiederaufnahme, Deixis

3.2. *...diese Bezeichnung*: Wiederaufnahme, Deixis (anaphorischer Artikel)

3.3. *Die Bank*: Wiederaufnahme, Deixis (anaphorischer Artikel)

4.1. *Dennoch*: Konnektor

4.2. *Ebenso wichtig*: Konnektor

4.3. *Eine Einschätzung, die...*: Ellipse als anaphorische Wiederaufnahme

4.4. *...ohnehin anders*: Konnektor

5.1. *Auch*: Konnektor

5.2. *die Teilzeit-Vorgesetzten*: Wiederaufnahme

6.1. Neues Teilthema

TT12

1.2. *die...ISO-Studie*: Wiederaufnahme durch Repetition

1.3. *der Studie*: Wiederaufnahme durch Repetition

1.4. *das Ausmaß flexibler Arbeitszeiten*: Wiederaufnahme

1.5. neues Teilthema

2.1. neues Teilthema

2.2. neues Teilthema

3.1. neues Teilthema

- 3.2. neues Teilthema
- 3.3. *die ISO-Studie*: Wiederaufnahme
- 3.4. *Sehr viel populärer*: Wiederaufnahme
- 3.5. neues Teilthema
- 3.6. neues Teilthema
- 4.1. neues Teilthema

9.1.2. Inhaltskonstituierende dialogische Teiltexthe

Bei den dialogischen Texten bilden die Gesprächsschritte „Frage“ und „Antwort“ jeweils eine Gesprächssequenz und einen Textteil. Die Frage gibt das Thema für die Antwort vor und wirkt als Redeanreiz. Beide Repliken sind voneinander abhängig – einerseits ist die Frage ohne Antwort kommunikativ sinnlos⁹², andererseits impliziert die Antwort Elemente der Frage und kann allein genommen unverständlich wirken. Die Art der Beziehungen zwischen den beiden Repliken ist kataphorisch bei der Fragereplik und anaphorisch bei der Antwortreplik. Die Beziehungen zwischen den einzelnen Frage-Antwort-Sequenzen, d. h. über den Textteil hinaus, zeugen von einer dichteren Verflechtung des Dialogs. In diesen Fällen bezieht sich der Reporter explizit auf die Antwort davor und leitet aus ihr die Frage ab (vgl. Moskalskaja 1984, 43 ff.).

Wie sich diese Beziehungen im Einzelnen bei den beiden Interviews des Makrotexthes gestalten, demonstrieren die folgenden Belege. Das Interview lässt sich in 6 Gesprächssequenzen einteilen, die jeweils aus zwei Gesprächsschritten bestehen: Die 1. Gesprächssequenz besteht z. B. aus den Gesprächsschritten „Frage“ (1.1.) und „Antwort“ (1.2.).⁹³

TT6

- 1.1. Einführung eines Teilthemas
- 1.2. *Mobilzeit-Kampagne*: Wiederaufnahme
- 2.1. *die bisherige Resonanz auf die Kampagne*: Wiederaufnahme
- 2.2. *bei uns sehr gut*: Wiederaufnahme in Form einer Ellipse
- 3.1. neues Teilthema
- 3.2. *im Unternehmen*: Wiederaufnahme
- 4.1. neues Teilthema
- 4.2. *bei unserer Firma*: Wiederaufnahme
- 5.1. neues Teilthema
- 5.2. *das konkrete Ziel*: Wiederaufnahme, Deixis (anaphorischen Artikel)
- 6.1. neues Teilthema
- 6.2. *wahrscheinlich werden wir ... durchführen*: temporale Referenz

⁹² Es handelt sich hier nicht um rhetorische Fragen.

⁹³ Die Interviews sind in aufgliederter Form im Anhang 2 zu finden.

Die Verbindungen sowohl innerhalb der Frage-Antwort-Sequenzen als auch im ganzen Text des Dialogs werden zusätzlich durch personale Referenz (*Sie* in der Frage- und *wir* in der Antwortreplik) verdichtet, die in der obigen Aufzählung nicht aufgeführt ist. Es gibt nur einen Fall der expliziten Verbindung zwischen den Frage-Antwort-Sequenzen (Referenzbeziehung zwischen 2.1. und 1.2.) Eine konjunktionale oder adverbiale Verknüpfung zwischen den einzelnen Repliken fehlt vollständig. Natürlich sind alle Textteile durch das einheitliche Thema des Textes verbunden, was die semantische, inhaltliche Kohärenz des Textes gewährleistet.

TT9

- 1.1. Einführung eines Teilthemas
- 1.2. *bei* uns: Wiederaufnahme (persönliche Referenz)
- 2.1. *weitere ... Beispiele*: Wiederaufnahme, kataphorischer Bezug
- 2.2. *zwei Beispiele*: Wiederaufnahme (Repetition mit Quantor)
- 3.1. neues Teilthema
- 3.2. *Auf jeden Fall.*: Wiederaufnahme (Referenz durch Ellipse)
- 4.1. neues Teilthema
- 4.2. *beide Einschätzungen*: Wiederaufnahme durch Substitution
- 5.1. neues Teilthema
- 5.2. *Wir stehen vor einer Ausdehnungsexplosion*: Wiederaufnahme (Referenz durch Ellipse)

Die Verbindungen sowohl innerhalb der Frage-Antwort-Sequenzen als auch im ganzen Text des Dialogs werden zusätzlich durch personale Referenz (*Sie* in der Frage- und *wir* in der Antwort) verdichtet, die in der obigen Aufzählung nicht aufgeführt ist. Es gibt nur einen Fall der expliziten Verbindung zwischen den einzelnen Frage-Antwort-Sequenzen (Referenzbeziehung zwischen den Gesprächsschritten 2.1. und 1.2.) Eine konjunktionale oder adverbiale Verknüpfung zwischen den einzelnen Gesprächsschritten fehlt vollständig. Natürlich sind alle Textteile durch das einheitliche Thema des Textes verbunden, was die semantische, inhaltliche Kohärenz des Textes gewährleistet.

9.1.3. Inhaltsunterstützende Teiltex

Die Teiltex

⁹⁴ Z. B. kommen sie im Buch von Roloff (1982) unter journalistischen Textgattungen nicht vor.

härenzbeziehungen auf und unterscheiden sich in dieser Hinsicht von den typischen journalistischen Texten des Makrotextes.

Das Lexikon TT2 besteht aus einzelnen autosemantischen Einträgen, die aus Begriffen und ihren Definitionen bzw. Erklärungen bestehen. Diese Autosemantie ist ein Merkmal der Textsorte, deshalb ist auch eine Verknüpfung durch Konnektoren über den Eintrag hinaus in so einem Text nicht zu erwarten. Im Teiltext 2 gibt es nur einen Fall der Verbindung über den Absatz (d. h. den Eintrag) hinaus: 2.2. zu 2.1., und sie erfolgt durch Referenzbeziehungen und Deixis: *Variable Arbeitszeit Fortschreibung des Gleitzeitmodells ohne Kernzeit*. Der bestimmte Artikel *des* deutet darauf hin, dass *das Gleitzeitmodell* bereits erwähnt worden ist – das ist der Eintrag davor (*Gleitende Arbeitszeit*). Die Kohärenz entsteht in diesem Text durch das einheitliche Thema und die formale Struktur als Zeichen der Standardisierung.

Vollständig autosemantisch sind auch die einzelnen Einträge in den beiden Verzeichnissen TT3 und TT10. Das Literaturverzeichnis TT3 enthält Angaben über fünf Buchtitel (1–5), Information über Telefonberatung und Angaben über ein Video zum Thema. Bei den Büchern gibt es neben den üblichen Angaben zu Autor bzw. Herausgeber, Titel, Erscheinungsort, Erscheinungsjahr in zwei Fällen auch Information über die Möglichkeit einer kostenlosen Bestellung mit Postfachnummer und Telefonadresse der Bezugsquelle. Die Information über das „Mobilzeit“-Telefon enthält einen einfachen erweiterten Satz mit einer finiten Verbform, was für die Textsorte „Verzeichnis“ sonst nicht üblich ist. Der Teiltext 10 (Adressverzeichnis) besteht aus sechs Berateradressen mit Telefon- und Faxnummer. Auch hier gibt es eine Abweichung von der Textsorte in Form eines einfachen erweiterten Satzes mit finitem Verb (Adresse 6).

Die Kohärenz der beiden Verzeichnisse wird jeweils durch das einheitliche Thema (Literatur bzw. Adressen) und die direkt deklarierte (TT3) und/oder dank der Konventionalisierung leicht zu erkennende Textsorte konstituiert. Andere Erscheinungsformen der grammatischen Kohärenz (Wiederaufnahme, Deixis und Verknüpfung durch Konnektoren) fehlen in beiden Texten fast vollständig – bis auf das Adverb *auch* in der Angabe der letzten Adresse in TT10. Das Adverb bezieht sich auf den ganzen Text davor.

Eine stärker ausgeprägte syntaktische Kohärenz weist die Chronologie (TT4) auf. Es gibt zwar nur einen Fall der adverbialen Verknüpfung über den Absatz hinaus – *1956 Ein Schritt vorwärts...* bezieht sich anaphorisch auf den Absatz *1955* –, doch sind die Formen der Wiederaufnahme stark ausgeprägt. Die Kohärenz entsteht durch die temporale Referenz und durch die Wiederaufnahme einzelner Aspekte des Hauptgegenstandes Arbeitszeit (AZ), vor allem der Zahl der Wochenstunden. Trotz der formalen „Zerstückelung“ durch die Jahreszahlen wirkt der Text dank der Tempuskontinuität zusammenhängend und flüssig. Die Informationen zu den Ereignissen einzelner Jahre bilden eine kontinuierliche lineare Folge von versprachlichten Sachverhalten und konstituieren die Themenprogression.

Die Tatsache, dass die einzelnen Teiltexthe über ihre Grenze hinaus miteinander verknüpft sind, ohne dass sich dabei der Zwischentitel als störend erweist,

deutet darauf hin, dass die Zwischentitel eine andere Ebene im Text bilden, die sich von der Ebene des Textkörpers abhebt.

Die Referenzbeziehungen in den Verzeichnissen und im Lexikon unterscheiden sich von denen der anderen Teiltex-te. Es wird zwar in jedem Eintrag das-selbe Thema "flexible Arbeitszeiten" (AZ) aufgegriffen, es bilden sich jedoch keine Koreferenzketten. In jedem Eintrag erfolgt praktisch die Erstnominat-ion. Das Thema wird nicht fortgesetzt, sondern aufs Neue eingeführt. Die Referenz als kohärenzstiftende Kraft ist in solchen Texten schwach ausgeprägt und spielt kaum eine Rolle bei der Verflechtung einzelner Textelemente.

9.2. Tempuskontinuität und konjunktionale Verknüpfung

Zu wichtigen kohärenzstiftenden Mitteln des Textes gehören nach Brinker (2005, 41; 158) die Tempuskontinuität und die konjunktionale Verknüpfung. In diesem Kapitel werden diese sprachlichen Mittel in allen 12 Teiltex-ten des Makrotex-tes analysiert und die Ergebnisse in einer Tabelle (Abb. 16) am Ende dieses Unterkapitels präsentiert. Als Erstes soll das Verfahren beschrieben wer-den, das bei der Analyse dieser Kategorien angewandt wurde. Das Analysema-terial ist, wie im Kapitel 3 beschrieben und in den vorherigen Analysen (Kap. 7–8) praktiziert, in Teiltex-te (TT), Textteile (TTt), und Absätze gegliedert. Die Strukturen unterhalb des Absatzes, d. h. auf der Satzebene, sollen hier ausführ-licher erklärt werden. Die nächste strukturelle Ebene nach dem Absatz ist der **Ganzsatz**. Die Einteilung in Ganzsätze erfolgt nach formalen Kriterien: die Großschreibung des ersten Wortes am Anfang und die Interpunktion (Punkt, Ausrufezeichen, Fragezeichen) am Ende des Satzes. Der hier verwendete Be-griff des Ganzsatzes entspricht dem „Textsegment“ von Brinker und wird wie bei Brinker nur zur Gliederung des Materials verwendet:

Der auf der Interpunktion begründete Satzbegriff kann [...] nur vorläufig sein, zu einer ersten Gliederung des Sprachmaterials dienen. In diesem Sinn verwenden wir ihn auch bei den folgenden Textanalysen; der Deutlichkeit halber sprechen wir aber nicht von ‚Satz‘, sondern von ‚Textsegment‘ [...]. (Brinker 2005, 23).

Die Ganzsätze sind durchgehend nummeriert. Das Tempus der Teilsätze wird wie folgt angegeben:

Präsens = Präs

Präteritum = Prät

Perfekt = Perf

Plusquamperfekt = Plusq

Futurum = Fut

Indikativ Aktiv wird nicht angegeben, dafür aber Konjunktiv = Konj, Imperativ = Imper und Passiv = Pass.

Diese Angaben können bei der Analyse weiterer Textcharakteristika hilfreich sein und überladen die Tabelle nicht mit Information. Bei der Darstellung der Tempusformen des Ganzsatzes wird versucht, die Satzstruktur zu widerspiegeln. Zum Beispiel wird der Satz *Unternehmen und Mitarbeiter legen eine individuelle Gesamtarbeitszeit fest, die dann nach Absprache abgeleistet wird* folgendermaßen dargestellt:

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
		Präs,Präs Pass.	die

Das Komma zeigt an, dass dieser Ganzsatz aus zwei **Teilsätzen** besteht. Ein Teilsatz enthält ein finites Verb. Auch Doppelpunkte und Gedankenstriche werden wiedergegeben, wenn sie Teilsätze abgrenzen. Das ist im Falle des Doppelpunktes besonders wichtig, weil er als Konnektor eingesetzt werden kann (vgl. Langer 1995, 141). Der Punkt markiert den Aussagesatz. Auch Frage- und Ausrufesätze werden mit dem entsprechenden Satzzeichen (?) bzw. (!) markiert. Die in der Nebenspalte wiedergegebene Verknüpfung durch Konnektoren ergänzt das Bild: Das Relativpronomen *die* deutet darauf hin, dass es sich hier um einen Relativsatz handelt. Also ist der Gesamtsatz ein Satzgefüge aus einem Hauptsatz und einem Relativsatz als Nebensatz. **Nominalsätze**, d. h. verblose Sätze (Jung 1971, 115 f.) werden, soweit sie als Textsegmente auftreten, wie folgt wiedergegeben:

Sein Erfolgsrezept: erhöhte Motivation und damit verbunden erhöhte Produktivität der Arbeitnehmer.

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
		Nom.	

Schachtelsätze werden vereinfacht dargestellt. Ein Beispiel:

Immerhin lässt sich aus der Statistik herauslesen, dass bei denen, die nicht regelmäßig samstags arbeiten, die Bereitschaft zur Samstagarbeit zugenommen hat.

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
		Präs,Perf,Präs.	dass/die

Der Satz im Perfekt *dass bei denen die Bereitschaft zur Samstagarbeit zugenommen hat*, der durch einen Nebensatz unterbrochen ist, wird zuerst angegeben, dann folgt der eingeschobene Nebensatz *die nicht regelmäßig samstags arbeiten*.

Wenn man die Tabellen der einzelnen Teiltexthe miteinander vergleicht, fallen ziemlich große Unterschiede auf, die sowohl die temporale Kontinuität als auch die Konnektoren betreffen. Die Chronologie (TT4) ist z. B. durchgehend im historischen Präsens geschrieben und enthält nur vier Konnektoren und einen konjunktionlosen Konditionalsatz. So eine spärliche konjunktionale Verknüpfung lässt sich durch die Besonderheiten der Textsorte erklären. Sie ist darauf zurückzuführen, dass die Kohärenz durch die Jahreszahlen hergestellt wird und Konnektoren entbehrlich sind. Um so auffälliger erscheint diese Asyndese im Bericht über die Ergebnisse einer statistischen Studie (TT12): Die meisten Sätze dieses Textes sind einfache Sätze im Präsens, die adverbiale Verknüpfung über den Absatz hinaus ist auch sehr selten, wie oben (9.1.1.) bereits festgestellt wurde. Dafür ist in diesem Text die Struktur der Nominalphrasen recht kompliziert. Auf diese Besonderheit konnte aus Platzgründen nicht näher eingegangen werden.

Die Teiltexthe 1 und 7 weisen in der konjunktionalen Verknüpfung Unterschiede auf, obwohl sie von derselben Autorin stammen (Autorenstil spielt also keine Rolle). Der Teiltexthe 1 hat eine kompliziertere Struktur als der Teiltexthe 7. Das mag an der Textsorte liegen: TT1 stellt eine Art Leitartikel im Gesamttext der Rubrik dar und liefert gewissermaßen eine theoretische Grundlage für die Behandlung des Themas; TT7 ist ein Bericht über die Anwendung der Theorie in der Praxis und deshalb weniger abstrakt und kompliziert. Außerdem spielt der Textgegenstand eine sehr wichtige (vielleicht die wichtigste) Rolle: Im ersten Teiltexthe steht im Mittelpunkt der Darstellung ein abstrakter Begriff (Arbeitszeit), im 7. Teiltexthe die Person des Unternehmers und Beraters Hasenkopf.

Abb. 16. Tempuskontinuität und konjunktionale Verknüpfung

TT1. Geht die Stechuhhr bald in Pension?

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
TTt1	1.1.	1.Prät, Prät.	als
		2.Präs, Präs.	doch/die
		3.Prät Konj , Präs, Präs.	so/ob
		4.Präs.	und
		5.Perf.	
	1.2.	6.Präs Pass, Präs.	darin
		7.Prät Konj Pass : Präs.	je nach
TTt2	2.1.	8.Präs?	
		9.Präs.	
		10.Präs,Präs,Präs Präs,Präs;Präs,Präs.	während/was/und/wenn/und/wenn
	2.2.	11.Präs:Präs Präs,Präs Pass.	und/dass
		12.Präs,Präs:Präs.	wem/denn
	2.3.	13.Präs:Präs Kohj,Präs.	von der/so
		14.Prät Konj.	und
	2.4.	15.Nom,Präs.	die
		16.Präs,Präs.	wenn
		17.Präs,Präs,Präs Präs.	oder

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
		18.Präs,Präs Pass: Präs,Präs Pass, Präs, Präs.	wie/wenn/ wenn
TTt3	3.1.	19.Präs,Prät:Präs,Präs.	die
		20.Nom,Prät Pass.	der
		21.Perf,Präs,Perf,Präs.	dass/dass/dass
	3.2.	22.Präs,Präs,Präs Pass,Prät Konj.	wenn/dass/nicht...sondern
	3.3.	23.Präs,Präs.	dass/dafür
		24.Nom,Präs Pass.	so/in dem
		25.Prät Prät.	und
		26.Prät,Prät.	zwar...jedoch
	3.4.	27.Präs,Präs,Präs.	dass/auch/wo
		28.Prät.	
		29.Prät Pass.	
	3.5.	30.Prät,(Präs),Präs Pass,Prät Prät.	die/nicht nur...sondern auch/und
		31.Präs.	
		32.Präs, Präs.	dabei/dass
	3.6.	33.Präs.	so
34.Präs,Präs.		wobei/dass	
35.Präs,Präs.		auch/so/die	
TTt4	4.1.	36.Präs,Präs.	in der
		37.Präs.	
		38.Prät Prät.	und
		39.Perf,Präs.	nicht nur...auch
	4.2.	40.Präs Konj,Präs.	so
		41.Prät,Prät,Prät.	die/dass
		42.Nom,Präs Pass.	das
	4.3.	43.Prät,Prät Konj.	dass
		44.Prät,Präs,Präs.	die/die
		45.Perf:Präs Pass,Präs Pass.	in dem
	4.4.	46.Präs,Perf.	wobei
		47.Präs Pass.	
		48.Präs.	
		49.Präs Pass,Präs.	wobei/dass
	4.5.	50.Präs Pass Präs.	und
51.Präs Pass,Präs.		wann	
52.Präs Pass.			
53.Prät Konj,Perf,Perf.		die	
TTt5	5.1.	54.Präs.	
		55.Präs,Präs Konj.	dass
		56.Präs Konj,Prät Konj: Präs,Präs,Präs,Prät Konj.	zwar...aber/wenn/als wenn
	5.2.	56.Präs-Prät.	den
		57.Präs.	
	5.3.	58. Präs,Präs Pass.	warum
		59.Präs,Präs.	um so...je mehr
	5.4.	60.Präs Konj.	so
		61.Präs.	dabei
		62.Präs.	
		63.Präs,Präs.	was
	5.5.	64.Präs.	
		65.Perf.	so
		66.Nom.	
		67.Präs,Fut,Präs, Fut.	denn/die/ob
		17.Nom.	

TT2. Arbeitszeit-Modelle

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
TTt1	1.1.	1.(Präs),Präs Präs (Präs).	die
	1.2.	1.Präs.	
		2.Präs Pass.	
		3.Präs.	
	1.3.	1.Präs Pass.	
		2.Präs.	
	1.4.	1.Präs,Präs.	
	TTt2	2.1.	1.(Präs),Präs Pass Präs.
2.Präs.			das/und
2.2.		1.(Präs).	
		2.Präs.	
		3.Präs,Präs Pass.	
2.3.		1.Präs,Präs Pass.	
		2.Präs.	bei denen
2.4.		1.Präs.	die
		2.Präs.	
2.5.		1.Präs Pass.	
		2.Präs.	

TT4. Arbeitszeiten auf absteigendem Ast

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
TTt1		1.Präs: Präs.	
		2.Präs.	
		3.Präs Pass.	
		4.Perf.	
TTt2	2.1.	5.Präs Pass.	
		6.Präs.	
		7.Präs,Präs.	(wenn)
	2.2.	8.Präs,Plusq.	zu dem
		9.Perf.	
		10.Präs-Präs.	Damit
	2.3.	11. Präs Pass.	
	2.4.	12. Präs Pass.	
		13.Präs.	
		14.Präs.	
	2.5.	15.Präs.	
	2.6.	16.Präs.	
		17.Präs.	
		18.Präs Pass.	
		19.Präs.	
	2.7.	20.Präs.	
		21.Präs Pass.	
		22.Präs.	
		23.Präs.	
	2.8.	24.Präs.	
		25.Präs.	
		26.Perf.	
		27.Präs,Perf.	die
		28.Prät.	

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
	2.9.	29.Präs. 30.Präs,Präs. 31.Präs.	die
	2.10.	32.Präs Pass.	
		33.Präs.	
		34.Präs Pass.	
		35.Prät Konj.	
		36.Präs Pass, Präs Pass.	
	37.Perf.		

TT5. Mobil in die Zukunft!

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
TTt1		1.Prät.	
		2.Präs,Prät.	
		3.Präs.	
		4.Präs,Präs.	die
		5.Prät Pass.	
		6.Präs.	
TTt2		7.Perf: Präs,Präs.	wer
		8.Präs,Präs Konj.	warum
		9.Präs: Perf.	
		10.Präs.	
		11.Präs.	
		12.Präs,Präs.	weil
		13.Präs?	
		14.Präs Pass.	
		15.Präs: Präs.	
		16.Präs.	
		17.Präs.	
		18.Präs.	
		19.Präs, Präs Präs.	die
		20.Präs.	
		21.Präs Konj,Präs.	wenn
		22.Präs: Präs Pass.	um...zu
		23.Präs Pass.	
		24.Präs.	
		25.Präs.	
		26.Präs Konj, Prät.	
		27.Präs Konj Pass,Präs Konj.	was
		28.Präs Konj.	
		29.Präs Konj.	
		30.Präs Konj.	
TTt3		31.Präs.	
		32.Präs Pass Präs (Pass),Präs.	die
		33.Perf Pass.	
		34.Präs,Präs.	die
		35.Präs Pass.	
		36.Präs,Präs,Prät.	die
		37.Präs.	
		38.Präs.	
		39.Präs,Fut.	ob
		40.Präs,Präs Konj-Prät,Prät Konj.	als ob

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
		41.Präs,Präs.	dass
		42.Prät Konj, Prät,Prät Konj.	wenn

TT6. Innovative Unternehmen gesucht

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Genus, Modus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
TTt1		1.Präs?	
		2.Präs,Präs Pass,Präs Pass.	dass/und/dass
		3.Präs,Präs Pass.	welcher
		4.Präs,Präs Pass.	dass
		5.Prät.Konj-Präs Pass-Perf.	und wenn...dann
TT2		6.Präs?	
		7.Nom.	
		8.Prät,Prät.	als
		9.Präs,Präs.	und
TTt3		10.Präs,Präs Pass:Präs.	bei dem
		11.Präs?	
		12.Präs.	
		13.Präs Pass.	
		14.Präs.	
		15.Präs:Präs,Präs.	wenn...dann
		16.Präs,Präs.	falls
TTt4		17.Präs,Präs,Präs.	denn/dass
		18.Präs?	
		19.Präs Pass.	
		20.Präs Pass:Präs.	
		21.Präs.	
		22.Präs.	
TTt5		23.Präs?	
		24.Präs Pass.	und
		25.Präs.	
TTt6		26.Fut.	
		27.Fut.	

TT7. Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
TTt1	1.1.	1.Präs.	
		2.Prät Konj, Präs, Präs.	so/ob
		3.Präs.	
		4.Perf-Präs,Präs: Präs.	was
		5.Präs,Präs.	wenn...dann
TTt2	2.1.	6.Präs,Präs,Prät Konj.	der/wie
		7.Nom.	
		8.Präs Konj,Imper.	
		9.Nom.	
	2.2.	10.Präs,Präs.	nicht nur...sondern auch/wie viel/wann
		11.Nom.	
		12.Perf.	
TTt3	3.1.	13.Prät.	
		14.Präs,Perf,Prät Pass.	der/das
		15.Präs.	

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
	3.2.	16.Präs,Prät.	mit der
		17.Prät Prät.Präs Pass.	und/das
		18.Präs,Präs Pass.	denen
		19.Präs Pass.	
	3.3.	20.Präs: Präs.	
		21.Prät Konj.	
		22.Präs Pass,Präs,Perf.	der/wie viele
	3.4.	23.Präs,Präs.	dass
		24.Präs,Prät Präs.	die/und
	3.5.	25. Präs,Präs: Präs Pass.	(wenn)
		26.Präs,Prät Konj,(Präs).	wie/und
		27.Präs.	
	3.6.	28. Präs Präs,Präs Pass.	und/wann
		29.Präs,Prät Konj.	die
TTt4	4.1.	30.Präs,Prät,Prät Konj.	der/dass
		31.Präs,Präs Konj, Präs Prät Konj: Präs-Präs,Präs.	wenn/wann/dann wenn
		32.(Präs),Präs,Präs Pass:	obwohl/unter denen
		33.Präs,Präs,Präs,Präs.	nicht...sondern
		34.Präs.	
	4.2.	35.Präs,Präs: Plusq Konj,Präs.	die
		36.Prät Pass,Prät.	
		37.Präs Konj.	
	4.3.	38.Präs: Präs.	
		39.Perf.	
		40.Präs,Präs,Präs.	
		41.Präs.	
		42.Präs: Perf,Präs Präs.	und
		43.Prät Konj.	
	4.4.	44.Präs.	
		45.Präs Konj,Präs.	
46.Präs.			
47.Prät Konj,Prät Konj.			
TTt5	5.1.	48.Präs.	
		49.Präs,Präs;Präs.	nicht...sondern
		50.Präs.	
	5.2.	51.Präs,Präs.	
		52.Präs,Präs: Präs Pass.	
		53.Präs Präs.	um...zu
		54.Präs Pass: Präs,Präs.	
	5.3.	55.Präs,Präs Pass.	dass
		56.Präs,Präs,Präs.	und wenn/die/dann
		57.Präs,Prät.	dass
58.Prät,Prät.		als	
59.Prät,Präs,Präs.		der	

TT8. Unterstützer für Unternehmen

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
TTt1	1.1.	1.Präs.	
		2.Prät Prät: Präs.	
		3.Perf.	
		4.Präs,Präs,Präs.	das

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)	
		5.Prät.		
		6.Prät,Prät.	der	
		1.2.	7.Präs,Präs.	die
		8.Präs;Perf.		
		9.Präs,Präs.	nach denen	
		10.Präs,Präs Pass.	dass	
	TTt2	2.1.	11.Präs.	
			12.Präs,Präs,Präs.	wenn
			13.Präs: .Präs,Präs?	
			14.Präs.	
			15.Präs,Präs.	wie
		2.2.	16.Präs Präs,Präs.	die
17.Präs Pass.				
18.Präs,Präs Pass,Präs,Prät.			die/der	
2.3.		19.Präs.		
		20.Präs,Prät Konj.	dass	
		21.Präs Pass,Präs.	die	
2.4.		22.Präs.		
		23.Präs,Perf.	obwohl	
		24.Präs: Prät Konj,Präs.	indem	
2.5.		25.Prät Konj,Präs,Präs.	die	
		26.Perf: Prät Pass,Prät.	das	
		27.Prät.		
2.6.		28.Prät.		
	29.Prät,Präs.	deren		
	30.Präs.			
	31.Präs,Präs.	die		
	32.Präs.			
	33.Präs.			
TTt3		34.Präs,Präs.	mit denen	
		35.Präs,Präs Pass.	das	
		36.Präs,Präs.	wie	
		37.Präs.		
		38.Präs,Präs.	die	
		39.Prät.		
		40.Prät Prät.	und	
		41.Präs,Präs Pass.	die	

TT9. Wachsendes Interesse

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
TTt1		1.Präs?	
		2.Präs,Präs.	
		3.Präs:Präs.	
		4.Präs,Präs.	
		5.Präs Pass,Präs.	
TTt2		6.Präs?	
		7.Präs:Präs,Präs,Präs,Präs.	nicht...sondern/das
		8.Perf,Präs Pass Präs:Präs,Präs,Prät Konj.	das/und/aber/dass
TTt3		9.Präs.	
		10.Präs Pass:Präs Pass.	
		11.Präs?	

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
		12.Nom.	
		13.Perf-Prät-Perf.	was/die
		14.Präs,Prät Konj.	dass
		15.Perf,Präs Pass.	dass
TTt4		16.Präs:Präs Pass,Präs?	oder
		17.Präs.	
		18.Präs.	
		19.Präs: Präs,Präs Pass.	dass
		20.Präs,Präs Pass.	dass
		21.Perf,Fut.	dann
		22.Perf,Präs.	(wenn)
TTt5		23.Präs,Fut?	wie
		24.Präs.	
		25.Präs,Präs.	dass
		26.Präs,Fut,Präs.	dass/die

TT11. Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)	
TTt1	1.1.	1.Präs,Präs.	wenn	
		2.Präs,Präs Pass.	der	
		3.Präs Pass Präs: Präs.	und	
	1.2.	4.Präs,Prät Konj.	was	
		5.Präs Präs,Präs.	und/dass	
TTt2	2.1.	6.Präs,Präs,Präs,Präs.	die/wie/der	
		7.Perf.		
	2.2.	8.Präs,Präs,Präs Konj: Präs Pass,Präs.	wenn/ je...um so	
	2.3.	9.Präs,Präs.	dass	
		10.Präs,Präs.	dass	
		11.Präs.		
	2.4.	12.Präs.		
		13.Prät,Präs Pass,Präs.	nachdem/die	
		14.Präs.	die	
	2.5.	15.Präs,Präs,Präs.	die/das	
16.Präs.				
17.Präs Konj Pass,Präs,Präs Pass.		zwar...doch		
		18.Präs Pass: Präs.		
TTt3	3.1.	19.Präs.		
		20.Präs: Prät Konj,Präs.	die	
		21.Prät Konj,Präs Konj Präs.		
		22.Prät Konj,Präs.	die	
	3.2.	23.Präs,Präs.	was	
		24.Präs,Präs.	auf den	
		25.Präs: Präs.		
		26.Prät.		
		27.Prät,Präs Pass.	dem	
			28.Inf.	
	3.3.	29.Prät Prät.	und	
		30.Präs Pass.		
		31.Prät Pass,Perf: Präs.	nicht nur...auch	
		32.Prät,Präs.	der	
33.Präs.				
34.Präs,Präs,Präs Pass.		dem		

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
		35.Präs: Präs Pass,Prät Konj.	dass
TTt4	4.1.	36.Präs,Präs Pass.	damit
		37.Präs,Präs.	wer
		38.Präs,Präs,Prät.	dass/weil
		39.Präs,Perf Konj,Prät Konj.	dass/die
	4.2.	40.Präs.	
		41.Perf.	
		42.Perf Konj,Präs:Präs Präs.	und
		43.Perf Präs.	und
		44.Perf.	
	4.3.	45.Präs.	
		46.Präs,Perf Präs Pass.	die/die/auch
		47.Plusq Konj,Präs,Präs.	dass/aber
		48.Präs,Präs:Präs,Präs,Präs Präs.	dass/und
	4.4.	49.Präs.	
50.Präs:Prät.			
51.Präs.			
52.Präs,Prät Konj,Prät Konj.		die/wenn	
TTt5	5.1.	53.Präs.	
		54.Präs Pass.	
		55.Präs:Präs.	
	5.2.	56.Präs,Präs,Prät Konj.	dass/der
		57.Präs.	
		58.Präs.	
59.Perf Konj,Präs.			
TTt6		60.Präs:Perf,Präs.	dass
		61.Präs,Prät,Plusq,Präs:Perf.	dass/bis/dass
		62.Präs,Plusq Konj.	dass
		63.Präs.	
		64.Präs.	
		65.Präs Konj,Präs,Präs Konj.	wenn
		66.Präs,Präs:Präs.	was
		67.Perf Konj,Präs.	
		68.Präs,Präs.	dann

TT12. Jobkiller Überstunden

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
TTt1	1.1.	1.Präs.	
		2.Präs.	
		3.Präs Präs.	und
	1.2.	4.Präs,Präs Pass.	Die
	1.3.	5.Perf.	
		6.Prät.	
		7.Plusq.	
	1.4.	8.Präs.	
		9.Präs.	
		10.Präs.	
		11.Präs.	
		12.Perf: .Perf.	sowohl
		13.Prät Pass,Präs.	
		14.Präs.	
		15.Prät Konj.	

TTt Nr.	Abs. Nr.	Tempus, Modus, Genus (Textsegmente mit Satzzeichen)	Satzverknüpfung (Konnektoren)
	1.5.	16.Prät,Perf Konj, Prät: Präs.	dass
		17.Präs Konj.	
		18.Präs Konj Pass.	
TTt2	2.1.	19.Präs,Präs,Präs.	die/wobei
		20.Präs,Prät Konj.	die
		21.Prät Konj.	
	2.2.	22.Präs,Präs.	die
		23.Präs.	
TTt3	3.1.	24.Präs.	
		25.Präs.	
	3.2.	26.Präs.	
		27.Prät,Präs.	während
		28.Präs: Perf.	
		29.Präs Konj.	
	3.3.	30.Präs Konj,Perf Konj.	dass
		31.Präs,Präs: Präs,Präs.	die/wobei
		32.Präs,Perf,Präs.	dass/die
	3.4.	33.Präs.	
		34.Präs: Präs.	
		35.Präs.	
	3.5.	36.Präs.	
		37.Perf.	
		38.Präs.	
		39.Präs.	
	3.6.	40.Präs.	
		41.Präs.	
		42.Präs.	
		43.Präs.	
TTt4	4.1.	44.Präs.	
		45.Präs.	
		46.Präs.	

10. Analyse der Text-Bild-Beziehungen im Makrotext

Der Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ stellt einen bimedialen Text dar, der aus verbalen und piktoralen Textteilen besteht. Er enthält vier Zeichnungen, drei Fotos und zwei Grafiken. Außerhalb des Makrotextes befinden sich eine Collage auf dem Titelblatt und eine Zeichnung im Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift, die das Thema des Makrotextes ankündigt.⁹⁵ In diesem Kapitel stehen die Beziehungen zwischen dem verbalen und dem piktoralen Text im Mittelpunkt des Interesses. Die Analyse der Text-Bild-Beziehungen erfolgt nach der Analysemethode von Stöckl (2004).

Stöckl (vgl. 2004, 138 ff.) behandelt die Bildsorten der Presse Werbebild, Zeitungsbild, Illustriertenbild, Comicbild, Karikaturbild und fachliches Bild und stellt die Typologisierungsmarkierungen für diese Textsorten in einer ausführlichen Tabelle dar. Diese Merkmale dienen als Orientierung in der vorliegenden Analyse. Bei der Bezeichnung der Bildsorte (Werbebild, Zeitungsbild etc.) geht Stöckl vor allem von der Verwendungssituation und/oder der Funktion aus. Alle Bilder des Makrotextes „Arbeitszeitmodelle“ sollten nach diesem Kriterium zur „Bildsorte“ (wenn es so eine Bildsorte überhaupt geben kann) „Fachzeitschriftenbild“ gehören. Diese Bezeichnung wäre zu allgemein und böte keine Möglichkeit zur Differenzierung. Deshalb werden hier die Bilder nach dem Kriterium „Art der Herstellung“ in die Bildsorten Fotos, Handzeichnungen (weiter als „Zeichnung“ bezeichnet), Grafiken und Collagen unterteilt. Die Abbildungen des Untersuchungskorpus wurden für die Analyse wie folgt bezeichnet:

Collagen: Collage 1 (S. 1/Titelblatt);

Zeichnungen: Zeichnung 1 (S. 5/Inhalt), Zeichnung 2 (S. 30/TT1), Zeichnung 3 (S. 32/TT1), Zeichnung 4 (S. 34/TT5), Zeichnung 5 (S. 42/TT8);

Fotos: Foto 1 (S. 40/TT7), Foto 2 (S. 43/TT9), Foto 3 (S. 44/TT11);

Grafiken: Grafik 1 (S. 46/TT12), Grafik 2 (S. 47/TT12).

Stöckl (vgl. ebd.) gruppiert die typischen Merkmale der Bildsorten zu sechs Komplexen: Abbildungspraktiken, mediale/technische Beschaffenheit, Funktion/Verwendungszweck, Bildqualitäten, Sehprozesse/Sichtbarkeit, Kopplung mit anderen Zeichensystemen.⁹⁶ Die Art der Herstellung behandelt Stöckl unter dem Komplex „mediale/technische Beschaffenheit“.

Bei der Bestimmung eines bimodalen Textmusters unterscheidet Stöckl (vgl. 2004, 114) prototypische Eigenschaften auf drei Ebenen: der Ebene des verbalen Textes (Textmuster), der Ebene des visuellen Textes (Bildmuster) und der Ebene des Interface zwischen verbalem und visuellem Text (Interfacemuster).

⁹⁵ Siehe Anhang 1 und 2.

⁹⁶ Im Kapitel 3 zu Methoden sind die sechs Merkmalskomplexe ausführlicher dargestellt.

Von diesen Ebenen kann auch bei der Analyse eines konkreten bimodalen Textes ausgegangen werden, jedoch geht es dabei natürlich nicht nur um prototypische Eigenschaften. Die Ebene des verbalen Textes wurde bereits in den Kapiteln 7–9 analysiert. In diesem Kapitel steht der visuelle Text, d. h. die Bilder des Analysekorpus, und das Interface zwischen dem verbalen und dem visuellen Text im Mittelpunkt des Interesses.

Die Verwendungssituation ist für alle Bilder des Makrotextes gemeinsam, deshalb beginnt die Analyse mit ihrer Beschreibung. Anschließend werden die Bilder zu Bildsorten gruppiert und nach Bildsorten in der folgenden Reihenfolge analysiert: Collage, Zeichnungen, Fotos, Grafiken. Für die Analyse werden die sechs Merkmalskomplexe von Stöckl (s. o.) zu drei Analyseschritten wie folgt gruppiert:

1. Eigenschaften des visuellen Textes: Abbildungspraktiken, mediale/technische Beschaffenheit, Bildqualitäten, Sehprozesse/Sichtbarkeit
2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen
3. Funktion/Verwendungszweck

In den Kategorien der textlinguistischen Analyse nach Brinker (2005) entspricht der „Verwendungssituation“ die kommunikative Situation und der Handlungsbereich, unter „Eigenschaften des visuellen Textes“ wird die Struktur des visuellen Textes analysiert, unter „Kopplung mit anderen Zeichensystemen“ steht der thematische Aspekt im Vordergrund und „Funktion/Verwendungszweck“ entspricht dem Begriff „Textfunktion“⁹⁷. Die Abfolge der Analyseschritte entspricht der Auffassung, dass der Einstieg in einen Text meist über das Bild geht: nonverbale Elemente des Bildes – verbale Elemente des Bildes – Bildunterschrift – Textüberschrift – Vorspann – Text⁹⁸ (vgl. Häusermann 2001, 153; vgl. Stöckl 2004, 129 ff.).

10.1. Verwendungssituation für alle Abbildungen

Die Verwendungssituation der Bilder ist für den Leser eindeutig: Er sieht sie im Kontext der Fachzeitschrift „management & seminar“ und in einem engeren Kontext der thematischen Rubrik „Extra“ und kann sie dem Handlungsbereich Wirtschaft zuordnen. Es handelt sich um ein Printmedium und um massenmediale Kommunikation. Die Kommunikationspartner sind auf der einen Seite die Wirtschaftsjournalisten, die die Texte verfasst haben, und der Autor der Zeichnungen, auf der anderen Seite Manager als Zielgruppe der Zeitschrift. Für die Zeichnungen 1 (S. 30/TT1), Zeichnung 2 (S. 32/TT1) und Zeichnung 3 (S. 34/TT5) steht vertikal in der unteren rechten Ecke der Seite als Quellenangabe

⁹⁷ Vgl. Abb. 4.

⁹⁸ Thome (vgl. 2005, 123) geht von einer etwas anderen Reihenfolge der Rezeption aus, die mir ebenfalls plausibel erscheint: Überschriftenblock – Bild – sprachlicher Text.

„Zeichnung: Vitzthum“. Die Quelle der Zeichnung 4 (S. 42/TT8) ist nicht angegeben, auch im Impressum der Zeitschrift gibt es keine Information dazu. Bei zwei Fotos sind die Fotografen angegeben: Foto 1 (S. 40/TT7) hat die Autorin des Teiltexes 7 S. Hildebrand gemacht, als Autor von Foto 3 (S. 44/TT11) ist „Krenn“ angegeben. Es fehlt die Angabe über den Fotografen von Foto 2 (S. 43/TT9). Bei Grafiken sind die Quellen angegeben: Für Grafik 1 (S. 46/TT12) ist es „eurostat“, für Grafik 2 (S. 47/TT12) „iw“. Das Copyright gehört für beide Grafiken dem Globus. Es ist unbekannt, ob die Zeichnungen nach dem Textinhalt gezeichnet wurden oder ob fertige Zeichnungen gefunden wurden, die zum Text passen. Die Fotos stellen die Personen dar, von denen der jeweilige Teiltext handelt. Die Grafiken wurden nicht speziell für den jeweiligen Text angefertigt, es wurde eine thematisch passende Grafik von Globus übernommen.

10.2. Abbildungen außerhalb des Makrotexes

10.2.1. Collage I (S. 1/Titelblatt)

10.2.1.1. Eigenschaften des visuellen Textes

Bereits die Eingliederung des Makrotexes „Arbeitszeitmodelle“ in den Kontext der Zeitschrift erfolgt u. a. durch Bilder. Auf dem Titelblatt der Zeitschrift wird das Thema „Flexible Arbeitszeiten“ durch eine Collage angekündigt. Die Collage nimmt die ganze Titelseite ein; sie besteht aus vier Bildern, die sich in der Dimension der Tiefe übereinander auf drei Ebenen befinden. Den Hintergrund bilden zwei Fotos von Fabrikräumen: Im oberen Teil des Hintergrundes ist eine alte Fabrik abgelichtet, im unteren Teil eine Fabrikhalle mit moderner Ausstattung. Die Fotos unterscheiden sich voneinander auch in der Bildqualität so, dass man versteht, dass sie aus unterschiedlichen Zeiten stammen. Vor diesen zwei Fotos befindet sich als die zweite Ebene ein fotografisches Kopfportrait eines Mannes. Das Gesicht ist etwas seitlich fotografiert und das Foto ist nachbearbeitet: Der eigene Hintergrund des Fotos wurde entlang der Konturen der linken Schulter und des Kopfes abgeschnitten. Den neuen Hintergrund bilden jetzt die beiden Fotos der Fabrikhallen. Das ursprünglich schwarz-weiße Foto ist dunkelblau gefärbt. Auf der dritten Ebene, vor dem Gesicht, ist das Zifferblatt einer Uhr dargestellt. Es ist durchsichtig und lässt die beiden tieferen Ebenen sehen. Der Stundenzeiger ist rot, der Minutenzeiger gelb. Die Beziehung des Bildes zur Welt besteht darin, dass das Abgebildete multipel denotierend Klassen von Objekten (Fabriken, Uhren) und Personengruppen (Arbeitgeber, Arbeitnehmer) vertritt. Es ist ein inszeniertes, bearbeitetes Bild, das nach dem Prinzip der Fotomontage gestaltet ist: Es besteht aus Fotos und Ausschnitten aus Fotos. Als Kunstwerk hat es ästhetische Qualität.

Auf der vierten Tiefenebene in der linken unteren Ecke steht in einem lilafarbenen Rechteck die Ankündigung für zwei weitere Themen der Zeitschrift, die nicht zum Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ gehören.

10.2.1.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen

Die Collage enthält neben den visuellen auch verbale Teile. Auf dem Stundenzeiger steht *Flexiblere* und auf dem Minutenzeiger *Arbeitszeiten*. Der Minutenzeiger dient gleichzeitig zur Abgrenzung der beiden Fotos im Hintergrund. Die „Uhr“ zeigt Viertel nach 12 Uhr. Das Foto der alten Fabrik befindet sich über dem Minutenzeiger, im Bereich der Vergangenheit. Die Zeit unter dem Minutenzeiger bedeutet die Zukunft. In diesem Bereich der Collage befindet sich das Bild der modernen Fabrik. Den verbalen Kontext bildet der Titel der Zeitschrift und die Angaben zum aktuellen Heft: „management & seminar 2/96“. In der Zeile darunter steht der Untertitel der Zeitschrift: „Die Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung“. Der sprachliche Text hilft zu verstehen, dass die in der Collage dargestellte Person ein Arbeitgeber und/oder ein Arbeitnehmer sein kann. Damit sind schon auf dem Titelblatt der Zeitschrift zwei wichtige Textgegenstände – (AG) und (AN) – des Makrotextes eingeführt. Die Arbeitsumgebung im Hintergrund („Arbeit“) und die Uhr („Zeit“) im Vordergrund ergeben zusammen den Hauptgegenstand des Makrotextes Arbeitszeit (AZ). Auf diese Weise werden die wichtigsten Inhalte bereits auf dem Titelblatt thematisiert und ersteingeführt.

10.2.1.3. Funktion/Verwendungszweck

Das Zusammenspiel der verbalen und piktoralen Anteile der Collage steht in erster Linie im Dienste der appellativen Funktion. Die Komparativform des Adjektivs „flexiblere“ in der Nominalgruppe „flexiblere Arbeitszeiten“ gibt den neuen Arbeitszeitmodellen eine positive Bewertung. Die Zuordnung der alten Fabrik – und damit der herkömmlichen Regelung der Arbeitszeiten – zum Bereich der Vergangenheit, des „Gestrigen“, und der modernen Fabrik zum Bereich der Zukunft, des „Zeitgemäßen“, ist ebenfalls evaluativ. Die Darstellung des Menschen auf der Ebene zwischen denen der Fabriken und der Uhr, also zwischen „Arbeit“ und „Zeit“ enthält die Botschaft, dass flexiblere Arbeitszeiten im Interesse des Menschen – des Arbeitnehmers und des Arbeitgebers – sind. Mit der positiven Bewertung der flexiblen Arbeitszeitmodelle wird Beeinflussung der Einstellungen zu ihnen bezweckt. Die Collage bindet positive Assoziationen an flexible Arbeitszeitmodelle, für die in der Rubrik „Extra“ Werbung gemacht wird. Sie wirkt als Aufforderung zur Einführung von flexiblen Arbeitszeiten und hat damit appellative Funktion. Außerdem dient die Collage als Leseanreiz, weil sie ein wichtiges Thema der Zeitschrift durch Vielfalt

der Perspektiven ankündigt. Diese Ankündigung ist ein Ausdruck der informativen Funktion der Collage.

10.2.2. Zeichnung I (S. 5/Inhalt)

10.2.2.1. Eigenschaften des visuellen Textes

Das nächste Bild, das auf den Makrotext hinweist, befindet sich auf der Inhaltsseite der Zeitschrift. Das ist eine Handzeichnung in der unteren rechten Ecke der Seite 5. In der Mitte der Zeichnung ist eine Stechuhr dargestellt, die von zwei Spinnennetzen umgeben ist. Am Spinnennetz links hängt eine Spinne. Den Hintergrund bildet die Wand, an der die Stechuhr befestigt ist. Die Kohäsion der schwarz-weißen Zeichnung ist durch den einheitlichen Hintergrund und durch die Darstellung der Stechuhr in der Mitte und die symmetrische Anordnung der Spinnennetze an beiden Seiten der Stechuhr gewährleistet.

10.2.2.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen

Die Zeichnung enthält Elemente des numerischen Zeichensystems auf dem Anzeigefeld der Stechuhr. Unter der Zeichnung steht die Unterschrift: *ANTWORT: Mehr Beschäftigung durch flexible Arbeitszeiten? Ein m & s-EXTRA* und die Angabe der Seite (30), auf der die Rubrik beginnt. Die Inhaltsseite (S. 5) der Zeitschrift ist in drei Spalten eingeteilt: Die zwei ersten Spalten enthalten das Inhaltsverzeichnis der Zeitschrift, in der dritten sind drei Fotos zu finden, die sich auf die wichtigsten Themen des Heftes beziehen. Die wichtigsten Themen des Makrotextes „Arbeitszeitmodelle“ der Rubrik „Extra“ sind in der zweiten Spalte angegeben. Die Themen des Makrotextes sind von den anderen Inhaltsangaben durch einen hellblauen Hintergrund hervorgehoben. Dieselbe Farbe wird als Hintergrund für den ganzen Makrotext verwendet und wirkt dadurch kohärenzstiftend. Die Zeichnung thematisiert die Textgegenstände Arbeitszeit (AZ) und Kontrolle (K). In der Bildunterschrift wird außerdem durch die Wortgruppe *mehr Beschäftigung* das Thema der Arbeitsplätze (AP) eingeführt.

10.2.2.3. Funktion/Verwendungszweck

Die Zeichnung präsentiert überzeichnete Realität und kritisiert die traditionellen unflexiblen Arbeitszeitmodelle, bei denen die Arbeitszeiten streng geregelt sind. Das wird allerdings erst aus der Kopplung des visuellen und verbalen Textes, vor allem aus der Bildunterschrift, deutlich. Durch diese evaluative Darstellung gewinnt das Bild appellative Funktion. Außerdem dient es als Leseanreiz und informiert über ein Teilthema des Makrotextes.

10.3. Zeichnungen im Makrotext

10.3.1. Zeichnung 2 (S. 30/TTI)

10.3.1.1. Eigenschaften des visuellen Textes

„Aus der kommunikativen Erfahrung gewonnenes Muster- und Strukturwissen“ hilft dem Leser, die Zeichnung als Karikaturbild einzuordnen (Stöckl 2004, 123). Mast (vgl. 2003, 38) stellt fest, dass im Wirtschaftsjournalismus neben Infografiken und Fotos auch illustrative Formen wie Witzzeichnungen und Karikaturen benutzt werden; der Vorteil von gezeichneten illustrativen Formen bestehe darin, dass sie sich besser als Fotos eignen würden, Handlungen zu interpretieren. Zur medialen und technischen Beschaffenheit lässt sich feststellen, dass die Karikatur eine schwarz-weiße Handzeichnung auf hellblauem Hintergrund darstellt. Die Kohäsivität entsteht durch die Uhr im Zentrum des Bildes und die symmetrische Darstellung der beiden Personen links und rechts. Die Schematisierung ist auf generische Wiedererkennbarkeit der Objekte, hier des Arbeitnehmers und Arbeitgebers als Vertreter dieser Gesellschaftsgruppen, orientiert. Das Bild ist leicht lesbar, man erkennt die beiden Personen als Arbeitgeber und Arbeitnehmer schon aus der Kommunikationssituation und der Einordnung der Fachzeitschrift zum Handlungsbereich Wirtschaft. Die Personen sind in der Seitenansicht dargestellt, die Uhr in der Vorderansicht. Als Kunstwerk besitzt die Karikatur ästhetische Bildqualität.

Auf der Zeichnung sind zwei Personen dargestellt, die sich an einer Uhr festhalten und versuchen, sie an sich zu reißen. Dabei geht die Uhr kaputt, das ist an den Schrauben und Rädern, die durch die Luft fliegen, und am verbogenen Minutenzeiger zu sehen. Der Mann links trägt Arbeitskleidung und einen Schraubenschlüssel in der Hosentasche, der Mann rechts trägt einen Anzug. An den Gesichtsausdrücken der beiden Männer erkennt man, dass sie ihre ganze Kraft einsetzen, um die Uhr dem anderen zu entreißen. Durch die Kleidung lassen sich die Personen als Arbeitgeber und Arbeitnehmer identifizieren. Es gehört zu den Konventionen der Bildsorte „personale Typenkarikatur“, den Unternehmer in vornehmer Kleidung und den Arbeiter in Latzhose und Schutzhelm darzustellen. Die Uhr kann in diesem Kontext nur die Arbeitszeit symbolisieren. Es sind also zwei fiktive Personen an einem fiktiven Ort dargestellt, die als Vertreter der Personengruppen Arbeitgeber und Arbeitnehmer wieder erkannt werden. Der Bezug zwischen Abgebildetem und Wirklichkeit ist damit multipel denotierend Klassen von Objekten. Die Abbildungspraktik ist detailreduziert, abstrahierend und symbolisch.

10.3.1.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen

Der Einbettung des Karikaturbildes in den Makrotext der Rubrik dienen bereits andere nonverbale Elemente mit schwach ausgeprägtem Bildcharakter wie der

hellblaue Hintergrund und die Spitzmarke im oberen Bereich jeder Seite – ARBEITSZEIT-MODELLE. Von den verbalen Elementen, die mit dem Karikaturbild verkoppelt sind, kommen in erster Linie die Textüberschriften in Frage, weil eine Bildunterschrift fehlt. Die Überschrift des Makrotexes *Arbeitszeitmodelle* und die Überschrift des ersten Teiltexes *Geht die Stechuhr bald in Pension?* mit dem darunter stehenden Vorspann *Über das Ziel sind sich alle einig: Um die Wirtschaft wettbewerbsfähiger zu machen und der Vollbeschäftigung näher zu kommen, muss die Arbeitszeit flexibilisiert werden. Über den Weg wird heftig diskutiert* helfen dem Rezipienten, das Bild thematisch einzuordnen.

Aus dem Bild allein ist zu verstehen, dass es sich um einen Interessenkonflikt handelt. Die Überschriften bestätigen die Annahme des Rezipienten, dass die beiden Männer als Arbeitgeber und Arbeitnehmer zu identifizieren sind. Man kann schlussfolgern, dass sich die dargestellte Konfliktsituation auf die gegensätzlichen Interessen der Arbeitgeber und Arbeitnehmer hinsichtlich der Arbeitszeit bezieht. Der Vorspann des Textes, insbesondere sein letzter Satz *Über den Weg wird heftig diskutiert* bekräftigt diese Annahme. Die Bildunterschrift fehlt, weil der Kontext für die erste Semantisierung des Bildes ausreichend ist. Da man aus dem Bild nichts Genaueres über den Konflikt erfahren kann, wirkt es intrigierend, zum Lesen anregend.

Im Fließtext gibt es zwar keinen direkten Verweis auf das Bild, aber das Thema des Interessenkonfliktes wird in der ersten Hälfte des Textes mehrmals angesprochen. Das Thema der flexiblen Arbeitszeitmodelle wird aus der Sicht der Arbeitgeber und der Arbeitnehmer dargestellt und zuerst werden die gegensätzlichen Einstellungen zu flexiblen Arbeitszeitmodellen erörtert. In der Mitte des Artikels werden konkrete Lösungen in konkreten Betrieben mit ihren Vor- und Nachteilen vorgestellt, wobei betont wird, dass die Vorteile überwiegen. Im Endergebnis wird geschlussfolgert, dass die flexiblen Arbeitszeitmodelle für beide Seiten vorteilhaft sind.

Das wechselseitige semantische Zusammenspiel des piktoralen und des sprachlichen Textteils besteht darin, dass einerseits die Information des Textes im Bild redundanz erzeugend wiederholt wird, andererseits führt das Bild die wichtigsten Teiltext- und Makrotexthemen ein. Das wird ersichtlich aus der Analyse der thematischen Struktur des ersten Teiltexes und des Makrotexes der Rubrik insgesamt. Die Karikatur nimmt Bezug auf den Hauptgegenstand des Makrotexes – die Arbeitszeit (AZ). Die weiteren wichtigen Gegenstände des Makrotexes, die Arbeitgeber (AG) und die Arbeitnehmer (AN), wären damit ebenfalls grafisch dargestellt. Diese Zeichnung kann man als übergeordnete Illustration zum ganzen Makrotext betrachten, denn sie thematisiert Inhalte, die in fast allen Texten behandelt werden (vgl. Lepa 2006, 278 f.).

10.3.1.3. Funktion/Verwendungszweck

Das Karikaturbild stellt die Diskussion über die Arbeitszeitmodelle auf eine witzige Weise evaluativ dar. Es präsentiert überzeichnete Realität und kritisiert die negative Einstellung der Arbeitgeber und der Arbeitnehmer zu flexiblen Arbeitszeitmodellen: Die Arbeitnehmer befürchten, dass durch neue Arbeitszeitmodelle die Unternehmen nur Kosten sparen wollen, indem sie die teuren Formen der Arbeitszeit (Nachtarbeit, Überstunden, Sonntagsarbeit) durch billigere ersetzen; die Unternehmer befürchten ihrerseits, dass die Umstellung auf neue Modelle viel Organisationsaufwand bedeutet und die Kontrolle über die tatsächlich geleisteten Arbeitsstunden unmöglich macht. Diese Gegenargumente werden im Artikel durch positive Beispiele entkräftet und es wird bewiesen, dass Lösungen möglich sind, die für beide Seiten Nutzen bringen. Nach dem Lesen des Textes wird klar, warum die Bildsorte Karikaturbild als Illustration für diesen Text gewählt wurde: Kritisiert wird hier der vermeintliche Interessenkonflikt. Dem Bild könnte die Illokution zugeschrieben werden: „Die flexiblen Arbeitszeitmodelle sollen eingeführt werden, weil sie nützlich sowohl für die Arbeitgeber als für die Arbeitnehmer sind“.

Die Analyse der funktionalen Aspekte des Makrotextes hat ergeben, dass der Makrotext insgesamt appellativ und informativ ist. In einzelnen Teiltextrn sind diese Funktionen unterschiedlich stark ausgeprägt. Im ersten Teiltextr, der hier analysiert wird, steht die appellative Funktion im Vordergrund, was die zahlreichen sprachlichen Indikatoren belegen. Die Karikatur leistet ebenfalls ihren Beitrag zur Appellfunktion: Sie entkräftet die Gegenargumente, indem sie sie lächerlich macht, und dient auf diese Weise als Appell für die Einführung von flexiblen Arbeitszeitmodellen. Allerdings wird das erst nach dem Lesen des verbalen Teils dieses multimedialen Textes verständlich. Das bestätigt die Erkenntnisse über die Abhängigkeit des Bildes vom sprachlichen Text (vgl. z.B. Stöckl 2000, 327; Kalverkämper 1993, 220). Die appellative Funktion äußert sich ebenfalls darin, dass die Zeichnung als „Hingucker“ – „grafisches Element, das den Blick auf sich zieht“ (vgl. Schneider/Raue 1996, 318) – für den ganzen Makrotext dient.

10.3.2. Zeichnung 3 (S. 32/TT1)

10.3.2.1. Eigenschaften des visuellen Textes

Das Bild wird vom Rezipienten als Witzzeichnung eingeordnet. Zur medialen und technischen Beschaffenheit lässt sich feststellen, dass die Witzzeichnung eine schwarz-weiße Handzeichnung auf weißem Hintergrund darstellt. Die Kohäsivität entsteht durch die Darstellung der gekachelten grauen Wand im Hintergrund und durch die dreifache Wiederholung des Uhr-Motivs. Die Zeichnung hat einen doppelten Rahmen: Das Bild selbst hat unregelmäßige Ränder und befindet sich im weißen Viereck mit scharfen Abgrenzungen durch gerade

Linien, die die Seiten des Vierecks bilden. Auf diese Weise ist der bildliche Text deutlich vom sprachlichen abgetrennt. Das Bild zeichnet sich durch Form- und Farbkonstanz. Die Schematisierung ist auf Wiedererkennbarkeit der Objekte orientiert. Das Bild ist leicht lesbar. Als Kunstwerk besitzt die Zeichnung ästhetische Bildqualität. Auf der Zeichnung sieht man an einer Stange Uhren hängen, von denen Teile abgeschnitten sind. Auf dem Regal unter den Uhren steht ein Schild mit der Aufschrift: *Im Angebot: Teilzeit*. Das Bild stellt eine Kombination aus nonverbalen und verbalen Zeichen dar. Die Uhren symbolisieren die Arbeitszeit. Der Bezug zwischen Abgebildetem und Wirklichkeit besteht darin, dass die Darstellung Assoziationen mit einem Fleischgeschäft erweckt, wo Würste an der Stange hängen. Auf diese Weise entsteht der Eindruck, dass der Arbeitnehmer wie ein Kunde im Fleischgeschäft die Menge und die Art der Arbeitszeit selbst bestimmen kann.

10.3.2.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen

Die Kohärenz zwischen dem bildlichen und sprachlichen Teil entsteht durch die räumliche Nähe – das Bild befindet sich innerhalb des Teiltextes – und durch das sprachliche Element – das Schild – innerhalb des Bildes. Die Verkopplung mit anderen Zeichensystemen erfolgt u. a. durch die Integration der sprachlichen Zeichen in das Bild. Der sprachliche Teil *Im Angebot: Teilzeit* unterstützt die Annahme des Rezipienten, dass es um die Arbeitszeit (*Teilzeit*) und um die Wahlfreiheit geht (*im Angebot*). Eine Bildunterschrift fehlt.

Es lässt sich eine Beziehung zwischen der Überschrift des Textteils *Individuell entscheiden*, die sich im unteren Bereich der Seite befindet, und der Zeichnung herstellen. Im Fließtext gibt es keinen direkten Verweis auf das Bild, aber das Thema der Wahlfreiheit wird im ganzen Text mehrmals angesprochen und ist in einer Zwischenüberschrift explizit formuliert: *Individuell entscheiden*. Die Analyse der Wiederaufnahmestruktur des verbalen Textes, zu dem dieses Bild gehört, hat ergeben, dass die Koreferenzketten Arbeitszeit (AZ) und Wahlfreiheit (W) sehr lang sind: Im Text wird an mehreren Stellen Bezug auf die Wahlfreiheit der Arbeitnehmer genommen. Die Analyse der Themenprogression (Abb. 15) hat ergeben, dass das Thema der Wahlfreiheit in drei Teiltexten von fünf insgesamt zu den zentralen Themen gehört. Das Bild nimmt Bezug auf die wichtigsten Themen des Teiltextes 1 und des Makrotextes insgesamt und trägt auf diese Weise zum Inhalt bei.

10.3.2.3. Funktion/Verwendungszweck

Durch die ungewöhnliche Darstellung der Uhren wirkt die Zeichnung intrigierend, sie erweckt das Interesse des Lesers und steht damit im Dienste der appellativen Funktion. Die Zeichnung kann als Aufforderung zur Einführung der Teilzeit verstanden werden: Die Auswahl an Teilzeitlösungen ist so groß wie

die Wurstausswahl in einem Fleischgeschäft und die Einführung der neuen Arbeitszeitmodelle ist einfach wie das Kaufen einer Wurst. Nach dem Lesen des verbalen Teils des Textes, wo auch Nachteile der Teilzeitarbeit dargestellt werden, wird diese Annahme relativiert. Die Zeichnung präsentiert überzeichnete Realität: So einfach wie das Kaufen einer Wurst ist die Einführung der Teilzeit nicht.

10.3.3. Zeichnung 4 (S. 34/TT5)

10.3.3.1. Eigenschaften des visuellen Textes

Die nächste Handzeichnung befindet sich in der Mitte der Seite 34 und gehört zu TT5 *Mobil in die Zukunft!*. Das Abgebildete vertritt multipel denotierend Gegenstandsklassen „Häuser“ und „Computer“. Sie stellt eine Kombination aus einem Haus und einem Computer dar, wo statt des Fensters ein Bildschirm dargestellt ist, die Tastatur bildet die Terrasse, die Tastaturleitung steht symbolisch für den Gartenweg. Der Zaun im Hintergrund markiert die Grenzen des Grundstücks und verstärkt die Bedeutung der Privatsphäre. Die Kohäsion entsteht durch den doppelten Rahmen, den grauen Hintergrund und durch die Wiedererkennbarkeit der Gegenstände, deren Kombination jedoch ungewöhnlich ist. Die Darstellung ist detailreduziert und symbolisiert den Einklang von Arbeit und Familie, was allerdings erst nach dem Lesen des Textes deutlich wird.

10.3.3.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen

Die Zeichnung enthält keine verbalen Zeichen und keine Bildunterschrift. In der Textüberschrift *Mobil in die Zukunft!* und dem Vorspann *Mit dem Modellprojekt „Mobilzeit“ will der Bund rund 100 Betriebe, die flexible Arbeitszeiten einführen, fördern* gibt es keinen direkten Bezug zur Zeichnung. Erst nach dem Lesen des Textes wird klar, dass sich die Zeichnung auf die Forderung der Bundesfamilienministerin bezieht, die Anforderungen von Familie und Arbeitswelt in Einklang zu bringen. Der Abschnitt 2.2., der im vollen Umfang diesem Thema gewidmet ist, befindet sich links von der Zeichnung in ihrer unmittelbaren Nähe und kann deshalb als ihr Kotext betrachtet werden. Dieses Thema ist in der Wiederaufnahmestruktur als Familie/Freizeit (FF) markiert. Das ist zwar das zentrale Thema eines Abschnittes des Textteils 2, doch vom Umfang her hat das Thema (FF) eher eine untergeordnete Bedeutung. Ein wichtigeres Thema ist die Förderung der Umstellung auf flexible Arbeitszeitmodelle durch die Regierung (F). Mit der Zeichnung 4 wird ein weiteres Argument für die flexiblen Arbeitszeiten thematisiert.

10.3.3.3. Funktion/Verwendungszweck

Die Zeichnung dient als Leseanreiz und steht dadurch im Dienste der appellativen Funktion. Die Darstellung des Hauses erweckt Assoziationen mit Privatsphäre, Freizeit und Familie. Der Computer symbolisiert die Arbeit. Der verbale Text hat einen stark ausgeprägten appellativen Charakter, schon die Überschrift ist als Aufforderung formuliert: *Mobil in die Zukunft!* Mit der Verbindung von beiden Elementen wird wie in der Werbung bezweckt, dass sich positive Assoziationen an das „Produkt“, hier flexible Arbeitszeitmodelle, binden (vgl. Stöckl 2004, 139). Als Werbung für flexible Arbeitszeitmodelle hat diese Zeichnung Appellcharakter.

10.3.4. Zeichnung 5 (S. 42/TT8)

10.3.4.1. Eigenschaften des visuellen Textes

Der Teiltex 8 *Unterstützer für Unternehmen* enthält eine Handzeichnung, auf der sieben Personen (drei Frauen und vier Männer) dargestellt sind, die im Kreis stehen und sich an den Armen so halten, dass sie ein „Rad“ bilden. Die achte Person in der Mitte bildet die „Achse“ des „Rades“. Auf den „Speichen“ und auf einem Teil des „Rades“ steht geschrieben: *Kommunikation, Dialog, Orientierung, Motivation, Feed-Back, Identität*. Die schwarz-weiße Handzeichnung auf weißem Hintergrund hebt sich durch den Farbkontrast und die strenge geometrische Form vom hellblauen Hintergrund des Fließtextes deutlich ab. Die Darstellung ist stark detailreduziert. Sie stellt fiktive Personen an einem fiktiven Ort dar. Die Kohäsivität entsteht durch den weißen Hintergrund, der sich vom hellblauen Hintergrund der Seite abhebt sowie durch die Wiedererkennbarkeit und die Anordnung der schematisierten Figuren, die ein „Rad“ bilden.

10.3.4.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen

Das Bild enthält verbale Elemente, jedoch keine Bildunterschrift. Wenn man die Textüberschrift *Unterstützer für Unternehmen* liest, versteht man, dass die Figur in der Mitte des „Rades“ die *Unterstützer* symbolisiert. Der Vorspann konkretisiert, dass diese Unterstützer die Beratungsfirmen sind: *Durch die aktuelle Diskussion um flexible Arbeitszeiten richtet sich das Augenmerk verstärkt auf die Beratungsfirmen, die bei der Umsetzung behilflich sind*. Andere Figuren auf dem Bild vertreten die Unternehmen, die beraten werden. Aus dem verbalen Text wird verständlich, dass die Anordnung der Figuren in Form eines Rades und die sprachlichen Elemente des Bildes *Kommunikation, Dialog, Orientierung, Motivation, Feed-Back, Identität* sich auf die Teamarbeit beziehen. Im Text wird erläutert, dass die Beratung in enger Zusammenarbeit mit der Betriebsleitung, den Betriebsräten und den Mitarbeitern des jeweiligen Unternehmens erfolgt. Das

ermögliche, dass die Spezifik des Betriebs und die Wünsche der Mitarbeiter beachtet werden. Die sprachlichen Elemente des Bildes fassen die Prinzipien zusammen, nach denen die Beratung erfolgt. In dieser Form – als konkrete Lexeme – sind sie im verbalen Text nicht zu finden. Dank den integrierten sprachlichen Elementen dient das Bild als eine Art Zusammenfassung des Textes.

Die Analyse der Wiederaufnahmestruktur des verbalen Textes zeigt, dass die Koreferenzkette des Textgegenstandes Berater (B) im ganzen Text sehr stark ausgeprägt ist und kaum durch andere Ketten unterbrochen wird: Das Thema der Beratung dominiert im Teilttext 8 eindeutig. Auch aus der Tabelle der Themenprogression (Abb. 15) wird ersichtlich, dass in allen drei Textteilen und in jedem Abschnitt mit einer Ausnahme die wichtigsten Themen Arbeitszeiten (AZ) und Berater (B) sind. Diese Zeichnung thematisiert die Zusammenarbeit von Unternehmen und Beraterfirmen in Fragen der Umstellung auf flexible Arbeitszeiten und dient als Zusammenfassung des Teiltextes.

10.3.4.3. Funktion/Verwendungszweck

Im Sinne der appellativen Funktion dient die Zeichnung als Werbung für Beraterfirmen, sie stellt die Berater evaluativ dar. Die Darstellung des Beraters als Achse des Rades hebt die Schlüsselposition von Beraterfirmen hervor und stellt sie auf diese Weise im positiven Licht dar. Damit wird bezweckt, dass sich positive Assoziationen an Beraterfirmen binden. Als Leseanreiz hat das Bild ebenfalls appellative Funktion.

10.4. Fotos im Makrotext

10.4.1. Foto I (S. 40/TT7)

10.4.1.1. Eigenschaften des visuellen Textes

In der Mitte der Seite 40 ist ein älterer Mann in vornehmer Kleidung abgebildet, der eine Schublade in den Händen hält. Im Hintergrund sieht man eine Glastür und ein Fenster mit Lamellengardinen. Es handelt sich offensichtlich um ein Unternehmensgebäude. Zum Bild-Welt-Abgleich lässt sich feststellen, dass das Abgebildete eine konkrete, real existierende Person singularär denotiert. Das schwarz-weiße Foto ist leicht lesbar und funktional, es stellt den Abgebildeten frontal aus mittlerer Distanz und so sichtbar dar.

10.4.1.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen

Aus der Bildunterschrift *Rezepte für die Praxis und nicht für die Schublade produziert Didymus Hasenkopf* lässt sich schlussfolgern, dass die dargestellte Person

Didymus Hasenkopf heißt. Die Textüberschrift *Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft* hilft zu verstehen, dass die *Rezepte für die Praxis*, die Hasenkopf produziert, eine Antwort auf die *Krise der Arbeitsgesellschaft* sind. Der Vorspann spezifiziert, um welches Problem und um welche Lösungen es sich handelt:

In seinem eigenen Betrieb beweist Didymus Hasenkopf seit über zehn Jahren, dass flexible Arbeitszeiten nur Vorteile haben. Mit Hilfe eines vom Bayerischen Sozialministerium unterstützten Pilotprojektes will der Unternehmer andere Mittelständler von seinem Modell überzeugen.

Aus dem verbalen Text erfährt der Leser, dass der Unternehmer und Berater Didymus Hasenkopf früher Schubladen produzierte und gegenwärtig Unternehmen in Fragen der flexiblen Arbeitszeiten berät. Die Schublade auf dem Foto und die Unterschrift beziehen sich sowohl auf das Arbeitszeitmodell von Hasenkopf (vgl. den Phraseologismus *etwas für die Schublade schreiben*) als auch auf die realen Produkte seines Unternehmens. Dieses Bild bezieht sich also auf die Rolle Hasenkopfs als Berater und als Arbeitgeber – klar wird das allerdings nur dank der Unterschrift. Ohne Unterschrift würde man zwar verstehen, dass auf dem Foto Hasenkopf dargestellt ist und vielleicht auch, dass er ein Produkt seiner Firma in den Händen hält, aber man würde nicht darauf kommen, die Schublade in Beziehung zu seinem Arbeitszeitmodell zu setzen. In der Wiederaufnahmestruktur ist die Kette Hasenkopf (H) als dem Hauptaktanten des Teiltexes 8 sehr stark vertreten. Das Bild stellt eines der Hauptgegenstände des Teiltexes dar.

10.4.1.3. Funktion/Verwendungszweck

Mit dem Foto wird die Existenz einer konkreten Person und die Authentizität des Artikels nachgewiesen, damit hat es eine informative Funktion (vgl. Stegu 2000, 313). Außerdem dient es der Befriedigung der Neugier des Rezipienten nach dem Aussehen der im Text dargestellten Person. Als Leseanreiz führt es zum verbalen Text, weil es eine Person zeigt, die im Text vorkommt (vgl. Häusermann 2001, 157).

10.4.2. Foto 2 (S. 43/TT9)

10.4.2.1. Eigenschaften des visuellen Textes

In der rechten oberen Ecke der Seite 43 befindet sich ein schwarz-weißes Portrait eines Mannes im mittleren Alter. Von der Kleidung sieht man nur den oberen Teil des karierten Sakkos und des weißen Hemdes. Die Abbildung ist singular denotierend, detailgetreu und zeigt eine real existierende Person. Das Foto ist funktional und nicht nachbearbeitet. Es ist leicht lesbar und stellt die Person so sichtbar dar.

10.4.2.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen

Das Bild enthält keine Bildunterschrift. Das Foto befindet sich im Fließtext des Interviews „Wachsendes Interesse“, nach dem Titel, Vorspann und der ersten Frage des Reporters. Der erste Blick auf die Textstruktur lässt den Text als Interview einordnen, außerdem ist im Vorspann die Textsorte explizit genannt: *Ein Interview mit Dr. Andreas Hoff, Mitinhaber der Berliner Arbeitszeitberatung Dr. Hoff, Weidinger und Partner, über flexible Arbeitszeiten*. Aus der Kenntnis der Textsortenkonventionen liegt die Schlussfolgerung nahe, dass auf dem Bild der Interviewte abgelichtet ist. Andreas Hoff und seine Firma werden in der Wiederaufnahmestruktur der Textgegenstände als Berater durch (B₂) dargestellt. Da es sich in diesem Gespräch darum handelt, die Tätigkeit der Beratungsfirma von A. Hoff vorzustellen, wird der Textgegenstand (B₂) oft wiederaufgenommen.

10.4.2.3. Funktion/Verwendungszweck

Das Foto informiert über das Aussehen der Person, die im Text vorkommt und befriedigt die Neugier des Lesers. Es dient als Authentizitätsnachweis und als Nachweis der Existenz des Interviewten. Außerdem dient es als Gestaltungselement der optischen Auflockerung des Textes.

10.4.3. Foto 3 (S. 44/TT 11)

10.4.3.1. Eigenschaften des visuellen Textes

Auf der Seite 44 befindet sich ein weiteres Foto: Eine junge Frau sitzt am Arbeitstisch, auf dem Papiere ausgebreitet sind. In der linken Hand hält die Frau ein Mobiltelefon, in der rechten einen Stift. Neben dem Tisch steht ein Kinderbett mit einem Baby darin. Die Frau schaut zum Kind hin. Die Einrichtungsgegenstände des Zimmers weisen darauf hin, dass es sich um ein häusliches Milieu handelt. Wie auf den anderen Fotos des Makrotexes denotiert das Abgebildete singular eine konkrete, real existierende Person. Das Foto ist schwarz-weiß, es wurde nicht bzw. minimal nachbearbeitet. Es ist leicht lesbar, funktional und stellt die Personen und die Gegenstände so sichtbar dar.

10.4.3.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen

Die Bildunterschrift gibt recht viel Information über die dargestellte Person: *Für Heidrun Burgdorf ist ihr Kind dank Teilzeitarbeit kein Hindernis auf der Karriereleiter*. Daraus kann der Leser schließen, dass H. Burgdorf zum Management gehört (*Karriereleiter*), dass sie ein Kind hat und Teilzeitarbeit macht. Die Textüberschrift *Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen* bekräftigt

die Annahme, dass H. Burgdorf zu leitenden Angestellten gehört. Der Vorspann lautet:

Um flexible Arbeitszeiten gesellschaftlich akzeptabel zu machen, müssen Führungskräfte von diesem Angebot Gebrauch machen. Hürden und Hemmschwellen sind hier besonders hoch. Dabei tut die Umstellung nicht nur den Managern, sondern auch den Mitarbeitern gut.

Diese kurze Zusammenfassung des Textinhaltes hilft, das Foto in den verbalen Text thematisch einzubetten: H. Burgdorf ist ein positives Beispiel einer Managerin, die Teilzeit arbeitet. Das Thema des Teiltexes 11 ist die Teilzeitarbeit im Management. Im Text werden 10 Beispiele einer erfolgreichen Teilzeitarbeit im Management gegeben. In der Struktur der Wiederaufnahme sind die Ketten der Manager mit (M) bezeichnet; im Text werden insgesamt 10 Manager erwähnt. Heidrun Burgdorf erscheint im Text als das vierte Beispiel, deshalb ist sie in der Wiederaufnahmestruktur mit (M₄) markiert. Die Kette (M₄) ist sehr kurz: Sie besteht aus der Ersteinführung in der Bildunterschrift und 7 Rekurrenzen im Abschnitt 2.3. Das Bild samt der Bildunterschrift dient der Ersteinführung eines Textgegenstandes und illustriert ein Teilthema des verbalen Textes.

10.4.3.3. Funktion/Verwendungszweck

Wie die anderen Fotos dient es als Authentizitätsnachweis und informiert über das Aussehen der im verbalen Text dargestellten Person. Als Leseanreiz steht das Foto im Dienste der appellativen Funktion.

10.5. Grafiken im Makrotext

10.5.1. Grafik I (S. 46/TT12)

10.5.1.1. Eigenschaften des visuellen Textes

Die schwarz-weiße Grafik auf der Seite 46 enthält zwei Balkendiagramme links und rechts und eine schematische Darstellung eines Arbeiters in der Mitte der Grafik, der eine schwere körperliche Arbeit verrichtet. Der Arbeiter ist in der Seitenansicht dargestellt, er hält ein Arbeitsinstrument in beiden Händen. Die Schematisierung der Person ist auf Wiedererkennbarkeit orientiert. Die dargestellte Person vertritt multipel denotierend die Arbeitnehmer als Personengruppe. Der weiße Hintergrund und der schwarze Rahmen heben die Grafik deutlich vom Fließtext ab. Die Kohäsion des Bildes entsteht noch durch die symmetrische Anordnung der beiden Balkendiagramme und durch die Darstellung des Arbeiters im Zentrum der Grafik, die die beiden Diagramme miteinander verbindet. Zum Bild/Welt-Abgleich lässt sich feststellen, dass die beiden Dia-

gramme der Grafik sonst nicht sichtbare quantitative Zusammenhänge in der Realität visualisieren (vgl. Ballstaedt 2003, 17).

10.5.1.2. Kopplung mit anderen Zeichensystemen

Die Kopplung mit anderen Zeichensystemen, und zwar mit dem sprachlichen, erfolgt bereits innerhalb der Infografik. Zu den verbalen Anteilen der Grafik gehören die Überschrift *Wer arbeitet am Wochenende?* und der aus verbalen und nonverbalen Zeichen bestehende „Satz“, der sich folgendermaßen rekonstruieren lässt: *Von je 100 Arbeitnehmern arbeiten samstags [in] [Ländernamen, Prozentzahlen] [...] sonntags [in] [Ländernamenabkürzungen, Prozentzahlen] [...] Am unteren Rand der Grafik befinden sich die Angaben über das Copyright, den Stand, die Quelle und das Logo.*

Die Infografik enthält keinen begleitenden Kotext, auch im Fließtext wird an keiner Stelle explizit auf sie hingewiesen. Die Grafik befindet sich vor dem Text, direkt darunter ist die Textüberschrift *Jobkiller Überstunden* zu sehen, die sich kohärenzstiftend auf die Überschrift der Grafik bezieht und dadurch als Kotext dient. Im Vorspann *Für die Mehrheit der Bundesbürger ist Dienst nach Vorschrift ein Fremdwort* wird durch die Wortgruppe *Dienst nach Vorschrift* das Thema der Arbeit wiederaufgenommen. Im verbalen Text werden die Ergebnisse einer Studie des Instituts zur Erforschung sozialer Chancen (ISO) vorgestellt, in der die Arbeitszeiten und die Arbeitszeitwünsche der Beschäftigten in Deutschland untersucht wurden. Ein Aspekt der Untersuchung war das Verhältnis der Samstags- und Sonntagsarbeit zu anderen Arbeitszeitmodellen in Deutschland. Die Grafik dient als Ergänzung zur Information des Textes, sie informiert über den prozentuellen Anteil der Arbeitnehmer, die Sonntags- und Samstagsarbeit verrichten, an der Gesamtzahl der Arbeitnehmer in 12 europäischen Ländern. Auf der nächsten Seite (47) des Textes ist der Sonntags- und Samstagsarbeit ein ganzer Textteil gewidmet, dessen Zwischentitel *Wochenendarbeit* heißt. Die Überschrift des Textteils befindet sich in der unmittelbaren Nähe der Grafik und dient der thematischen Einbettung der Grafik in den verbalen Text.

In die Wiederaufnahmestruktur der Textgegenstände lassen sich die Elemente der Grafik wie folgt eingliedern: Von den nonverbalen Anteilen der Grafik vertritt die bildliche Darstellung des Arbeitnehmers den Textgegenstand Arbeitnehmer (AN); in den verbalen Anteilen wird der Textgegenstand (AN) durch die Wortgruppe *Von je 100 Arbeitnehmern* und durch die Prozentzahlen wiederaufgenommen; die Wortgruppe *arbeiten samstags [...] sonntags* nimmt das Thema der Arbeitszeit (AZ) auf. Auf diese Weise führt die Grafik die beiden zentralen Themen des verbalen Textes – die Arbeitnehmer (AN) und die Arbeitszeit (AZ) – in den Text ein.

10.5.1.3. Funktion/Verwendungszweck

Die Grafik informiert über komplexe Sachverhalte und Zusammenhänge und veranschaulicht abstrakte Zahlen. Es handelt sich um eine komplementäre Beziehung zwischen dem verbalen und piktoralen Text, in der die Information des Textes durch die Grafik ergänzt wird (vgl. dazu Eberleh 1990, 74 f.).

10.5.2. Grafik 2 (S. 47/TT12)

10.5.2.1. Eigenschaften des visuellen Textes

Die zweite schwarz-weiße Grafik des Textes 12 befindet sich auf der nächsten Seite 47 etwa in der Mitte des Fließtextes. Sie enthält ein Balkendiagramm und eine piktographische Darstellung eines Abreißkalenders mit einem abgerissenen Blatt, auf dem „1980“ steht und dem neuen Blatt mit der Jahreszahl 1994. Auf dem unteren Rand stehen Angaben zur Quelle und dem Copyright sowie das Logo. Das Diagramm befindet sich in der Mitte und gewährleistet zusammen mit dem einheitlichen weißen Hintergrund die Kohäsion der Grafik. Die Abbildung des Kalenders füllt die leere Stelle in der Grafik rechts. Die Darstellung des Kalenders ist schematisiert und auf Wiedererkennbarkeit orientiert. Der Kalender wird hier als Symbol für Zeit verwendet.

10.5.2.2. Kopplung anderen Zeichensystemen

Wie für die Bildsorte Diagramm üblich, sind visuelle und sprachliche Zeichen miteinander kombiniert. Der Titel *Arbeitszeit – plus und minus* ist mit einem erläuternden Untertitel versehen: *Veränderung der tatsächlich geleisteten Jahresarbeitszeit je Industriebeschäftigten 1980 bis 1994 in Stunden*. In den Balken des Diagramms stehen Zahlen mit den Vorzeichen plus (+) und minus (-), vor bzw. in den Balken stehen die Namen von 12 Ländern der Welt. Die Jahreszahlen auf den Blättern des Kalenders wiederholen die Zeitspanne zwischen 1980 und 1994, auf die sich die Daten in den Balken beziehen. Die Grafik enthält keinen begleitenden Text, auch im Fließtext gibt es keine expliziten Verweise auf die Grafik und ihre Inhalte. Die Grafik bezieht sich auf die Teile des Textes, die über das Verhältnis der tatsächlich geleisteten Jahresarbeitszeit und der gewünschten Jahresarbeitszeit in Deutschland berichten. Dieser Abschnitt des Textes befindet sich in räumlicher Nähe zur Grafik: in der zweiten Spalte des Textes rechts von ihr. In den verbalen Teilen der Grafik ist der Textgegenstand *Arbeitszeit* (AZ) durch die Elemente *Arbeitszeit* und *in Stunden* vertreten, der Textgegenstand *Arbeitnehmer* (AN) wird durch die Wortgruppe *je Industriebeschäftigten* wiederaufgenommen. Der Kalender mit den Jahreszahlen kann als Symbol für Zeit aufgefasst werden. *Zeit* als Oberbegriff zu „Arbeitszeit“ kann als Element der Kette (AZ) betrachtet werden.

10.5.2.3. Funktion/Verwendungszweck

Auch diese Grafik informiert über komplexe Sachverhalte und Zusammenhänge und veranschaulicht abstrakte Zahlen. Die Information des Textes wird durch die Grafik ergänzt und in einen breiteren Zusammenhang eingeordnet. Es handelt sich um eine komplementäre Beziehung zwischen dem verbalen und dem piktoralen Text.

10.6. Beitrag der Bilder zur thematischen Struktur und zur Funktion des Makrotextes

Im Kapitel 10 wurde ein Versuch unternommen, die textlinguistische Analyse-methode von K. Brinker (2005) mit der textlinguistisch-semiotischen Methode der Bildanalyse von Stöckl (2004) zu verbinden, um den Beitrag des Bildes zum Inhalt des jeweiligen Teiltextes und zur Funktion des Makrotextes festzustellen.

Die Analyse ergab, dass sich die Bilder in die thematische Struktur des Makrotextes eingliedern lassen und auf diese Weise ihren Beitrag zum Inhalt leisten. Wie oben bereits erwähnt, enthält der Makrotext neun Abbildungen innerhalb der Rubrik und zwei außerhalb, und zwar auf dem Titelblatt und auf der Inhaltsseite der Zeitschrift. Die Analyse der thematischen Textstruktur hat ergeben, dass folgende Textgegenstände bzw. Themen im Bildmaterial vertreten sind:

- Bild 1/TB : (AZ), (AG)/(AN)
- Bild 5/Inhalt: (AZ), (K)
- Bild 30/TT1: (AZ), (AG), (AN)
- Bild 32/TT1: (AZ), (W)
- Bild 34/TT5: (AZ), (FF)
- Bild 40/TT7: (B)
- Bild 42/TT8: (B), (AG)
- Bild 43/TT9: (B)
- Bild 44/TT11: (M)/(AN), (FF)
- Bild 46/TT12: (AN), (AZ)
- Bild 47/TT12: (AZ)

Die semantische Verkopplung des visuellen und verbalen Textes geschieht durch die Einführung und Wiederholung der wichtigen Teiltext- und Makrotextgegenstände. Der thematischen Eingliederung der Zeichnungen in den Inhalt des Teiltextes dienen die verbalen Elemente innerhalb der Zeichnung, die Überschriften und Zwischenüberschriften des Fließtextes sowie die Vorspanne. Diese Elemente der Textstruktur helfen die inhärente Mehrdeutigkeit von Bildern einzuschränken (vgl. Stöckl 2004, 382). Die Fotos zeigen den Akteur im typischen, aktuellen Kontext, was zu Merkmalen des journalistischen Bildes gehört (vgl. Häusermann 2001, 158). Zwei Fotos haben als Kotext Bildunterschriften, die die Namen der gezeigten Personen enthalten. Das unterstützt die Hinführung zum Text und verstärkt die Verkopplung zwischen dem verbalen

und dem visuellen Text. Die beiden Grafiken gehören zwar zum Thema, doch illustrieren sie nicht die Inhalte des Textes. Sie sind auch sprachlich in den Text nicht eingebettet, d. h., im Text wird auf sie nicht verwiesen. Die Aufteilung der Information zwischen dem Text und den Grafiken im Teilttext 12 kann man als komplementär bezeichnen, weil durch die Grafiken zusätzliche Informationen zum Thema vermittelt werden. Der verbale Text bezieht sich nur auf Deutschland, die Grafiken gliedern die Information des Textes in einen breiteren Zusammenhang ein und zeigen dieselben Entwicklungen im internationalen Kontext. Die Grafiken ermöglichen eine komprimierte Darstellung der Information, die zwar wichtig ist, doch nicht direkt zum Thema des Teilttextes gehört – die Studie, über deren Ergebnisse hier berichtet wird, betraf nur Deutschland.

Die Bilder leisten ebenfalls ihren Beitrag zur informativen und appellativen Funktion des Makrotextes. Bei der Analyse der Funktion der Bilder im Makrotext wurde festgestellt, dass u. a. auch die Bildsorte die Funktion prägt. Die appellative Funktion im Sinne des Leseanreizes kann man eigentlich allen Bildern unabhängig von der Bildsorte zuschreiben, weil sie die Aufmerksamkeit des Lesers auf sich und damit auch auf den jeweiligen Teilttext und auf den Makrotext der Rubrik insgesamt ziehen. Außerdem dienen alle Bilder der Auflockerung des Textes und erleichtern auf diese Weise die Lektüre. Bei den Zeichnungen und der Collage steht die appellative Funktion im Vordergrund, weil sie die Sachverhalte evaluativ darstellen und für die flexiblen Arbeitszeitmodelle werben, indem sie versuchen, positive Assoziationen an sie zu binden. Bei Fotos und Grafiken steht die informative Funktion im Vordergrund. Alle drei Fotos stellen Personen dar, um die es im jeweiligen Text geht. Auf diese Weise informieren sie über das Aussehen der Personen und dienen als Authentizitäts- und Glaubwürdigkeitsbeweis: Diese Person gibt es wirklich, das hier Berichtete ist wahr. Die Grafiken gliedern das Problem der Überstunden in einen größeren thematischen und pragmatischen Zusammenhang ein und geben zusätzliche Informationen zum Thema. Eine wichtige Rolle bei der Bestimmung der Leistung des Bildes zur Funktion des verbalen Textes spielt der sprachliche Ko- und Kontext.

II. Makrotextuelle Kohärenz

Wir wollen an dieser Stelle das zentrale Kriterium der Textualität, die Kohärenz, wieder aufgreifen und die Ergebnisse der Analyse im Hinblick auf die über die Grenzen einzelner Teiltexthe gehende makrotextuelle Kohärenz zusammenfassen.

Der Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ der Rubrik „Extra“ der Fachzeitschrift „management & seminar“ ist ein Beispiel eines Vermittlungstextes in einer leicht asymmetrischen Fachkommunikation zwischen dem Experten und dem Fachpraktiker und Anwender. Der Makrotext besteht aus mehreren Teiltexthen, die verschiedenen Textsorten angehören, und das einheitliche Thema „Arbeitszeitmodelle“ behandeln. Jeder Teiltext erfüllt seine Aufgabe im Makrotext bei der Themenentfaltung und der Konstituierung der Funktion.

Die Aufteilung der Information auf verschiedene Texte und die relative Vielfalt der Textsorten sind Folgen einer Anpassung der Printmedien an die „veränderten Nutzungsgewohnheiten durch den Modernisierungsdruck im Bereich der elektronischen Medien“ (Fijas1998, 390).

„Noch weniger Lesezeit hat eine verstärkte Selektion der Lektüre zur Folge, worauf die Printmedien mit einem neuen Konzept der Informationspräsentation reagieren müssen. Informationskomplexe werden segmentiert; statt langer Texte werden Kluster von Darstellungsformen angeboten, die sich zusammensetzen können aus Berichten, Interviews, Orientierungstexten, Informationsgrafiken, Bildern u. a. m. (Bucher 1994, 16)“ (ebd.).

Eine Mediengestaltung, die den Faktor der Zeiteinsparung berücksichtigt, ist insbesondere für die Fachkommunikation wichtig (vgl. ebd.). Für die Texte der Rubrik „Extra“ wurde festgestellt, dass sie trotz der Eingebundenheit in den Makrotext ihre Selbständigkeit nicht verloren haben. Dadurch wird der Einstieg in die Lektüre an mehreren Stellen des Makrotextes ermöglicht, was von einer rezipientenfreundlichen Textgestaltung zeugt. Im Makrotext wechseln sich Teiltexthe mit Merkmalen der Informationsauflockerung von Teiltexthen mit Merkmalen der Informationsverdichtung ab. Auf diese Weise entsteht ein Makrotext, der Information übersichtlich darbietet und zum Lesen anregt.

Die makrotextuelle Kohärenz entsteht durch die strukturelle Kohärenz (Makrostruktur, grafische Gestaltung), durch die thematische Kohärenz, durch metakommunikative Verweise von Text zu Text sowie durch die einheitliche Funktion des Makrotextes, zu der jeder Teiltext seinen besonderen Beitrag leistet.

Die strukturelle verbale Kohärenz entsteht durch „Wiederholung bestimmter sprachlicher Strukturen wie beispielsweise des syntaktischen Aufbaus“ (Langer 1995, 89). „Das verflechtende Prinzip der Wiederholung“ kommt auch in der Struktur „als bestimmte Regelmäßigkeit, Symmetrie oder Asymmetrie“ vor (vgl. ebd., 90). Die strukturelle Rekurrenz äußert sich in folgenden Ausprägungen: phonologische Kohärenz, syntaktischer Parallelismus, Tempus- und Modusrekurrenz, kommunikative Strukturen (vgl. ebd., 89 ff.). Man kann m. E. auch von einer nichtverbalen strukturellen Kohärenz sprechen, die sich auf der

Rekurrenz von Elementen der Textarchitektur beruht. Die Wiederholung derselben Elemente des Textaufbaus ist sowohl innerhalb der Teiltexthe als auch im Makrotext insgesamt zu beobachten.

Einen wichtigen Beitrag zur makrotextuellen Kohärenz leisten die nonverbalen Mittel. Die einheitlichen Elemente des Layouts (Farben, Balken) verbinden den Makrotext optisch zu einer Ganzheit und heben ihn von den übrigen Texten der Zeitschrift ab. Die Bilder führen die Textthemen ein, stellen die Inhalte des verbalen Textes evaluativ dar und regen zum Lesen an. Auf diese Weise tragen sie zur Funktion und zum Inhalt des Makrotexthes bei.

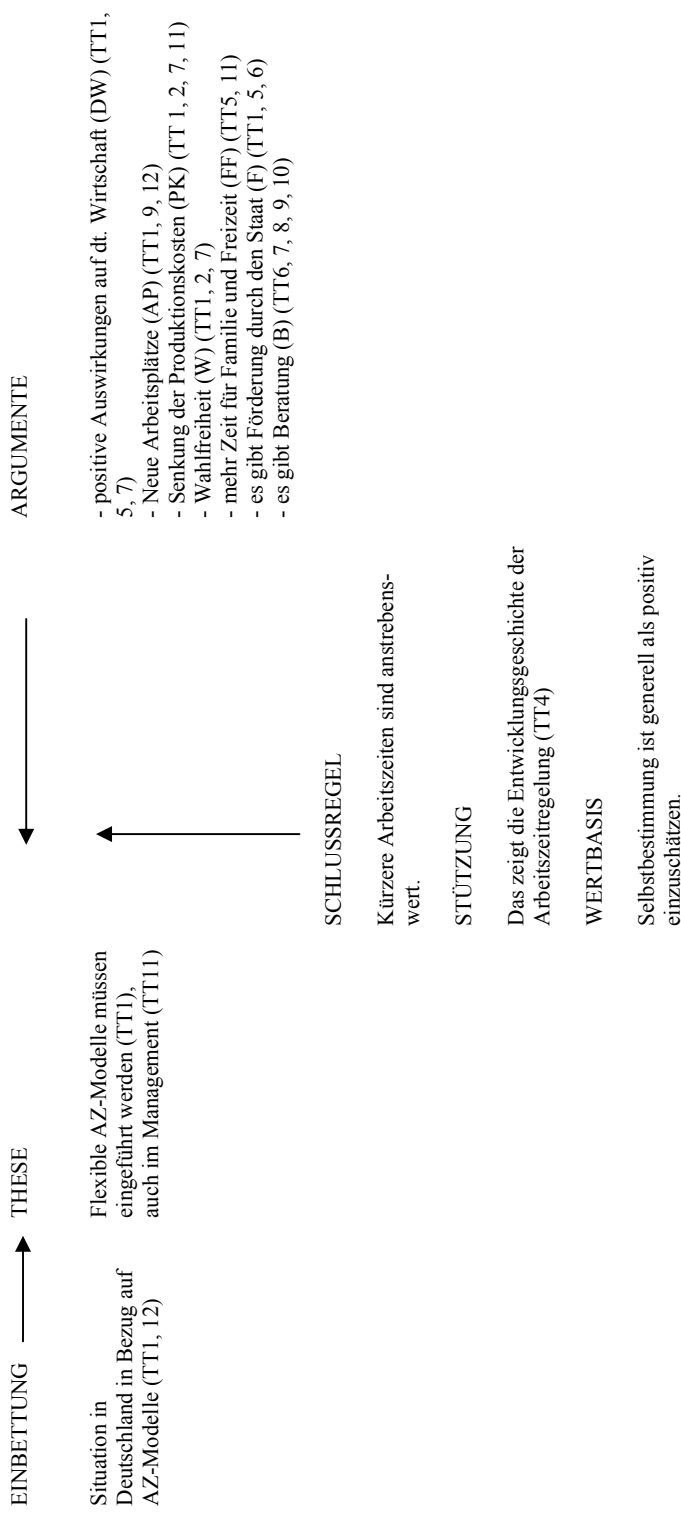
Die thematische Kohärenz des Makrotexthes äußert sich u. a. darin, dass die in einem Text eingeführten Themen in den nachfolgenden Texten wiederaufgenommen und spezifiziert werden. So wird z. B. die Frage, die der Teiltexthe 5 im letzten Absatz aufwirft, im Teiltexthe 6 (Interview mit einer Expertin) beantwortet. Der makrotextuellen Kohärenz dient auch die Wiederaufnahme von bereits in einem anderen Teiltexthe eingeführten Personen.

Der Entstehung von makrotextuellen Kohärenzbeziehungen dienen auch (allerdings nur seltene) metakommunikative Verweise von Teiltexthe zu Teiltexthe. Langer (1995, 127) unterscheidet „Deixis im Text“, (deiktische Verweise innerhalb des Textes: Demonstrativpronomina usw.) und „Deixis am Text“, d. h. „Deixis auf Metaebene“ (z. B. *siehe oben* usw.) Deixis auf Metaebene kommt in den untersuchten Texten kaum vor. Lediglich der Text 5 enthält einen Verweis: *Lesen Sie bitte weiter auf Seite 39*. Was deiktische Verweise von einem Text zum anderen betrifft, so kommt nur in TT5 ein direkter Verweis auf TT10 vor; er steht in Klammern: (*siehe Adressverzeichnis*). In den meisten Texten ist die „Deixis im Text“ reichlich vertreten. Das sind sowohl personale als auch lokale und temporale deiktische Verweise, wobei in einigen Texten deutlich eine Form dominiert, z. B. die temporale Deixis in der Chronologie (TT4) oder die personale in Texten über die Berater (TT7, TT8) und Manager (TT11).

Die Funktion jedes einzelnen Teiltexthes kann nur im makrotextuellen Zusammenhang eindeutig bestimmt werden. So hat z. B. der Teiltexthe 4 (Chronologie) allein genommen rein informative Funktion, und zwar informiert er den Leser über die Entwicklung der Arbeitszeiten nach 1945. Im Zusammenhang der Globalfunktion des Makrotexthes bekommt er zu einem gewissen Grad appellative Funktion. Er stützt nämlich im Rahmen der argumentativen Themenentfaltung, die laut Brinker (vgl. 2005, 69) mit der appellativen Funktion eng zusammenhängt, die These, dass flexible Arbeitszeiten (und zwar Flexibilität in Richtung weniger Arbeitsstunden pro Woche) nützlich sind. Denn der ganze Arbeitskampf, der im Text geschildert wird, ging in eine Richtung: kürzere Arbeitszeiten für denselben Lohn. Dieser Text dient der situativen Einbettung der These und der Argumente und stützt in gewisser Weise die Argumentation. Er drückt auch die Wertbasis für die gesamte Argumentation aus. Die argumentative Struktur des Makrotexthes lässt sich anhand des von Brinker weiterentwickelten Argumentationsmodell Toulmins⁹⁹ wie folgt darstellen:

⁹⁹ Siehe dazu das Kapitel 4.

Abb. 17. Die argumentative Struktur des Makrotextes



Der erste Teilttext (TT1) dient der Einbettung der These und der Argumente, indem er die Situation in Deutschland beschreibt: Die Arbeitszeiten in Deutschland sind unflexibel. Gleichzeitig wird in diesem Teilttext die These aufgestellt, dass die flexiblen Arbeitszeitmodelle nützlich sind. In weiteren Teiltexten werden Argumente für die Nützlichkeit der flexiblen Arbeitszeiten gebracht (Wahlfreiheit der Arbeitnehmer bezüglich der Arbeitszeit, mehr Zeit für Familie und Freizeit usw.). Der Stützung der Argumente dient die Chronologie TT4, die die Entwicklung der Arbeitszeit darstellt, wo die Tendenz eindeutig zu weniger Arbeitsstunden zu verzeichnen ist. Die Wertbasis könnte man folgendermaßen formulieren: Es ist als positiv einzuschätzen, wenn man über sein Leben (und die Arbeit ist ein Teil davon) selbst entscheiden kann (vgl. Lepa 2006, 277). Nach Promberger (2005, 34) beinhaltet ein menschenwürdiges Leben „eine praktikable Balance von Arbeit, Familie und Freizeit“.

Der einheitliche Handlungsbereich, die gemeinsame Funktion, das einheitliche Thema und die Eingliederung jedes einzelnen Teiltexes in die makrotexuelle Themenentfaltung führen dazu, dass der Makrotext der Rubrik, der aus mehreren recht verschiedenen Texten besteht, als kohärentes Ganzes verstanden wird.

12. Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurde ein aus 12 Einzeltexten bestehender Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ der Rubrik „Extra“ der Fachzeitschrift „management & seminar“ aus textlinguistischer und fachsprachenlinguistischer Sicht analysiert. Es galt einerseits die Merkmale eines Fachtextes dieser Abstraktionsstufe festzustellen, andererseits sollten die Besonderheiten eines Makrotextes ermittelt werden. Bei der linguistischen und pragmatischen Analyse des Makrotextes wurde die textlinguistische Analysemethode von K. Brinker (2005) angewandt, bei der von der Bestimmung der Kommunikationssituation und des Handlungsbereichs ausgegangen wird und in den nächsten Schritten die Funktion und die Struktur des Textes untersucht werden.

Für die analysierte Kommunikationssituation ist eine leicht asymmetrische Konstellation der Kommunikationspartner zu verzeichnen: Vom Experten wird das Fachwissen dem Fachpraktiker und Anwender popularisierend vermittelt. Aus den beiden Handlungsbereichen der Fachzeitschrift „management & seminar“ – der Wirtschaft und des Fachjournalismus – ergeben sich Konsequenzen für die sprachliche Ebene. Es handelt sich in diesem Fall um Texte, die nach dem Fachsprachlichkeitsgrad der Schicht der Berufssprache zuzurechnen wären (vgl. Bolten 1991). In den existierenden Klassifikationen der Fachsprachlichkeit unterscheidet man i. d. R. zwischen den wissenschaftlichen und populärwissenschaftlichen Texten, wobei zu den letztgenannten Texte gerechnet werden, die in der Kommunikation zwischen dem Experten und dem Laien entstehen. Popularisierende Texte für den Fachpraktiker und Anwender finden in solchen Klassifikationen kaum Beachtung.

Bei der Analyse der Textfunktion der Rubrik wurde neben der typischen für journalistische Texte informativen Funktion eine starke Ausprägung der appellativen Funktion festgestellt, was der spezifische Einsatz der nonverbalen Mittel und der Elemente der Makrostruktur sowie die zahlreichen sprachlichen Belege bestätigen. Einerseits thematisieren die nonverbalen Mittel (Collage, Zeichnungen, Fotos, Grafiken) die Textinhalte, d. h., sie informieren den Leser über die Themen der Teiltexthe; andererseits haben sie als Leseanreiz einen appellativen Charakter. Die Appellfunktion der Bilder, vor allem der Collage auf dem Titelblatt des Heftes und der Zeichnungen, äußert sich außerdem darin, dass sie die Textgegenstände evaluativ darstellen und auf diese Weise für flexible Arbeitszeitmodelle werben. Es ist jedoch zu betonen, dass die Appellfunktion der Bilder nur im Zusammenspiel mit dem verbalen Text und/oder dank den verbalen Anteilen der Bilder zum Ausdruck kommt. Als Merkmal des journalistischen Stils dienen die nonverbalen Mittel der Auflockerung des Textes. Die Elemente der Makrostruktur der Teiltexthe (Titel, Vorspann, Aufhänger, Zwischenüberschriften) sind ebenfalls Ausdruck des informativ-appellativen Charakters des Makrotextes: Die Titel dienen in inhaltskonstituierenden Teiltexthen, die zu typischen journalistischen Textsorten (Bericht, Kommentar, Interview)

gehören, als Leseanreiz, in inhaltsunterstützenden Teiltextrn (Verzeichnisse, Chronologie, Lexikon) informieren sie über das Thema; die Vorspanne der journalistischen Textsorten geben das Thema an und erfüllen auf diese Weise die Informationsfunktion; die Aufhänger stehen als Leseanreiz im Dienste der Appellfunktion; die Zwischentitel dienen in den meisten Teiltextrn als Rezeptionsanreiz und nicht als sachliche Konzentration des Inhalts.

Die Eingliederung des Makrotextrn der Rubrik „Extra“ in die Zeitschrift erfolgt u. a. über die Inhaltsverzeichnisse. Im Inhaltsverzeichnis der ganzen Zeitschrift hat die Ankündigung des Themas der Rubrik neben der Informationsfunktion auch die Aufgabe, die Leser zum Lesen anzuregen, was durch die Underdeterminiertheit der Titel und Untertitel erreicht wird. Das Inhaltsverzeichnis unmittelbar in der Rubrik ist demgegenüber sachlicher und informativer. Die Titel unmittelbar vor den Texten sind wiederum als Leseanreiz zu verstehen. Die zahlreichen sprachlichen Indikatoren der Appellfunktion, die direkt oder indirekt eine Aufforderung zur Handlung ausdrücken und/oder Meinungsbeeinflussung anstreben, bestätigen die Erkenntnis, dass die Analysetexte neben der informativen auch eine appellative Funktion haben. Der Makrotext der Rubrik informiert den Leser über die flexiblen Arbeitszeitmodelle und wirbt für ihre Einführung. Die einzelnen Teiltextrn leisten ihren spezifischen Beitrag zur globalen informativ-appellativen Funktion des Makrotextrn.

Bei der Analyse der Struktur des Makrotextrn wurden zuerst die inhaltlichen, thematischen Aspekte analysiert, anschließend wurden die Besonderheiten der formalen, grammatischen Struktur ermittelt. Bei der Analyse der thematischen Struktur wurden anhand der Wiederaufnahmestruktur das Hauptthema und die Teilthemen bestimmt, ihre Verteilung im Makrotext und ihre Progression ermittelt sowie die Art der Themenentfaltung untersucht. Die Gegenstände des Makrotextrn und seiner Teiltextrn sind Ausdruck der Themen und Teilthemen des Makrotextrn. Die Verteilung der Koreferenzketten des Hauptgegenstandes des Makrotextrn Arbeitzeitmodelle (AZ) und der Koreferenzketten der Nebengegenstände im Makrotext spiegeln die Themenhierarchie wider: Das Hauptthema „Arbeitszeitmodelle“ steht in allen Texten im Vordergrund, die Teilthemen werden in einzelnen Texten mit unterschiedlicher Intensität behandelt. Es wurde eine gewisse Symmetrie der Themenverteilung im Makrotext festgestellt: Im ersten Teiltextrn werden explizit oder implizit alle Themen eingeführt, in folgenden fünf Teiltextrn erfolgt eine Spezifizierung auf jeweils einige wenige Themen, der Teiltextrn in der Mitte greift wieder alle Themen des Makrotextrn auf, die nachfolgenden fünf Teiltextrn enthalten wiederum jeweils einige Themen. Dieses abwechselnde Gebrauch von Situierung und Spezifizierung sind für die deskriptive Themenentfaltung typisch. Die durchgehende Wiederaufnahmestruktur ist ein sprachlicher Ausdruck dieser Form der Themenentfaltung (vgl. Brinker 2005, 68). Neben der Deskription spielt im Makrotext eine weitere Grundform der Themenentfaltung – die Argumentation – eine wichtige Rolle. Im Makrotext werden Argumente für flexible Arbeitszeitmodelle gebracht, wobei die einzelnen Teiltextrn in die deskriptiv-argumentative Struktur des ganzen Makrotextrn eingegliedert werden. Der Beitrag der Bilder zum Inhalt des

Makrotexes besteht darin, dass sie die wichtigen Textgegenstände thematisieren.

Bei der Analyse der sprachlichen (grammatischen) Struktur wurde auf die konjunktionale Verknüpfung zwischen den Teiltexen und den Absätzen sowie zwischen einzelnen Teilsätzen eingegangen, außerdem wurde die Tempuskontinuität als kohärenzstiftende Kraft untersucht. Dabei wurde festgestellt, dass die Teiltexen des Makrotexes einen unterschiedlichen Grad der Verknüpfungsdichte und der Ausprägung der temporalen Kohärenz aufweisen, was durch Besonderheiten der jeweiligen Textsorte zu erklären ist. Die Analyse der Lexik hat ergeben, dass neben einer häufigen Rekurrenz der Termini auch Berührungen und Überschneidungen fachsprachlicher und nichtfachsprachlicher Einheiten anzutreffen sind, was zu Besonderheiten eines populärwissenschaftlichen Textes gehört.

Der Beitrag der vorliegenden Arbeit zur wissenschaftlichen Diskussion besteht darin, dass mit ihr ein Versuch unternommen wurde, die Methoden der Textlinguistik nicht nur auf Einzeltexte, sondern auf funktional, inhaltlich und strukturell als Ganzheit zu verstehende Textkomplexe anzuwenden, die hier „Makrotext“ genannt werden. Die textlinguistische Analyse von Textkomplexen, sowohl von denen der Printmedien (= Makrotexen) als auch von denen der elektronischen Medien (= Hypertexte) steht noch am Anfang ihrer Entwicklung. Anhand eines Textkomplexes der Printmedien fällt es leichter, die Beziehungen zwischen den Teiltexen zu analysieren, weil sie dank dem Medium beständig und deshalb fassbarer sind. Es ist zu hoffen, dass die vorgestellten theoretischen und methodischen Ansätze sowie die Analyseergebnisse als Anregung und als Anschlussmöglichkeit für weitere Forschungen auch im Bereich der Hypertexte dienen werden.

In die textlinguistische Analyse wurden die nonverbalen Elemente des Makrotexes einbezogen und ihr Beitrag zum Inhalt und zur Funktion des Makrotexes und seiner Teiltexen bestimmt. Da die Bilderflut – und das nicht nur in den Pressetexten – ständig zunimmt, sind die Linguisten in einer schwierigen Situation, wenn ihnen die Methoden fehlen, mit deren Hilfe Bilder in die textlinguistische Analyse einbezogen werden können. Ohne Bilder geht ein Teil des Inhalts verloren und das Verständnis der Funktion des Gesamttextes kann erschwert werden. Die linguistisch-semiotische Sicht Stöckls (2004) auf Text-Bild-Texte bietet den Textlinguisten eine Methode zur Analyse aus mehreren Zeichensystemen bestehender Texte. Dieser neue Ansatz wurde in der vorliegenden Arbeit erprobt und es wurde bei der Analyse von Text-Bild-Beziehungen eine Möglichkeit gezeigt, die Methoden der Textlinguistik mit den Methoden zur Analyse von Text-Bild-Beziehungen zu verbinden. So wurden z. B. bei der Analyse der thematischen Struktur des Makrotexes die Bilder in die Wiederaufnahmestruktur des verbalen Textes eingegliedert, was ebenfalls einen neuen Ansatz darstellt. Dass Bilder Glieder der Koreferenzketten sein können, wurde bisher in einigen wenigen Arbeiten nur angedeutet.

Bei der Analyse des Makrotexes aus der Sicht der Fachsprachenlinguistik wurde durch eine stärkere Differenzierung von pragmatischen und sprachlichen

Kriterien gezeigt, dass Popularisierung als Form von Wissensvermittlung nicht nur in der fachexternen Kommunikation zwischen dem Experten und dem Laien stattfindet. Auch in der fachinternen Kommunikation zwischen dem Experten und dem Fachpraktiker bzw. Anwender wird Fachwissen popularisierend vermittelt, wenn mit Hilfe von fachjournalistischen Texten kommuniziert wird. Nach den pragmatischen Kriterien (Fachlichkeit) ist diese Kommunikationssituation fachintern, nach den sprachlichen Kriterien (Fachsprachlichkeit) populärwissenschaftlich. Diese Feststellung ermöglicht m. E. eine differenziertere Darstellung der Fachkommunikation in den Schichtenmodellen der Fachsprachlichkeit.

Aus der Sicht der Wirtschaftskommunikation gewährt die vorliegende Arbeit einen Einblick in die deutsche Presse des Bereichs Weiterbildung; denn die Fachzeitschriften, die Weiterbildung zum Schwerpunkt haben, d. h., die speziell der Information über Weiterbildungsmaßnahmen und -methoden gewidmet sind, sind kaum untersucht worden.

Resümee

„Tööajamudelid”: Ajakirja „management & seminar” ühe makroteksti lingvistiline analüüs

Käesolevas doktoritöös esitatakse lingvistiline analüüs erialajakirja *management & seminar* 12 tekstist koosnevale rubriigi *Extra* makrotekstile, mille teemaks on tööajamudelid. Alates 1992/93 aastate majanduslangusest, millega käis kaasas suur tööpuudus, on paindlikud tööajamudelid tähtis teema Saksamaa majanduskommunikatsioonis. Ka analüüsitav makrotekst *Arbeitszeitmodelle*, mis on pärit aastast 1996, tutvustab uudseid paindlikke tööajamudeleid (tööajakontod, lühendatud tööaeg jne), toob esile nende eelised võrreldes vana tüüpi tööajamudelitega (ületunnid, töö mitmes vahetuses jne) ja kutsub üle minema uutele mudelitele. Makroteksti moodustavad tekstid kuuluvad erinevatesse tekstižanritesse: tüüpilised ajakirjanduslikud tekstid, nagu refereerivad artiklid, kommentaarid ja intervjuud, ning ajakirjanduses harvemini esinevad tekstiliigid, nagu nimestik, kronoloogia, sõnastik.

Uurimuse valdkondadeks on tekstilingvistika, erialakeelte lingvistika ja majanduskommunikatsioon. Valdkondade erinevus nõuab erinevate teooriate ja meetodite kombineerimist. Traditsioonilise tekstilingvistika meetodeid ühendatakse meetoditega, mis võimaldavad uurida tekstidevahelisi seoseid. Tekstidevahelised seosed kuuluvad suhteliselt uue lingvistika valdkonna – intertekstuaalsuse – uurimisobjektide hulka. Töös lähtutakse nende uurimisel G. Tschauderi (1989; 1993) makrotekstoloogia teooriast. Kuna tegemist on erialatekstiga, tuleb rakendada erialakeelte lingvistika meetodeid. Nende meetodite hulka kuulub erialateksti „oskuskeelsuse taseme” (*Fachsprachlichkeitsgrad*) määratlemine. Makrotekstis esineb nonverbaalseid elemente, mis mõjutavad omalt poolt teksti sisu ja funktsiooni. Teksti ja pildi vaheliste seoste uurimisel lähtutakse H. Stöckli (2004) teooriast.

Uurimuses lähtutakse K. Brinkeri (2005) tekstimõistest, mis arvestab lingvistilise analüüsi juures ka pragmaatika aspekte, nagu tegevusvaldkond (*Handlungsbereich*), kommunikatsioonisituatsioon ja teksti funktsioon selles situatsioonis. Tegevusvaldkonnad, kuhu antud makrotekst kuulub, on majandus ja ajakirjandus. Kergelt asümmeetriline kommunikatiivne situatsioon, milles üks kommunikatsioonipartner on teoreetiliste teadmistega ekspert ja teine praktik, tingib teema lihtsustava, populariseeriva käsitluse ja avaldab mõju teksti keelelisele aspektile.

Makroteksti funktsiooni määratlemisel on lähtekohaks K. Brinkeri teksti funktsioonide klassifikatsioon, mille järgi on teksti põhifunktsioonideks informatsioon, apellatsioon, obligatsioon, kontakt ja deklaratsioon. Kuigi ajakirjandusliku teksti põhifunktsioon on tavaliselt informeerimine, jõutakse järeldusele, et antud makrotekst täidab informatiivse funktsiooni kõrval ka apellatiivset funktsiooni, mida tõestavad arvukad keelelised näited ja nonverbaalsete ele-

mentide kasutus. Tekstide makrostruktuuri ehk teksti ülesehituse elemendid täidavad samuti nii informatiivset kui ka apellatiivset funktsiooni. Tekstides, mis kuuluvad tüüpiliste ajakirjanduse tekstižanrite hulka (refereeriv artikkel (*Bericht*), kommentaar, intervjuu), on pealkirjad apellatiivsed – need on formuleeritud intrigeerivalt ega anna edasi teksti sisu. Teksti teema on nendes tekstides formuleeritud pealkirja-aluses tekstis (*Vorspann*). Teistes tekstides (loetelud, kronoloogia, sõnastik), mis kuuluvad ajakirjanduses harvemini esinevate tekstižanrite hulka, on pealkirjad seevastu informatiivsed – need on teksti sisu lühikokkuvõtte. Tekstisisesed vahepealkirjad on suuremas osas apellatiivsed, st nad ei võta kokku järgneva teksti sisu. Kokkuvõttes on antud makroteksti funktsioon informeerimine paindlikest tööaja mudelitest ja üleskutse nendele üleminikuks.

Teksti struktuuri käsitluses eristab K. Brinker temaatilist ja grammatilist struktuuri. Temaatilise struktuuri analüüsis diferentseerib ta deskriptiivset, argumentatiivset, eksplikatiivset ja narratiivset teemaarenduse viisi. Temaatilist struktuuri, mis peegeldab teksti sisu, võib analüüsida referentsuse põhjal. Millised tekstivälised objektid ehk teemad millises järjekorras ja millise intensiivsusega tekstis esinevad, näitab teemade progressiooni. Makroteksti peaobjekt (peateema) – tööajamudelid – on terves makrotekstis esiplaanil. Kõrvalteemad (*Teilthemen*) esinevad eri tekstides erineva intensiivsusega. Teemade jaotuses makrotekstis võib märgata teatud sümmeetriat, mis väljendub selles, et esimeses tekstis (TT1) esinevad kõik makroteksti teemad, järgnevad viis teksti on pühen datud üksikute teemade käsitlusele, keskmises tekstis (TT7) käsitletakse jälle kõiki teemasid, viies järgmises tekstis toimub uuesti üksikute teemade käsitlus. Selline teemade käsitlus, kus vahelduvad situeerimine (*Situierung*), st suurte seoste loomine, ja spetsifitseerimine (*Spezifizierung*) on deskriptiivse teemaarendusviisi väljendus. Deskriptiivse teemaarenduse kõrval võib makrotekstis täheldada ka argumentatiivset teemaarendust. Makrotekstis tuuakse argumente paindlike tööajamudelite kasuks ja vastuargumente vana tüüpi tööajamudelitele. Makroteksti argumentatiivses struktuuris kirjeldab esimene tekst (TT1) situatsiooni ja püstitab teesi, et paindlikud tööajamudelid on vajalikud. Teised tekstid toovad argumente poolt ja vastu. Seega domineerivad analüüsitud makrotekstis argumentatiivne ja deskriptiivne teemaarendus.

Grammatilise struktuuri analüüsis väärivad erilist tähelepanu konnektorid, mis seovad erinevaid tekstilõike ja lauseid omavahel, ning temporaalne kontinuiteet. Seoste tihedus ja temporaalse kontinuiteedi realiseerimine sõltub suure osas tekstižanri konventsioonidest. Terminid kui erialateksti väga oluline tunnus esinevad antud populaarteaduslikus tekstis suhteliselt sageli. Populaarteadusliku teksti omapära väljendub selles, et osa termineid asendatakse üldkeelesõnavara ja mõningaid termineid ei kasutada korrektselt.

Makrotekst sisaldab nonverbaalseid elemente: kollaaži, joonistusi, fotosid, graafikuid. Uurimuse teemaks on ka pildi panus teksti sisule ja funktsioonile. Selle juures on lähteteooriaks Stöckli (2004) lingvistilis-semiootiline käsitlus pildi ja teksti seostest. Fookuses ei ole pilt kui selline, vaid pilt teksti osana. Nonverbaalsed vahendid tematiseerivad makroteksti sisu, mis näitab nende

informatiivset funktsiooni. Teisest küljest liigendavad nad teksti, muutes seda atraktiivsemaks ja paremini loetavaks, mis on apellatiivse funktsiooni väljendus. Kollaaž ja joonistused esitavad tekstiobjekte evaluatiivselt ja toetavad sellega tekstis antud hinnanguid, milles väljendub samuti apellatiivne funktsioon. Seoses piltidega tuleb aga rõhutada, et nende apellatiivne funktsioon tuleb esile ainult tänu verbaalsele tekstile ja/või tänu pildi verbaalsele osale.

Töö uudsus seisneb selles, et tekstilingvistilisi meetodeid rakendatakse mitte üksnes ühe teksti piires, vaid temaatiliselt ja funktsionaalselt seotud tekstide kompleksi ehk makroteksti analüüsimisel. Kuna tekstilingvistika tegeleb põhiliselt eraldiseisvate tekstidega, on makrotekste veel vähe uuritud. Vajadus nende uurimiseks on olemas, kuna järjest sagedamini esinevad tekstid kompleksidena, mis on funktsioonalselt ja temaatiliselt ühendatud koherentseks tervikuks. Kõige sagedamini on võimalik seda kogeda internetis hüperteksti näitel. Aga ka paber kandjal ajakirjanduses esineb selliseid tekstikomplekse ehk makrotekste üsna sageli. Analüüsi tulemustest võib olla kasu ka nendele, kes uurivad lingvistika seisukohast tekstidevahelisi seoseid hüpertekstis.

Teksti ja pildi vahelised seosed on suur probleem tekstilingvistilise analüüsi juures. Kuna pilte esineb verbaalsetes tekstides järjest rohkem, teravneb ka probleem. Veel hiljuti puudus meetodika, mis lubaks ühendada pildi analüüsi ja tekstilingvistilist analüüsi. Tänu H. Stöcklile (2004) on nüüd selline meetodika olemas. Antud doktoritöös on püütud H. Stöckli meetodit ühendada K. Brinkeri traditsioonilise tekstilingvistilise meetodiga. Ka selles meetodite integratsioonis seisneb käesoleva töö uudsus. Kahe meetodi ühendamise väljendus nt selles, et makroteksti temaatilist struktuuri ja teemaarendust analüüsides on püütud määratleda pildi kohta referentsuse struktuuris.

Antud töö võib pakkuda huvi nendele, kes tegelevad tekstianalüüsiga, uurivad tekstidevahelisi seoseid, teksti ja pildi vahelisi seoseid ning erialatekste. Ka nendele, kes kirjutavad või toimetavad tekste, võib olla kasu antud uuringu tulemustest.

Literaturverzeichnis

1. Primärliteratur

management & seminar. Die Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung 23 (München 1996) 2; S. 1, 5, 30–47.

2. Fachliteratur

Abkürzungen der Serien

BSF = Berichte der Sektion Fremdsprachen
FFF = Forum für Fachsprachen-Forschung
HAFF = Hamburger Arbeiten zur Fachsprachenforschung
HSK = Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft
LA = Linguistische Arbeiten
RGL = Reihe Germanistische Linguistik
SidG = Sprache in der Gesellschaft

Adamzik, Kirsten (1998): „Intertextualität in der wissenschaftlichen Kommunikation“. In: Strässler, Jürg (Hrsg.), S. 1–5.

Adamzik, Kirsten (2002): „Zum Problem des Textbegriffs. Rückblick auf eine Diskussion“. In: Fix, Ulla / Adamzik, Kirsten/ Antos, Gerd/ Klemm, Michael (Hrsgg.), S. 163–182.

Adamzik, Kirsten (Hrsg.) (2002): *Texte, Diskurse, Interaktionsrollen. Analysen zur Kommunikation im öffentlichen Raum* (= Textsorten, 6). Tübingen: Stauffenberg.

Adamzik, Kirsten (2004): *Textlinguistik: eine einführende Darstellung* (= Germanistische Arbeitshefte, 40). Tübingen: Niemeyer.

Afheldt, Heik (1990): „Am Fachleser orientiert. Aufgaben und Ziele eines Wirtschaftsmagazins“. In: Kalt, Gero (Hrsg.), S. 181–200.

Agricola, Erhard (1979) : *Textstruktur – Textanalyse – Informationskern*. Leipzig: VEB Verl. Enzyklopädie.

Androutopoulos, Jannis K. (2000): „Zur Beschreibung verbal konstituierter und visuell strukturierter Textsorten: Das Beispiel Flyer“. In: Fix, Ulla / Wellmann, Hans (Hrsgg.), S. 343–351.

Antos, Gerd (2001): „Transferwissenschaft. Chancen und Barrieren des Zugangs zu Wissen in Zeiten der Informationsflut und der Wissensexplosion“. In: Wichter, Sigurd / Antos, Gerd (Hrsgg.), S. 3–33.

Antos, Gerd (2002): „Reflexionsdynamischer Textbegriff. Ein Blick in die Zukunft“. In: Fix, Ulla/ Adamzik Kirsten/ Antos, Gerd/ Klemm, Michael (Hrsgg.), S. 183–191.

Antos, Gerd/ Tietz, Heike (Hrsgg.) (1997): *Die Zukunft der Textlinguistik. Traditionen, Transformationen, Trends* (= Reihe germanistische Linguistik, 188). Tübingen: Niemeyer.

Arntz, Reiner (1992): „Interlinguale Vergleiche von Terminologien und Fachtexten“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S. 108–122.

Arold, Anne/ Cherubim, Dieter/ Neuendorff, Dagmar/ Nikula, Henrik (Hrsgg.) (2006): *Deutsch am Rande Europas* (= Humaniora: Germanistica, 1). Tartu: Tartu University Press.

- Austin, John Langshaw (1962/2002):** *Zur Theorie der Sprechakte (How to do things with Words)* Übers. u. dt. Bearb. von Eike von Savigny. (= Reclams Universal-Bibliothek, 9396). Stuttgart: Reclam. Orig.: *How to do things with Words*. Oxford: Clarendon Press, 1962.
- Baentsch, Wolfram (1991):** „Wirtschaftsmagazin“. In: Ruß-Mohl, Stephan/ Stuckmann, Heinz D. (Hrsgg.), S. 150–152.
- Ballstaedt, Steffen-Peter (2003a):** „Anforderungen an die Gestaltung elektronischer Kommunikate: Texten und Visualisieren“. In: *Fachsprache. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie* (Wien) 1–2; S. 6–13.
- Ballstaedt, Steffen-Peter (2003b):** „Technische Kommunikation mit Bildern“. In: Hennig, Jörg/ Tjarks-Sobhani, Marita (Hrsgg.), S. 11–31.
- Baßler, Harald (1996):** *Wissenstransfer in intrafachlichen Vermittlungsgesprächen. Eine empirische Untersuchung in Lehrwerkstätten für Automobilmechaniker* (= RGL, 162). Tübingen: Niemeyer.
- Baumann, Klaus-Dieter (1986):** *Ein integrativer Ansatz zur Analyse von Fachkommunikation unter besonderer Berücksichtigung des kommunizierenden Subjekts in ausgewählten Fachtextsorten der Gesellschaftswissenschaften im Englischen und Russischen (Habilitation)*. Leipzig 1986. Zit. nach: Baumann, Klaus-Dieter (1993).
- Baumann, Klaus-Dieter (1987):** „Die Makrostruktur von Fachtexten – ein Untersuchungsansatz“. In: *Fachsprachen. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie* (Wien 1987) 1–2; S. 2–18.
- Baumann, Klaus-Dieter (1992a):** „Die Fachlichkeit von Texten als eine komplexe Vergleichsgröße“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S. 29–48.
- Baumann, Klaus-Dieter (1992b):** *Integrative Fachtextlinguistik* (= FFF, 18). Tübingen: Narr.
- Baumann, Klaus-Dieter (1993):** „Ein komplexes Herangehen an das Phänomen der Fachlichkeit von Texten“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 395–429.
- Baumann, Klaus-Dieter (1995):** „Die Verständlichkeit von Fachtexten. Ein komplexer Untersuchungseinsatz“. In: *Fachsprachen. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie* (Wien 1995) 3–4; S. 116–126.
- Baumann, Klaus-Dieter (1998a):** „34. Das Postulat der Exaktheit für den Fachsprachegebrauch“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 373–377.
- Baumann, Klaus-Dieter (1998b):** „76. Fachsprachliche Phänomene in den verschiedenen Sorten von populärwissenschaftlichen Vermittlungstexten“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 728–735.
- Baumann, Klaus-Dieter (1998c):** „7. Formen fachlicher Kommunikationsbeziehungen“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 109–117.
- Baumann, Klaus-Dieter (1998d):** „40. Textuelle Eigenschaften von Fachsprachen“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 408–416.
- Baumann, Klaus-Dieter / Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.) (2004):** *Pluralität in der Fachsprachenforschung* (= FFF, 67). Tübingen: Narr.
- Baumann, Klaus-Dieter / H. Kalverkämper (Hrsgg.) (1992):** *Kontrastive Fachsprachenforschung* (= FFF, 20). Tübingen: Narr.
- Beaugrande, Robert-Alain de/ Dressler, Wolfgang Ulrich (1981):** *Einführung in die Textlinguistik*. Tübingen: Niemeyer.

- Becker, Holger (1995):** *Die Wirtschaft in der deutschsprachigen Presse: sprachliche Untersuchungen zur Wirtschaftsberichterstattung in der ‚Frankfurter Allgemeinen Zeitung‘, der ‚Neuen Züricher Zeitung‘, der ‚Presse‘ und im ‚Neuen Deutschland‘.* Frankfurt a. M. [u.a.]: Lang.
- Becker, Thomas/ Jäger, Ludwig (Hrsgg.) (1990):** *Sprache und Technik: Gestalten verständlicher technischer Text ; Konzepte, Probleme, Erfahrungen.* Aachen: Alano, Rader-Publ.
- Beckmann, Susanne/ König, Peter-Paul/ Wolf, Georg (Hrsgg.):** *Sprachspiel und Bedeutung. Festschrift für Franz Hundsnurscher zu 65. Geburtstag.* Tübingen: Niemeyer.
- Beneš, Eduard (1973):** „Die sprachliche Kondensation im heutigen deutschen Fachstil“. In: *Sprache der Gegenwart* (= Schriften des Instituts für deutsche Sprache, 23. Linguistische Studien III). Düsseldorf: Schwann, S. 40–50.
- Beneš, Eduard (1981):** „Die formale Struktur der wissenschaftlichen Fachsprachen in syntaktischer Hinsicht“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 185–212.
- Bergenholtz, Henning/ Schaefer, Burkhard (Hrsgg.):** *Empirische Textwissenschaft. Aufbau und Auswertung von Text-Corpora* (= Monographien Linguistik und Kommunikationswissenschaft, 39). Scriptor.
- Biere, Bernd Ulrich (1996):** „Fachsprachengebrauch und Verständlichkeit. Bemerkungen zum Verhältnis von Wissenschaft und Öffentlichkeit“. In: Henning, Jörg / Meier, Jürgen (Hrsgg.), S. 213–227.
- Biere, Bernd Ulrich (1998):** „39. Verständlichkeit beim Gebrauch von Fachsprachen“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 402–407.
- Böhme, Hans-Werner (1992):** *Die Fachzeitschrift als Informationsquelle von Unternehmen.* Diss. Saarbrücken.
- Bohrmann, Hans (1999):** „11. Theorien der Zeitung und Zeitschrift“. In: Leonhard, Joachim-Felix/ Ludwig, Hans-Werner/ Schwarze, Dietrich/ Straßner, Erich (Hrsgg.), S.143–148.
- Bolten, Jürgen (1991):** „Fremdsprache Wirtschaftsdeutsch: Bestandsaufnahme und Perspektiven“. In: Müller, Bernd-Dietrich (Hrsg.), S. 71–91.
- Bolten, Jürgen (1992):** „‚Fachsprache‘ oder ‚Sprachbereich‘? Empirisch-pragmatische Grundlagen zur Beschreibung der deutschen Wirtschafts-, Medizin- und Rechtssprache“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 57–72.
- Borgulya, Agota (1988):** „Zu einigen wichtigen Merkmalen der deutschsprachigen Texte der Dokumentation in der Wirtschaft“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 420–429.
- Borgulya, Agota (1996):** „Präpositionen in der wissenschaftlichen Fachsprache der Wirtschaft“. In: Spillner, Bernd (Hrsg.), S. 51–58.
- Borneto, Carlo Serra (1986):** „Einsteins Relativitätstheorie. Strategien der Popularisierung vom Comics bis zum Sachbuch“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 250–366.
- Brinker, Klaus (1992):** *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden* (= Grundlagen der Germanistik, 29). 3., durchges. und erw. Aufl., Berlin: Schmidt.
- Brinker, Klaus (1996):** „Zur Analyse der narrativen Themenentfaltung am Beispiel einer Alltagserzählung“. In: Henning, Jörg/ Meier, Jürgen (Hrsgg), S. 279–289.
- Brinker, Klaus (1998):** „Aspekte der Textkohärenz am Beispiel einer Rundfunkpredigt“. In: Donhauser, Karin/ Eichinger, Ludwig M. (Hrsgg), S. 191–202.
- Brinker, Klaus (2000a):** „18. Textstrukturanalyse“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 164–175.

- Brinker, Klaus (2000b):** „19. Textfunktionale Analyse“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 175–186.
- Brinker, Klaus (2002):** „Textsortenbeschreibung auf handlungstheoretischer Grundlage (am Beispiel des Erpresserbriefs)“. In: Adamzik, Kirsten (Hrsg.), S. 41–59.
- Brinker, Klaus (2005):** *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden* (= Grundlagen der Germanistik, 29). 6., überarb. und erw. Aufl., Berlin: Schmidt.
- Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.) (2000):** Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. Halbbd. 1. Textlinguistik (= HSK, 16.1.). Berlin, New York: de Gruyter.
- Brinker, Klaus/ Sven F. Sager (2006):** *Linguistische Gesprächsanalyse. Eine Einführung* (= Grundlagen der Germanistik, 30). 4., durchges. und erg. Aufl., Berlin: Schmidt.
- Brünner, Gisela (2000):** *Wirtschaftskommunikation. Linguistische Analyse ihrer mündlichen Formen* (= RGL, 213 Kollegbuch). Tübingen: Niemeyer.
- Bucher, Hans-Jürgen (1999):** „18. Sprachwissenschaftliche Methoden der Medienforschung“. In: Leonhard, Joachim-Felix/ Ludwig, Hans-Werner/ Schwarze, Dietrich/ Straßner, Erich (Hrsgg.), S. 213–231.
- Budin, Gerhard (1993):** „Terminologie und Fachkommunikation“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 64–84.
- Buhlmann, Rosemarie (1989):** „,Fachsprache Wirtschaft' – gibt es die?“ In: *Jahrbuch DaF 15* (München 1989); S. 82–108.
- Buhlmann, Rosemarie/ Fearn, Anneliese (1987):** *Handbuch des Fachsprachenunterrichts. Unter besonderer Berücksichtigung naturwissenschaftlich-technischer Fachsprachen* (= Fremdsprachenunterricht in Theorie und Praxis). Berlin [u.a.]: Langenscheidt.
- Bungarten, Theo (1979):** „Das Korpus als empirische Grundlage in der Linguistik und Literaturwissenschaft. In: Bergenholtz, Henning/ Schaefer, Burkhard (Hrsgg.), S. 28–51.
- Bungarten, Theo (1981a):** „Zur Einleitung“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 9–13.
- Bungarten, Theo (1981b):** „Wissenschaft, Sprache und Gesellschaft“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 14–53.
- Bungarten, Theo (Hrsg.) (1981):** *Wissenschaftssprache. Beiträge zur Methodologie, theoretische Fundierung und Deskription*. München: Fink.
- Bungarten, Theo (1986a):** „Gedanken zum Verhältnis von Wissenschaft und Gesellschaft, zugleich eine Einleitung“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 8–12.
- Bungarten, Theo (1986b):** „,Sprachliche Entfremdung' in der Wissenschaft“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 23–43.
- Bungarten, Theo (Hrsg.) (1986):** *Wissenschaftssprache und Gesellschaft. Aspekte der wissenschaftlichen Kommunikation und des Wissenstransfers in der heutigen Zeit*. Hamburg: Ed. Akademie.
- Bungarten, Theo (1988):** „Sprache und Information in Wirtschaft und Gesellschaft“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 13–22.
- Bungarten, Theo (Hrsg.) (1988):** *Sprache und Information in Wirtschaft und Gesellschaft. Referate eines internationalen Kongresses, zugleich der XI. Jahrestagung der Internationalen Vereinigung „Sprache und Wirtschaft“, Hamburg, 30. September – 03. Oktober 1985, Congress Centrum Hamburg* (= Jahrestagung der Internationalen Vereinigung Sprache und Wirtschaft, 11). Tostedt: Attikon-Verl.

- Bungarten, Theo (Hrsg.) (1989):** *Wissenschaftssprache und Gesellschaft. Aspekte der wissenschaftlichen Kommunikation und des Wissenstransfers in der heutigen Zeit.* 2., unveränd. Aufl. München: Attikon-Verl.
- Bungarten, Theo (1991):** „Die Sprache in der Unternehmenskommunikation“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 29–41.
- Bungarten, Theo (Hrsg.) (1991):** *Unternehmenskommunikation: linguistische Analysen und Beschreibungen* (= Beiträge zur Wirtschaftskommunikation, 4). Tostedt: Attikon.
- Bungarten, Theo (1992):** „Klassifizierende Bibliographie zum Thema ‚Sprache, Kommunikation und Recht‘“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 234.
- Bungarten, Theo (Hrsg.) (1992):** *Beiträge zur Fachsprachenforschung. Sprache in Wissenschaft und Technik, Wirtschaft und Rechtswesen* (= HAFF, 1). Tostedt: Attikon-Verl.
- Bungarten, Theo (1993a):** „Hinsichten zu einer Theorie der Fachsprachen. Zur Einführung“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 13–35.
- Bungarten, Theo (1993b):** „Zum Geleit“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 9–11.
- Bungarten, Theo (Hrsg.) (1993):** *Fachsprachentheorie. FST.* Bd.1–2. Tostedt: Attikon-Verl.
- Bungarten, Theo (1994a):** „Datenbank ‚Bibliografie zur Wirtschaftskommunikation‘“. In: Schellenberg, Wilhelm (Hrsg.): S. 174–176.
- Bungarten, Theo (1994b):** „Die Sprache in der Unternehmenskommunikation“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 29–42.
- Bungarten, Theo (1994c):** „Vorwort“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 7–9.
- Bungarten, Theo (Hrsg.) (1994):** *Unternehmenskommunikation. Linguistische Analysen und Beschreibungen* (= Beiträge zur Wirtschaftskommunikation, 4). Tostedt: Attikon-Verl.
- Bungarten, Theo (1997):** *Standardformat für die Aufnahme von bibliographischen Daten (STAB).* „arbuk.Arbeitsbereich Unternehmenskommunikation“, Institut für Germanistik I der Universität Hamburg. [unveröffentl.]
- Bungarten, Theo (1999):** „Fremdsprachen und Mehrsprachigkeit in der Wirtschaft“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 113–122.
- Bungarten, Theo (Hrsg.) (1999):** *Kommunikation in Management, Marketing und Ausbildung* (= Beiträge zur Wirtschaftskommunikation, 20). Tostedt: Attikon.
- Burger, Harald (2000):** „55. Textsorten der Massenmedien“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 614–628.
- Datenbank zur Wirtschaftskommunikation (DBWK).** Hamburg 1976 ff: „arbuk.Arbeitsbereich Unternehmenskommunikation“, Institut für Germanistik I der Universität Hamburg.
- Datenbank zu Sprache, Kommunikation und Recht (DBSKR).** Hamburg 1990 ff.: „arbuk.Arbeitsbereich Unternehmenskommunikation“, Institut für Germanistik I der Universität Hamburg.
- Danneberg, Lutz/ Niederhauser, Jürg (Hrsgg.) (1998):** *Darstellungsformen der Wissenschaften im Kontrast. Aspekte der Methodik, Theorie und Empirie* (= FFF, 39). Tübingen: Narr.
- Dietz, Gunther (1998):** „Titel in wissenschaftlichen Texten“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 617–624.
- Dijk, Teun A. van (1980):** *Textwissenschaft. Eine interdisziplinäre Einführung.* Tübingen: Dt. Taschenbuch-Verl.

- Ditlevsen, Marianne/ Engberg, Jan/ Kastberg, Peter/ Nielsen, Martin (2003):** *Sprog på arbejde – kommunikation i faglige tekster*. Kopenhagen: Samfundslitteratur. Zit. nach: Engberg, Jan (2004).
- Donhauser, Karin/ Eichinger, Ludwig M. (Hrsgg.) (1998):** *Deutsche Grammatik – Thema mit Variationen. Festschrift für Hans-Werner Erms zum 60. Geburtstag* (SidG, 23). Heidelberg: Winter.
- Dressler, Wolfgang U. (1998):** „Kohärenz und Kohäsion in wissenschaftlichen Texten: ein Analysebeispiel“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 610–617.
- Dressler, Wolfgang U. (2000):** „Textlinguistik und Semiotik“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 762–772.
- Drößiger, Hans-Harry (1994):** „Wertung – Wertungsstrategien – Wertungsmuster im Fachlexikon. Eine Studie“. In: Schellenberg, Wilhelm (Hrsg.), S.104–130.
- Drozd, Lubomir (1966):** „Die Fachsprache als Gegenstand des Fremdsprachenunterrichts“ In: *Deutsch als Fremdsprache*, 2. Zit. nach: Borgulya, Agota (1988).
- Drozd, Lubomir/ Seibicke, Wilfried (1973) :** *Deutsche Fach- und Wissenschaftssprache. Bestandaufnahme – Theorie – Geschichte*. 1. Aufl. Wiesbaden: Brandstetter.
- Eberleh, Edmund (1990):** „Komplementarität von Text und Bild“. In: Becker, Thomas/ Jäger, Ludwig (Hrsgg.), S.67–89.
- Eggs, E. (2000):** „Vertextungsmuster Argumentation: Logische Grundlagen“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 397–414.
- Engberg, Jan (2004):** „Entwicklung einer Textsorte: Zur Anpassung einer Fachzeitschrift an neue Zeiten“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S. 435–459.
- Erhardt, Horst (1994):** „Zu Funktionen sprachhandlungskommentierender Ausdrücke im Fachtext“. In: Schellenberg, Wilhelm (Hrsg.), S. 78–103.
- Erhardt, Horst/ Fienhold, Renate (1994):** „Partnerbezug in lexikalischen Netzen in populärwissenschaftlichen Texten“. In: Schellenberg, Wilhelm (Hrsg.), S.131–155.
- Fabricius-Hansen, Cathrine (2000):** „Formen der Konnexion“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 331–344.
- Felber, Helmut (1993):** „Fachsprache aus der Sicht der Allgemeinen Terminologielehre“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 36–63.
- Fiedler, Sabine (1992):** „Die pädagogische Rezension im Englischen und Esperanto“. In: Baumann, Klaus-Dieter / Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S.147–161.
- Fijas, Liane (1988):** „Das Nebeneinander von Methoden der syntaktisch-semantischen Analyse“. In: Gläser, Rosemarie (Hrsg.), S. 44–53.
- Fijas, Liane (1998):** „Das Postulat der Ökonomie für den Fachsprachengebrauch“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 390–397.
- Fix, Ulla (1979):** „Sachprosa – Gebrauchssprache – Fachsprache. Ein Beitrag zur begrifflichen Abgrenzung“. In: Fleischer, Wolfgang (Hrsg.), S. 25–35.
- Fix, Ulla (1997):** „Kanon und Auflösung des Kanons. Typologische Intertextualität – ein 'postmodernes' Stilmittel? Eine thesenhafte Darstellung“. In: Antos, Gerd/ Tietz, Heike (Hrsgg.), S. 97–108.
- Fix, Ulla (2000):** „Aspekte der Intertextualität“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 449–457.
- Fix, Ulla/ Adamzik, Kirsten/ Antos, Gerd/ Klemm, Michael (Hrsgg.) (2002):** *Brauchen wir einen neuen Textbegriff? : Antworten auf eine Preisfrage* (= Forum angewandte Linguistik, 40). Frankfurt am Main [u.a.]: Lang.

- Fix, Ulla/ Wellmann, Hans (2000):** „Sprachtexte – Bildtexte. Bemerkungen zum Symposium 'Bild im Text – Text und Bild' vom 6. – 8. April 2000 in Leipzig“. In: Fix, Ulla/ Wellmann, Hans (Hrsgg.), S. XI-XVII.
- Fix, Ulla / Wellmann, Hans (Hrsgg.) (2000):** *Bild im Text – Text und Bild* (= Sprache – Literatur und Geschichte, 20). Heidelberg: Winter.
- Fleischer, Wolfgang (Hrsg.):** *Sprachnormen, Stil und Sprachkultur* (= Linguistische Studien: Reihe A, Arbeitsberichte; 51). Berlin: Akad. der Wiss. der DDR, Zentralinst. für Sprachwiss.
- Fluck, Hans-Rüdiger (1976):** *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. München: Francke.
- Fluck, Hans-Rüdiger (1998):** „Zur Situation der Fachsprachenlinguistik in Deutschland“. In: *Das Wort. Germanistisches Jahrbuch*. Moskau, S. 39–50.
- Fraas, Claudia (1992):** „Terminologiebetrachtung im Kontext der modernen Sprachwissenschaft“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 152–161.
- Fraas, Claudia (1998):** „Lexikalisch-semantische Eigenschaften von Fachsprachen“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 428–438.
- Fröhlich, Thomas/ Gertoberens, Klaus (1990):** *Der Wirtschaftsteil der Zeitung richtig gelesen und genutzt. Hintergründe – Zusammenhänge – Grundwissen*. 2. Aufl. München: Heyne.
- Gabler Wirtschafts-Lexikon.** Bd. 1–6. 12., vollst. Neu bearb. u. erw. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 1988.
- Geretschlaeger, Erich (1986):** „Wie verkaufen populärwissenschaftliche Zeitschriften Wissenschaft? Eine Untersuchung am Beispiel der Zeitschriften Die Umschau; Kosmos; Bild der Wissenschaft; P.M. und Spektrum der Wissenschaft“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 254–271.
- Gerisch, Peter (1986):** „Anmerkung zum Passivgebrauch in Fachsprachen“. In: *Fachsprache. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie* (Wien) 3–4; S. 169–171.
- Gerzymisch-Arbogast, Heidrun (1998):** „63. Isotopien in Wirtschaftstexten: ein Analysebeispiel“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 595–602.
- Gessinger, Joachim (1992):** „Metaphern in der Wissenschaftssprache“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.): S. 29–56.
- Girnth, Heiko (2004):** „Zum Verhältnis von Textkonstitution und Fachwissenstransfer – eine Pilotstudie“. In: Goepferich, Susanne / Engberg, Jan (Hrsgg.), S. 51–67.
- Gläser, Rosemarie (1979):** *Fachstile des Englischen*. Leipzig. Zit. nach: Gläser, Rosemarie (1990).
- Gläser, Rosemarie (Hrsg.) (1985):** *Fachsprachliche Textlinguistik. Vorträge der sprachwissenschaftlichen Arbeitstagung an der Sektion Fremdsprachen der Karl-Marx-Universität Leipzig am 11. und 12. Dezember 1984*. (= Linguistische Studien: Reihe A, Arbeitsberichte; 133). Berlin: Akad. der Wiss. der DDR, Zentralinst. für Sprachwiss.
- Gläser, Rosemarie (Hrsg.) (1988):** *Fachtext als Instrument und Resultat kommunikativer Tätigkeit: Festschrift für Lothar Hoffmann zum 60. Geburtstag* (= BSF, 3). Leipzig: Karl-Marx-Univ.
- Gläser, Rosemarie (1990):** *Fachtextsorten im Englischen* (= FFF, 13). Tübingen: Narr.
- Gläser, Rosemarie (1992):** „Methodische Konzepte für das Tertium comparationis in der Fachsprachenforschung – dargestellt an anglistischen und nordistischen Arbeiten“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S. 78–92.

- Gläser, Rosemarie (1993):** „Der britische Register-Begriff im Lichte der Fachsprachenforschung“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 567–594.
- Gläser, Rosemarie (1998):** „47. Fachtextsorten der Wissenschaftssprachen I: der wissenschaftliche Zeitschriftenaufsatz“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 482–488.
- Gläser, Rosemarie (1999):** „Das fachbezogene Interview: Expertenwissen und Popularisierung“. In: *Fachsprache. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie* (Wien) 1–2; S. 2–27.
- Gnutzmann, Claus (1988):** „Aufsatztitel in englischsprachigen Fachzeitschriften. Linguistische Strukturen und kommunikative Funktionen. In: Gnutzmann, Claus (Hrsg.), S. 23–38
- Gnutzmann, Claus (Hrsg.) (1988):** *Fachbezogener Fremdsprachenunterricht* (= FFF, 6). Tübingen: Narr.
- Griebhaber, Wilhelm (2000):** „Zum Begriff ‚Wirtschaftssprache‘. Überlegungen und Vorschläge zur Analyse der Fachsprache der Wirtschaft“. In: Beckmann, Susanne/ König, Peter-Paul/ Wolf, Georg (Hrsgg.), S. 403–413.
- Große, Ernst Ulrich (1976):** *Text und Kommunikation. Eine linguistische Einführung in die Funktionen der Texte*. Stuttgart. Zit. nach: Brinker, Klaus (2005).
- Gruben, Frauke (2006):** *Kinder- und Jugendsachbücher. Fachliche Wissensbestände und Darstellungsstrategien in Kinder- und Jugendbüchern*. 1. Aufl. (= HAFF, 7). Tostedt: Attikon-Verl.
- Göpferich, Susanne (1992):** „Eine pragmatische Typologie von Fachtextsorten der Naturwissenschaften und der Technik“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S.190–210.
- Göpferich, Susanne (2004):** „Die funktionale Satzperspektive und ihre Relevanz für die Textproduktion“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S. 217–242.
- Göpferich, Susanne/ Engberg, Jan (Hrsgg.) (2004):** *Qualität fachsprachlicher Kommunikation* (= FFF, 66). Tübingen: Narr.
- Gülich, Elisabeth/ Heger, Klaus/ Raible, Wolfgang (Hrsgg.) (1979):** *Linguistische Textanalyse. Überlegungen zur Gliederung von Texten*. 2., durchges. und erg. Aufl. (= Papiere zur Textlinguistik, 8). Hamburg: Buske.
- Gülich, Elisabeth/ Raible, Wolfgang (1975):** „Textsorten-Probleme“. In: *Linguistische Probleme der Textanalyse. Jahrbuch*. Düsseldorf, S. 144–197.
- Gülich, Elisabeth/ Raible, Wolfgang (1979):** „Überlegungen zu einer makrostrukturellen Textanalyse – J. Thurber, *The Lover and his Lass*“. In: Gülich, Elisabeth/ Heger, Klaus/ Raible, Wolfgang (Hrsgg.), S. 73–147.
- Gülich, Elisabeth / Hausendorf, Heiko (2000):** „37. Vertextungsmuster Narration“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 369–385.
- Hafner, D. (1988):** „Zum Verhältnis zwischen gebräuchlichen Textsorten und der vertikalen Schichtung landwirtschaftlicher Mitteilungen“. In: Gläser, Rosemarie (Hrsg.), S. 67–76.
- Hahn, Walter von (1983):** *Fachkommunikation. Entwicklung, linguistische Konzepte, betriebliche Beispiele*. (= Sammlung Götschen, 2223). Berlin, New York: de Gruyter.
- Hahn, Walter von (1998a):** „36. Das Postulat der Explizitheit für den Fachsprachengebrauch“. In: L. Hoffmann/H. Kalverkämper/H. E. Wiegand (Hrsg.), S. 383–389.
- Hahn, Walter von (1998b):** „35. Vagheit bei der Verwendung von Fachsprachen“. In: L. Hoffmann/H. Kalverkämper/H. E. Wiegand (Hrsg.), S. 378–382.

- Halwachs, Dieter W. / Stütz, Irmgard (Hrsgg.) (1994):** *Sprache – Sprechen – Handeln : Akten des 28. Linguistischen Kolloquiums, Graz, 1993*. Bd.2 (= LA, 321). Tübingen: Niemeyer.
- Hammer, Francoise (1994):** „Bild-Text-Beziehungen in Gebrauchstexten“. In: Halwachs, Dieter W./ Stütz, Irmgard (Hrsgg.), S. 39–44.
- Hank, Rainer (1991):** „Personalpolitik, Qualifizierung, Ausbildung“. In: Ruß-Mohl, Stephan / Stuckmann, Heinz D. (Hrsgg.), S. 204–206.
- Hanna, Ortrun (2003):** *Wissensvermittlung durch Sprache und Bild: sprachliche Strukturen in der ingenieurwissenschaftlichen Hochschulkommunikation* (= Arbeiten zur Sprachanalyse, 42). Frankfurt a. M. [u.a.]: Lang.
- Hartmann, Peter (1968):** „Zum Begriff des sprachlichen Zeichens“. In: Zeitschrift für Phonetik, Sprachwissenschaft und Kommunikationsforschung, 21. S. 205–222. Zit. nach: Klemm 2002a.
- Harweg, Roland (1968/1979):** *Pronomina und Textkonstitution*. 2., verb. u. erg. Aufl. München: Fink.
- Harweg, Roland (1970):** „Zur Textologie des Vornamens“. In: *Linguistics* 61; S. 12–28. Zit. nach: Tschauder, Gerhard (1993).
- Harweg, Roland (1993):** „Narrative Fachsprache. Ein Beitrag zur Fachtextlinguistik am Beispiel von Sportberichten“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 848–879.
- Harweg, Roland (2001):** *Studien zur Textlinguistik. Aufsätze* (= Bochumer Beiträge zur Semiotik, 7). Aachen: Shaker Verl.
- Häusermann, Jürg (2001):** *Journalistisches Texten: sprachliche Grundlagen für professionelles Informieren* (= Praktischer Journalismus, 43). Konstanz: UVK.
- Hebel, Franz/ Hoberg, Rudolf/ Jahn, Karl-Heinz (Hrsgg.) (2002):** *Fachsprachen und Multimedia* (= Angewandte Sprachwissenschaft, 9). Frankfurt a. M. [u.a.]: Lang.
- Heijnk, Stefan (1997):** *Textoptimierung für Printmedien. Theorie und Praxis journalistischer Textproduktion*. Opladen: Westdt. Verl.
- Heinemann, Margot/ Heinemann, Wolfgang (2002):** *Grundlagen der Textlinguistik. Interaktion – Text – Diskurs* (= RGL, 230 Kollegbuch). Tübingen: Niemeyer.
- Heinemann, Wolfgang (1997):** „Zur Eingrenzung des Intertextualitätsbegriffs aus textlinguistischer Sicht“. In: Klein, Josef/ Fix, Ulla (Hrsgg.), S. 21–37.
- Heinemann, Wolfgang (2000a):** „6. Das Isotopiekonzept“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 54–60.
- Heinemann, Wolfgang (2000b):** „36. Vertextungsmuster Deskription“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 356–369.
- Heinemann, Wolfgang (2000c):** „48. Textsorte – Textmuster – Texttyp“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 507–523.
- Heinemann, Wolfgang (2000d):** „49. Aspekte der Textsortendifferenzierung“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 523–546.
- Heinemann, Wolfgang/ Viehweger, Dieter (1991):** *Textlinguistik. Eine Einführung* (= RGL, 115 Kollegbuch). Tübingen: Niemeyer.
- Heinrich, Jürgen/ Moss, Christoph (2006):** *Wirtschaftsjournalistik. Grundlagen und Praxis*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.
- Hellwig, Peter (1984):** „Grundzüge einer Theorie des Textzusammenhangs“. In: Rothkegel, Annely/ Sandig, Barbara (Hrsgg.), S. 51–79.
- Henning, Jörg/ Meier, Jürgen (Hrsgg.) (1996):** *Varietäten der deutschen Sprache. Festschrift für Dieter Möhn* (= SidG, 23). Frankfurt a. M.: Lang.

- Henning, Jörg/ Tjarks-Sobhani, Marita (Hrsgg.) (2003):** *Visualisierung in Technischer Dokumentation* (= Schriften zur Technischen Kommunikation, 7). Lübeck: Schmidt-Römhild.
- Hess-Lüttich, Ernest W. B. (1997):** „Text, Intertext, Hypertext – Zur Texttheorie der Hypertextualität“. In: Klein, Josef/ Fix, Ulla (Hrsgg.), S. 125–148.
- Heuberger, Katharina (1997):** *Wirtschaftsdeutsch und seine Vermittlung: eine Bestandaufnahme* (= Beiträge zur Wirtschaftskommunikation, 16). Tostedt: Attikon-Verl.
- Hoffmann, Lothar (1984):** *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*. 2. Aufl. (= Sammlung Akademie-Verlag, 44 Sprache). Berlin. Zit. in: Fijas, Liane (1998).
- Hoffmann, Lothar (1985):** *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*. Lizenzausg., 2., völlig neu bearb. Aufl. (= FFF, 1). Tübingen: Narr.
- Hoffmann, Lothar (1986):** „Wissenschaftssprache als gesellschaftliches Phänomen“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 76–93.
- Hoffmann, Lothar (1988):** *Vom Fachwort zum Fachtext. Beiträge zur angewandten Linguistik* (= FFF, 5). Tübingen: Narr.
- Hoffmann, Lothar (1992a):** „Fachtextsorten in der Fremdsprachenausbildung“. In: *Fachsprache. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie* (Wien 1992) 3–4; S. 141–149.
- Hoffmann, Lothar (1992b):** „Vergleiche in der Fachsprachenforschung“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S. 95–107.
- Hoffmann, Lothar (1993):** „Fachwissen und Fachkommunikation. Zur Dialektik von Systematik und Linearität in den Fachsprachen“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 595–617.
- Hoffmann, Lothar (1998a):** „21. Anwendungsmöglichkeiten und bisherige Anwendung von linguistischen Methoden in der Fachsprachenforschung“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 249–269.
- Hoffmann, Lothar (1998b):** „46. Fachtextsorten: eine Konzeption für die fachbezogene Fremdsprachenausbildung“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 468–482.
- Hoffmann, Lothar (1998c):** „41. Syntaktische und morphologische Eigenschaften von Fachsprachen“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 416–427.
- Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.) (1998):** *Fachsprachen. Languages for Special Purposes. Ein internationales Handbuch für Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft. An International Handbook of Special-Language and Terminology Research. Halbbd. 1.* (=HSK, 14.1). Berlin, New York: de Gruyter.
- Hoffmann, Ludger (2000a):** „31. Anapher im Text“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 295–305.
- Hoffmann, Ludger (2000b):** „35. Thema, Themenentfaltung, Makrostruktur“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 344–356.
- Hohnhold, Ingo (1993):** „Fachsprache konstituierende Gegenstände, Vorgänge, Maßnahmen und Strukturen auf dem Weg von Begriffen und Benennungen zum Fachtext“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 111–154.
- Holthuis, Susanne (1993):** *Intertextualität : Aspekte einer rezeptionsorientierten Konzeption* (= Stauffenburg Colloquium, 28). Tübingen: Stauffenburg-Verl.

- Hundt, Markus (1998a):** „143. Neuere institutionelle und wissenschaftliche Wirtschaftsfachsprachen“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 1296–1304.
- Hundt, Markus (1998b):** „Typologien der Wirtschaftssprache: Spekulation oder Notwendigkeit“. In: *Fachsprache. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie* (Wien 1998) 3–4.; S. 98–115.
- Hundt, Markus (2000):** „57. Textsorten des Bereichs Wirtschaft und Handel“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg./ Edd.), S. 642–658.
- Höhne, S. (1992):** „Vorüberlegungen zu einer fachsprachlichen Analytik. Kriterien zur Bestimmung sprachlicher Phänomene im Sprachbereich Wirtschaft“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 99–118.
- Ischreyt, Heinz (1965):** *Studien zum Verhältnis von Sprache und Technik. Institutionelle Sprachlenkung in der Terminologie der Technik* (= Sprache und Gemeinschaft, Studien / IV). Düsseldorf: Schwann.
- Jahr, Silke (1991):** „Zur semantischen Makrostruktur von ‚Erklärungstexten‘“. In: *Fachsprache. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie* (Wien) 1–2; S. 35–39.
- Jahr, Silke (2000):** „38. Vertextungsmuster Explikation“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 385–397.
- Kalt, Gero (Hrsg.) (1990):** *Wirtschaft in den Medien. Defizite, Chancen und Grenzen. Eine kritische Bestandsaufnahme* (= Medienkritische Reihe). Frankfurt a. M.: IMK.
- Kalverkämper, Hartwig (1992):** „Hierarchisches Vergleichen als Methode in der Fachsprachenforschung“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S. 61–77.
- Kalverkämper, Hartwig (1993):** „Das fachliche Bild. Zeichenprozesse in der Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse“. In: Schröder, Hartmut (Hrsg.), S. 215–231.
- Kalverkämper, Hartwig (1998a):** „Bildsemiotik fachlicher Informationsanliegen – zugleich eine diachrone Argumentation für das narrative wissenschaftliche Bild“. In: Danneberg, Lutz/ Niederhauser, Jürg (Hrsgg.), S. 349–410.
- Kalverkämper, Hartwig (1998b):** „1. Fach und Fachwissen“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 1–24.
- Kalverkämper, Hartwig (1998c):** „2. Rahmenbedingungen für die Fachkommunikation. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 24–47.
- Kalverkämper, Hartwig (1998d):** „3. Fachsprache und Fachsprachenforschung“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 48–59.
- Kalverkämper, Hartwig (1998e):** „4. Darstellungsformen und Leistungen schriftlicher Fachkommunikation: diachrone und synchrone Aspekte“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S.60–92.
- Kalverkämper, Hartwig (2004):** „Die Fachkommunikationsforschung auf dem Weg zur Pluralität. Zur Einführung in den Band“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S. 11–49.
- Kalverkämper, Hartwig/ Baumann, Klaus-Dieter (Hrsgg.) (1996):** *Fachliche Textsorten : Komponenten – Relationen – Strategien* (= FFF, 25). Tübingen: Narr.
- Kepplinger, Hans-Mathias/ Ehmig, Simone C. (2000):** *Wirtschaftsmagazine 2000: eine Contentanalyse deutscher Wirtschaftsmagazine im Auftrag der Geldidee*. Hamburg: Verlagsgruppe Bauer, 2000.

- Klein, Josef/ Fix, Ulla (Hrsgg.) (1997):** *Textbeziehungen : linguistische und literaturwissenschaftliche Beiträge zur Intertextualität* (= Stauffenburg Linguistik, [5]). Tübingen: Stauffenburg-Verl.
- Klemm, Michael (2002a):** „Ausgangspunkte: Jedem seinen Textbegriff? Textdefinitionen im Vergleich“. In: Fix, Ulla / Adamzik, Kirsten/ Antos, Gerd/ Klemm, Michael (Hrsgg.), S. 17–29.
- Klemm, Michael (2002b):** „Wie hältst du’s mit dem Textbegriff? Pragmatische Antworten auf eine Gretchenfrage der (Text-)Linguistik“. In: Fix, Ulla / Adamzik, Kirsten/ Antos, Gerd/ Klemm, Michael (Hrsgg.), S. 143–161.
- Knobloch, Clemens (1998):** „44. Grundlegende Begriffe und zentrale Fragestellungen der Textlinguistik, dargestellt mit Bezug auf Fachsprache“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 443–456.
- Koch, Sandra (2000):** „Die nackte Maske: Bild-Text-Beziehungen“. In: Fix, Ulla / Wellmann, Hans (Hrsgg.), S. 409–414.
- Koskensalo, Annikki (2000):** *Finnische und deutsche Prospektwerbung. Linguistische Analysen kulturspezifischer Marketingkommunikation*. Mit 12 Farbproduktionen, zahlreichen Tabellen und Grafiken (= Beiträge zur Wirtschaftskommunikation, 21). Tostedt: Attikon-Verl.
- Koskensalo, Annikki (2002):** *Der Geschäftsbrief. Zur funktionalen Erklärung einer Textsorte in der Linguistik der Wirtschaftskommunikation*. Tostedt: Attikon-Verl.
- Kretzenbacher, Heinz L. (1991):** „Syntax des wissenschaftlichen Fachtextes“. In: *Fachsprache. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie* 13 (Wien 1991) 3–4; S. 118–137.
- Kübler, Hans-Dieter (2001):** „Kommunikative und ästhetische Dispositionen im Konsum- und Rezeptionsverhalten von Zeitungs- und Zeitschriftenlesenden“. In: Leonhard, Joachim-Felix/ Ludwig, Hans-Werner/ Schwarze, Dietrich/ Straßner, Erich (Hrsgg.), S. 1741–1750.
- Langer, Gudrun (1995):** *Textkohärenz und Textspezifität. Textgrammatische Untersuchung zu den Gebrauchstextsorten Klappentext, Patienteninformation, Garantierklärung und Kochrezept* (= Europäische Hochschulschriften, Reihe XXI Linguistik, 152). Frankfurt a.M. [u.a.]: Lang.
- Laurén, Ch. (1983):** Termtäthet och -längd. Kvantitativt om fackspråk. In: Struktur och variation. Festskrift till Gengt Loman 7.8.1983. Meddelanden från Stiftelsen för Åbo Akademi forskningsinstitut. No. 85. Åbo No. 85, 241–249. Zit. nach: Gläser, Rosemarie (1990).
- Leonhard, Joachim-Felix/ Ludwig, Hans-Werner/ Schwarze, Dietrich/ Straßner, Erich (Hrsgg.) (1999/2001/2002):** *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen* (= HSK, 15.1–3). Berlin, New York: de Gruyter.
- Lepa, Niina (2006):** „Zu Kohärenzbeziehungen im Makrotext einer Zeitschriftenrubrik“. In: Arold, Anne/ Cherubim, Dieter/ Neuendorff, Dagmar/ Nikula, Henrik (Hrsgg.), S. 269–282.
- Lepa, Niina (2008):** „Zur Fachsprachlichkeit von populärwissenschaftlichen Texten am Beispiel eines Makrotextes der Zeitschrift ‚management & seminar‘“. In: Loogus, Terje/ Liimets, Reet (Hrsgg.), S. 107–121.
- Liebert, Wolf-Andreas (1996):** „Die transdiskursive Vorstellungswelt zum Aids-Virus. Heterogenität und Einheit von Textsorten im Übergang von Fachlichkeit und Nichtfachlichkeit“. In: Kalverkämper, Hartwig/ Baumann, Klaus-Dieter (Hrsgg.) (1996), S. 789–811.

- Lingenberg, Jörg (1991):** „management & seminar. Für die Weiterbildung des Managements und das Management der Weiterbildung. Editorial“. In: *management & seminar*. München: Verl. Neuer Merkur, S. 3.
- Linke, Angelika/ Nussbaumer, Markus (2000):** „32. Rekurrenz“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 305–315.
- Loogus, Terje/ Liimets, Reet (Hrsgg.) (2008):** *Germanistik als Kulturvermittler: Vergleichende Studien*. Vorträge der III. Germanistenkonferenz an der Universität Tartu (= Humaniora: Germanistica 3). Tartu: Tartu University Press.
- Lötscher, Andreas (1987):** *Text und Thema. Studien zur thematischen Konstituierung von Texten* (RGL, 81). Tübingen: Niemeyer.
- Lüger, Heinz-Helmut (1983):** *Pressesprache* (= Germanistische Arbeitshefte, 28). Tübingen: Niemeyer.
- Mangasser-Wahl, Martina (Hrsg.) (2000):** *Prototypentheorie in der Linguistik. Anwendungsbeispiele – Methodenreflexion – Perspektiven* (= Stauffenburg Linguistik, [10]) Tübingen: Stauffenburg.
- Martin, Willy (1981):** „Möglichkeiten und Grenzen der quantitativen Linguistik beim Studium der wissenschaftlichen Fachsprachen“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 169–184.
- Mast, Claudia (2003):** *Wirtschaftsjournalismus. Grundlagen und neue Konzepte für die Presse*. 2., völlig überarb. u. aktual. Aufl. Wiesbaden: Westdt. Verl.
- Mast, Claudia (Hrsg.) (2004):** *ABC des Journalismus. Ein Handbuch*. 10., völlig neue Aufl. (= Praktischer Journalismus, 1). Konstanz: UVK Verl.-Ges.
- Meier, Klaus (2007):** *Journalistik*. (= UTB, 2958: UTB basics). Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- Melander, B. (1987):** „Något om populärvetenskapligt språk“. In: Facktext. Ed. B.-L. Gunnarsson. Malmö, 104–124. Zit. nach: Gläser, Rosemarie (1990).
- Michel, Georg (Hrsg.) (1986) :** *Sprachliche Kommunikation. Einführung und Übungen*. Leipzig: Bibliograph. Inst.
- Minogue, Angela/ Weber, Siegfried (1992):** „Der Textvergleich als Untersuchungsmethode in der Fachsprachenforschung“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S. 49–60.
- Moskalskaja, O. I. (1984) :** *Textgrammatik*. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut.
- Motsch, Wolfgang (2000):** „40. Handlungsstrukturen von Texten“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 414–422.
- Möhn, Dieter (2000):** „51. Textsorten und Wissenstransfer“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 561–574.
- Möhn, Dieter/ Pelka, Roland (1984):** *Fachsprachen. Eine Einführung* (= Germanistische Arbeitshefte, 30). Tübingen: Niemeyer.
- Muckenhaupt, Manfred (1986):** *Text und Bild : Grundfragen der Beschreibung von Text-Bild-Kommunikation aus sprachwissenschaftlicher Sicht* (= Tübinger Beiträge zur Linguistik, 271). Tübingen: Narr.
- Muckenhaupt, Manfred (1999):** „3. Die Grundlagen der kommunikationsanalytischen Medienwissenschaft“. In: Leonhard, Joachim-Felix/ Ludwig, Hans-Werner/ Schwarze, Dietrich/ Straßner, Erich (Hrsgg.), S. 28–57.
- Müller, Bernd-Dietrich (Hrsg.) (1991):** *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation* (= Studium Deutsch als Fremdsprache – Sprachdidaktik, 9). München: iudicium-Verl.
- Niederhauser, Jürg (1996):** „Darstellungsformen der Wissenschaften als Thema der Fachsprachenforschung“. In: Kalverkämper, Hartwig/ Baumann, Klaus-Dieter (Hrsgg.), S. 37–64.

- Niederhauser, Jürg (1998):** „Darstellungsformen der Wissenschaften und populärwissenschaftliche Darstellungsformen“. In: Danneberg, Lutz / Niederhauser, Jürg (Hrsgg.), S. 157–185.
- Niederhauser, Jürg (1999):** *Wissenschaftssprache und populärwissenschaftliche Vermittlung* (= FFF, 53). Tübingen: Narr.
- Nöth, Winfried (2000):** „Der Zusammenhang von Text und Bild“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 489–496.
- Ohnacker, Klaus (1992):** Die Syntax der Fachsprache Wirtschaft im Unterricht Deutsch als Fremdsprache. In: Werkstattreihe Deutsch als Fremdsprache, Bd. 39. Frankfurt am Main, Berlin, Bern, New York, Paris, Wien. Zit. nach: Heuberger, Katharina (1997). Zit. nach: Hundt, Markus (1998b).
- Oksaar, Els (1998):** „38. Das Postulat der Anonymität für den Fachsprachengebrauch“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 397–401.
- Oldenburg, Hermann (1999):** *Angewandte Fachtextlinguistik. ‚Conclusions‘ und Zusammenfassungen* (= FFF, 17). Tübingen: Narr.
- Petőfi, Janos S. (1981):** „Einige allgemeine Aspekte der Analyse und Beschreibung wissenschaftssprachlicher Texte“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 140–168.
- Picot, Arnold/ Reichwald, Ralf/ Wigand, Rolf T. (1996):** *Die grenzenlose Unternehmung. Information, Organisation und Management. Lehrbuch der Unternehmensführung im Informationszeitalter. 2., aktual. Aufl.* Wiesbaden: Gabler.
- Piirainen, Ippo Tapani/ Airismäki, Jarmo (1987):** *Sprache der Wirtschaftspresse. Untersuchungen zum Sprachgebrauch des „Handelblattes“* (= Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, 49). Bochum: Brockmeyer.
- Polenz, Peter von (1981):** „Über die Jargonisierung von Wissenschaftssprache und wider die Deagentivierung“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 85–110.
- Promberger, Markus (2005):** „Wie neuartig sind flexible Arbeitszeiten? Historische Grundlinien der Arbeitszeitpolitik“. In: Seifert, Hartmut (Hrsg.), S. 9–39.
- Randow, Elise von (1992):** „Verständlichkeit als Problem sozialwissenschaftlicher, insbesondere soziologischer Fachtexte“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 57–72.
- Redder, Angelika (2000):** „30. Textdeixis“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 283–295.
- Reissmann, Isabel (2000):** „Bild im Text – Text und Bild. Aspekte eines Kolloquiums zu Bild-Text-Beziehungen“. In: Fix, Ulla/ Wellmann, Hans (Hrsgg.), S. 391–398.
- Reschenberg, Hasso (1991):** „Fachpresse/Branchenzeitschrift“. In: Ruß-Mohl, Stephan/ Stuckmann, Heinz D. (Hrsgg.), S. 156–159.
- Reumann, Kurt (1994):** „Journalistische Darstellungsformen“. In: Fischer Lexikon Publizistik/Massenkommunikation. Frankfurt a. M. Zit. nach: Mast (2003).
- Rickheit, Gert/ Schade, Ulrich (2000):** „29. Kohärenz und Kohäsion“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 275–283.
- Rolf, Eckard (2000):** „41. Textuelle Grundfunktionen“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 422–435.
- Roloff, Eckard Klaus (1982):** *Journalistische Textgattungen. Studentexte für die Kollegstufe.* 1. Aufl. München: Oldenbourg.
- Röper, Burkhardt (1977):** *Wirtschaftsnachrichten in der Weltpresse: zum Verständnis des Wirtschaftsteils einer Zeitung.* 2., neu bearb. u. erw. Aufl. München: Francke.
- Rößler, Elke (1997):** „Intertextualität in Zeitungstexten – ein rezeptionsorientierter Zugang“. In: Klein, Josef/ Fix, Ulla (Hrsgg.), S. 235–254.

- Rothkegel, Anneli/ Sandig, Barbara (Hrsgg.) (1984):** *Text – Textsorten – Semantik. Linguistische Modelle und maschinelle Verfahren* (= Papiere zur Textlinguistik, 52). Hamburg: Buske.
- Ruß-Mohl, Stephan/ Stuckmann, Heinz D. (Hrsgg.):** *Wirtschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. München, Leipzig: List.
- Rust, Angelika (1991):** „Fachtextsorten und Möglichkeiten ihrer Deskription und Differenzierung. Zu einem international determinierten Untersuchungskonzept mit Orientierungen für den Fremdsprachenunterricht“. In: *Fachsprachen. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie* (Wien 1991) 3–4; S. 138–144.
- Rust, Angelika (1992):** „Zur Fachtextstruktur – dargestellt am Beispiel russisch- und deutschsprachiger Fachbuchrezensionen“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 57–72.
- Sager, Sven F. (1997):** „Intertextualität und die Interaktivität von Hypertexten“. In: Klein, Josef/ Fix, Ulla (Hrsgg.), S. 109–123.
- Sager, Sven F. (2000):** „53. Hypertext und Hypermedia“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 587–603.
- Sandig, Barbara (2000a):** „Text als prototypisches Konzept“. In: Mangasser-Wahl, Martina (Hrsg.), S. 93–112.
- Sandig, Barbara (2000b):** „Textmerkmale und Sprache-Bild-Texte“. In: Fix, Ulla/ Wellmann, Hans (Hrsgg.), S. 3–30.
- Satzger, Axel (1988):** „Handlungsstrukturen von Artikeln technischer Fachzeitschriften“. In: Gläser, Rosemarie (Hrsg.), S. 54–60.
- Satzger, Axel (1993):** „Sprachliches Handeln im Fachtext. Ein Analysekonzept“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 299–340.
- Sauer, Christoph (1992):** „Fachjargon – Zur Multiplizierung fachsprachlicher Kommunikationsformen. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 125–139.
- Saxer, Ulrich (1999):** „1. Der Forschungsstand der Medienwissenschaft“. In: Leonhard, Joachim-Felix/ Ludwig, Hans-Werner/ Schwarze, Dietrich/ Straßner, Erich (Hrsgg.), S. 1–14.
- Schaarschuh, Fritz-Jürgen (1990):** „Zur Typologisierung von Funktionsverbgefügen in Wirtschaft und Handel“. In: *DaF* 4, S. 230–236.
- Schellenberg, Wilhelm (1994):** „Strategien, Muster, Formulierungen der Zusammenfassung in Lehrbuchtexten. Ein Beitrag zur funktional-kommunikativen Fachtext-Analyse“. In: Schellenberg, Wilhelm (Hrsg.), S. 39–77.
- Schellenberg, Wilhelm (Hrsg.) (1994):** *Untersuchungen zur Strategie der Sprachgestaltung ausgewählter Fachtextsorten aus Gegenwart und Neuzeit* (= HAF 2), Tostedt: Attikon-Verl.
- Schild, Helmut (1991):** „Sozialpolitik“. In: Ruß-Mohl, Stephan / Stuckmann, Heinz D. (Hrsgg.), S. 206–208.
- Schmidt, Wilhelm (1961):** „Charakter und gesellschaftliche Bedeutung der Fachsprachen“. In: *Sprachpflege* 1961, 1, S. 10–21. Zit. nach: Borgulya, Agota (1988).
- Schmidt, Wilhelm (Hrsg.) (1981):** *Funktional-kommunikative Sprachbeschreibung. Theoretisch-methodische Grundlegung*. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut.
- Schneider, Marion (2000):** „Perspektivenwechsel“. In: *management & training. Magazin für human resources development* (Köln) 1; S. 3.
- Schneider, Wolf/Paul-Josef Raue (1996):** *Handbuch des Journalismus*. 1. Aufl. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Schnotz, Wolfgang (2000):** „47. Das Verstehen schriftlicher Texte als Prozeß“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 497–506.

- Scholl, Jürgen (2004):** „Auf Wiedersehen!“ In: *management & training. Magazin für human resources development* (Köln) 5; S. 3.
- Schröder, Hartmut (Hrsg.) (1993):** *Fachtextpragmatik*. Tübingen (= FFF, 19). Tübingen: Narr.
- Schröder, Hartmut (1993):** „Semiotische Aspekte multimedialer Texte“. In: Schröder, Hartmut (Hrsg.), S. 189–211.
- Schwanzler, Viliam (1981):** „Syntaktisch-semantische Universalien in den wissenschaftlichen Fachsprachen“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 213–230.
- Searle, John R. (1979/1998):** *Ausdruck und Bedeutung. Untersuchungen zur Sprechaktttheorie*. 4. Aufl. (= Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft, 349). Frankfurt a. M.: Suhrkamp. Orig.: *Expression and meaning. Studies in the theory of speech acts*. Cambridge: Cambridge University Press, 1979.
- Searle, John R. (1969/2007):** *Sprechakte. Ein sprachphilosophischer Essay*. 12. und 13. Tsd. (= Theorie). Frankfurt a.M.: Suhrkamp. Orig.: *Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press, 1969.
- Seifert, Hartmut (2005):** „Arbeitszeitpolitischer Modellwechsel: Von der Normalarbeitszeit zu kontrollierter Flexibilität“. In: Seifert, Hartmut (Hrsg.), S. 40–66.
- Seifert, Hartmut (Hrsg.) (2005):** *Flexible Zeiten in der Arbeitswelt* (= Campus Forschung, 877). Frankfurt a. M.: Campus Verl.
- Sohst, Magarete (1991):** „Sprachhandlungen und Sprachhandlungsbeziehungen – ein integrativer Beschreibungsansatz zur Analyse schriftlicher Texte (in der Wirtschaftskommunikation)“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 201–210.
- Spillner, Bernd (1982):** „Stilanalyse semiotisch komplexer Texte. Zum Verhältnis von sprachlicher und bildlicher Information in Werbeanzeigen“. In: *Kodikas/ Code, Ars Semiotica. An International Journal of Semiotic* 4 (Tübingen) 1; S. 91–106.
- Spillner, Bernd (Hrsg.) (1996):** *Stil in Fachsprachen* (= Studien zur Allgemeinen und Romanischen Sprachwissenschaft, 2). Frankfurt a.M.: Lang.
- Spranger, Ursula (1985):** *Untersuchungen zur Kohärenz, Rekurrenz und Konnexion in medizinischen Fachtexten*. Diss. B. Leipzig 1985. Zit. nach: Fijas, Liane (1998).
- Stahlheber, Eva M. (1992):** „Die Fachtextsorte Zeitschriftenartikel im Deutschen und Address/Article im Amerikanischen: Popularisierungsgrad und Diachronie von Funktionen und Strukturen“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S.162–189.
- Stegu, Martin (1996):** „Die Metapher in der Sprache der Wirtschaft“. In: Spillner, Bernd (Hrsg.), S. 69–80.
- Stegu, Martin (1988):** „Text und Bild im Wirtschaftsjournalismus (dargestellt anhand der österreichischen Tageszeitung Kurier)“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 399–407.
- Stegu, Martin (2000):** „Text oder Kontext: zur Rolle von Fotos in Tageszeitungen“. In: Fix, Ulla/ Wellmann, Hans (Hrsgg.), S. 307–321.
- Sternkopf, Jochen (1996):** „Vorwort und Rezension: Nahe Textsorten für eine ferne Interaktion“. In: Kalverkämper, Hartwig/ Baumann, Klaus-Dieter (Hrsgg.), S. 468–477.
- Steyer, Kathrin (1997):** „Irgendwie hängt alles mit allem zusammen – Grenzen und Möglichkeiten einer linguistischen Kategorie 'Intertextualität'“. In: Klein, Josef/ Fix, Ulla (Hrsgg.), S. 83–106.
- Stöckl, Hartmut (2000):** „Bilder – stereotype Muster oder kreatives Chaos? Konstitutive Elemente von Bildtypen in der visuellen Kommunikation“. In: Klein, Josef/ Fix, Ulla (Hrsgg.), S. 325–341.

- Stöckl, Hartmut (2004):** *Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte, Theorien, Analysemethoden.* Berlin, New York: de Gruyter.
- Strässler, Jürg (Hrsg.) (1998):** *Tendenzen europäischer Linguistik. Akten des 31. Linguistischen Kolloquiums, Bern, 1996* (= Linguistische Arbeiten, 381). Tübingen: Niemeyer.
- Straßner, Erich (2001):** „164. Zeitschriftenspezifische Präsentationsformen und Texttypen“. In: Leonhard, Joachim-Felix/ Ludwig, Hans-Werner/ Schwarze, Dietrich/ Straßner, Erich (Hrsgg.), S. 1734–1739.
- Tegtmeier, Henning (1997):** „Der Begriff der Intertextualität und seine Fassungen – Eine Kritik der Intertextualitätskonzepte Julia Kristevas und Susanne Holthuis“. In: Klein, Josef/ Fix, Ulla (Hrsgg.), S. 49–81.
- Thiel, Gisela/ Thome, Gisela (1996a):** „Fachlichkeit in wissenschaftsjournalistischen Texten. Dargestellt am Gebrauch von Nomina mit hypothetischer Bedeutung (Deutsch – Englisch – Französisch)“. In: H. Kalverkämper/ K.-D. Baumann (Hrsg.), S. 746–773.
- Thiel, Gisela/ Thome, Gisela (1996b):** *Vermuten : nominale Ausdrucksmittel im Wissenschaftsjournalismus (Deutsch – Englisch – Französisch)* (=FFF, 29). Tübingen: Narr.
- Thome, Gisela (2005):** „Zur Anschaulichkeit wissenschaftlicher Texte“. *Fachsprache. Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung, -didaktik und Terminologie* (Wien 2005) 1–2; S. 115–138.
- Tichy, Roland (2004):** „Zeitschriften. Die Renaissance der Klassiker“. In: Mast, Claudia (Hrsg.), S. 422–425.
- Toulmin, Stephen (1975):** *Der Gebrauch von Argumenten* (= Wissenschaftstheorie und Grundlagenforschung, 1). Kronberg/Ts. : Scriptor Verl. Orig.: *The Uses of Argument.* Cambridge: Cambridge University Press, 1958.
- Tschauder, Gerhard (1989):** *Textverbindungen : Ansätze zu einer Makrotextologie, auch unter Berücksichtigung fiktionaler Texte* (= Bochumer Beiträge zur Semiotik, 22). Bochum: Brockmeyer.
- Tschauder, Gerhard (1993):** „Fach- und Gemeinsprache als Makrotexte. Zum Transfer der Fachwörter unter besonderer Berücksichtigung von Störfaktoren“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 155–188.
- Turi, Peter (1990):** „Qual der Wahl. Der Markt der Wirtschaftsmagazine ist groß“. In: Kalt, Gero (Hrsg.), S. 201–208.
- Vater, Heinz (1994):** *Einführung in die Textlinguistik. Struktur, Thema und Referenz in Texten.* 2., überarb. Aufl. München: Fink.
- Wawrzyniak, Zdzislaw (1980):** *Einführung in die Textwissenschaft. Probleme der Textbildung im Deutschen.* Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Weese, Ch. (1988):** „Einladung zu einer wissenschaftlichen Veranstaltung‘ – der Versuch einer Analyse aus textlinguistischer Sicht“. In: Gläser, Rosemarie (Hrsg.), S. 77–88.
- Wehde, S. (1988):** „Thematische Makrostrukturen und ihre sprachliche Realisierung in russischen Fachtexten des Hochbaus“. In: Gläser, Rosemarie (Hrsg.), S.61–67.
- Weinrich, Harald (1993):** *Textgrammatik der deutschen Sprache.* Mannheim [u.a.]: Dudenverl.
- Wersig, Gernot/ Schuck-Wersig, Petra (1988):** „Die Bedeutung visueller Präsentation für die Informationsstruktur“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S. 62–70.
- Wichter, Sigurd/ Antos, Gerd (Hrsgg.) (2001):** *Wissenstransfer zwischen Experten und Laien. Umriss einer Transferwissenschaft.* Kolloquium Transferwissenschaften

1, Göttingen, 15. – 17. 09.1999 (= Transferwissenschaften, 1). Frankfurt am Main [u.a.] : Lang.

- Wiegand, Ines (1985):** „Isotopieketten in Fachtexten“. In: Gläser, Rosemarie (Hrsg.), S. 153–154.
- Wiese, Ingrid (2004):** „Texte des 'informierten Laien' aus fachsprachenlinguistischer Sicht“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S. 121–127.
- Wilke, Jürgen (1986):** „Probleme wissenschaftlicher Informationsvermittlung durch die Massenmedien“. In: Bungarten, Theo (Hrsg.), S.304–318.
- Wittich, Ursula (1985):** „Metakommunikative Sprachhandlungen in Fachtexten (Lehrtexten)“. In: Gläser, Rosemarie (Hrsg.), S. 154.
- Wolski, Werner (1998a):** „45. Fachtextsorten und andere Textklassen: Probleme ihrer Bestimmung, Abgrenzung und Einteilung“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 457–468.
- Wolski, Werner (1998b):** „67. Textverdichtung und Textauflockerung im standardisierten Fachwörterbuchartikel“. In: Hoffmann, Lothar/ Kalverkämper, Hartwig/ Wiegand, Herbert Ernst (Hrsgg.), S. 624–633.
- Wotjak, Gerd (2004):** „Der Terminus auf dem Prüfstand lexikologischen Expertenwissens“. In: Baumann, Klaus-Dieter/ Kalverkämper, Hartwig (Hrsgg.), S. 363–381.
- Wüster, Eugen (1991):** *Einführung in die allgemeine Terminologielehre und terminologische Lexikographie*. 3. Aufl. Bonn: Romanistischer Verl.
- Zifonun, Gisela (2000):** „33. Textkonstitutive Funktionen von Tempus, Modus und Genus Verbi“. In: Brinker, Klaus/ Antos, Gerd/ Heinemann, Wolfgang/ Sager, Sven F. (Hrsgg.), S. 315–331.

3. Internetquellen

- IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. [2008]:** Alphabetischer Gesamtindex
<http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=12&u=&p=&t=Alphabetischer+Gesamtindex&b=w> 16.11.2008.
- IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. [2008a]:** Fachzeitschriften WIRTSCHAFT ALLGEMEIN.
<http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=116&u=&p=&b=alle&sv=301&sb=301&t=Fachzeitschriften&tsub=WIRTSCHAFT+ALLGEMEIN>.
In: IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. <http://www.ivw.eu/index.php> . 04.06.2008
- IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. [2008b]:** Publikumszeitschriften mit nationaler Verbreitung WIRTSCHAFTSPRESSE.
<http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1141&u=&p=&b=alle&sv=220&sb=220&t=Publikumszeitschriften+mit+nationaler+Verbreitung&tsub=WIRTSCHAFTSPRESSE> In: IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. <http://www.ivw.eu/index.php>. 04.07.2008.
- IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.:** IVW – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. <http://www.ivw.eu/index.php>. 04.07.2008.
- Karp, Daliah (2004):** managerSeminare übernimmt management & training. In: MyBusinessCommunities. Abschnitt: News.

<http://www.dl2000.de/newsdetails.php?newsid=613>.
In: DL2100. <http://www.dl2000.de/index.php?PHPSESSID=fc6ebb9fc4e92e130be08a1d17f00aee> . 04.07.2008.

management & training (2004): management & training.

<http://www.managementundtraining.de/hlv/mt2/home.nsf/start2?OpenFrameset>.
05.01.2008

managerSeminare Verlags GmbH (2008a): Dossiers.

<http://www.managerseminare.de/managerSeminare/Dossiers>.
In: managerSeminare.de. Das Weiterbildungsportal.
<http://www.managerseminare.de/> . 04.07.2008

managerSeminare Verlags GmbH (2008b): Wir über uns. Programm.

http://www.managerseminare.de/Wir_ueber_uns?kat=112 . In: managerSeminare.de.
Das Weiterbildungsportal. <http://www.managerseminare.de/> . 04.07.2008

Meyers Lexikon online 02. (2007): Weiterbildung.

<http://lexikon.meyers.de/meyers/Weiterbildung>
In: http://lexikon.meyers.de/meyers/Meyers:Lexikon_online
24.06.2008 (10:19) © Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG, 2007

Verlag Neuer Merkur GmbH: Verlagsportrait.

<http://www.vnmonline.de/vnm/verlag/verlagsportrait.html>
In: Verlag Neuer Merkur GmbH <http://www.vnmonline.de/vnm/verlag/verlag.html>.
04.07.2008.

Wolters Kluwer Deutschland (2008): Über Wolters Kluwer Deutschland.

<http://www.wolterskluwer.de/verlagsmarken> . In: Wolters Kluwer Deutschland.
<http://www.wolters-kluwer.de/home> . 04.07.2008

Zeitschriftendatenbank (ZDB) (1998–2008): Management & Seminar.

<http://dispatch.opac.d-nb.de/DB=1.1/SET=1/TTL=1/CLK?IKT=12&TRM=012213187>.
In: Zeitschriftendatenbank <http://www.zeitschriftendatenbank.de/>, Abschnitt:
Recherche ZDB-OPAC <http://dispatch.opac.d-nb.de/DB=1.1/>. 16.11.2008

ANHANG I.

Fotokopie des Titelblattes und der Seite 3 der Zeitschrift
„management & seminar“ sowie des Makrotextes „Arbeitszeitmodelle“

DM 8,- ÖS 75,- sFr 9,- Prohibitivbestellk. Entgelt bezahlt
Verlag Severin Merkur, Postfach 461002, 80916 München B 4401 E

management & seminar 2/96

Die Zeitschrift für Tagungen, Training und Personalentwicklung

Flexiblere

Arbeitszeiten

Unternehmen
Manager
als Lobbyisten
Seite 16

Weiterbildung
Berater
als Allround-Genies
Seite 20

420050 53693

INHALT

M & S IM FEBRUAR 1996 23. JAHRGANG

EDITORIAL

Mängel: In der Kommunikation zwischen Chefs und Mitarbeitern klemmt es. 3

RESONANZEN & STATEMENTS

Reaktionen: Briefe an m & s

Karriere: Wie sich Frauen mitunter selbst behindern

M & S AKTUELL

Firmenimage: Qualität und Preis reichen nicht – Service ist gefragt

Schlagwort des Monats: Szenario-Management

Selbstlernen: PC-Anschluß an ein neues Tele-Lernzentrum

Quergedacht: Jungfrau zum Träumen

Bildungsmesse: Die interschul '96 mit erweitertem Anspruch

Frauenmesse: Frauen erobern die Wirtschaft – Motto der S.T.E.P.S.

Gesundheit: Eine Checkliste, um Gesundheitskiller zu erkennen

Mitmenschen: Personalnotizen

IM PROFIL

Ihr Team Unternehmensgruppe: 25 Jahre Training und Beratung – Horst Rückle und sein Team

FÜHREN & WISSEN

Lobby: Unternehmensvertreter suchen Einfluß und Informationen auf politischem Parkett

TRAINING & WEITERBILDUNG

Report: Weiterbildungsberatung – gefragt sind Unternehmensentwicklungs-Konzepte statt Einzelmaßnahmen

Selbstvermarktung: Ein Seminar über die Möglichkeiten der Eigen-PR

Trainer-Typen: Scharfrichter und Kreidefresser

Titelbild: Fohr

management & seminar 2/96

TAGEN & LERNEN

Fortbildung: In Karlsruhe werden Fachwirte für die Tagungs-, Kongreß- und Messewirtschaft ausgebildet. 27

ARBEITSZEIT-MODELLE

EXTRA

Diskussion: Daß flexible Zeiten nötig sind, wird kaum bestritten; der Weg jedoch ist unklar. 30

Modell: Das Projekt „Mobilzeit“ der Bundesregierung fördert rund 100 Unternehmen. 34

Bedarf: Immer mehr Firmen suchen Hilfe bei Arbeitszeitberatern. 42

Umstellung: Nur wenige Manager arbeiten bisher in Teilzeit. Welche Hemmschwellen es gibt. 44

Jobkiller: Die meisten Beschäftigten leisten häufig Überstunden. 46

TAGUNGS-JOURNAL

Software: Infos aus dem Seminar- und Tagungsbereich auf CD-ROM. 48

Messe: Die Swiss Event 95 hat in Zürich stattgefunden. 49

Studie: Die Hotellerie in Ostdeutschland schafft neue Arbeitsplätze. 49

Tagen: In München entsteht das erste private Kongreßzentrum. 50

Tagungsstätte des Monats: Freizeit In, Göttingen. 51

Mitmenschen: Personalnotizen. 52

Lernen: In Köln hat das erste öffentliche Selbstlernzentrum eröffnet. 53

FACHBÜCHER

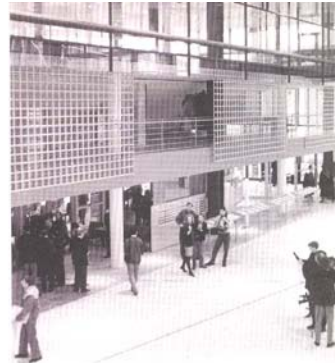
VORSCHAU

IMPRESSUM

Bitte beachten Sie die Beilage „Der Redebereiter“ in einem Teil dieser Auflage. 54

70

71



ANTENNE: Manager als Lobbyisten auf der Bonner Bühne

16



ANFANG: Fortbildung zum Fachwirt für die Tagungs- und Messewirtschaft

27



ANTWORT: Mehr Beschäftigung durch flexible Arbeitszeiten? Ein m & s-EXTRA

30

5

ARBEITSZEIT- MODELLE

EXTRA

INHALT

DISSENS: Umsetzung der Arbeitszeitmodelle umstritten	30
ARBEITSZEITMODELLE	31
LITERATURVERZEICHNIS	32
ARBEITSZEIT-ENTWICKLUNG	33
FÖRDERUNG: Regierung unterstützt neue Arbeitsformen	34
INTERVIEW: Angela Fauth-Herkner über Fördermaßen	39
MODELL: Arbeitszeitpionier Didymus Hasenkopf	40
BERATUNGSUNTERNEHMEN	42
INTERVIEW: Dr. Andreas Hoff über flexible Arbeitszeiten	43
BERATUNGSDRESSSEN	43
TEILZEIT-MANAGEMENT	44
ÜBERSTUNDEN	46

Geht die Stechuhr bald in Pension?

Über das Ziel sind sich alle einig: Um die Wirtschaft wettbewerbsfähiger zu machen und der Vollbeschäftigung näherzukommen, muß die Arbeitszeit flexibilisiert werden. Über den Weg wird heftig diskutiert.

Als das Großunternehmen VW vor zwei Jahren die Vier-Tage-Woche einführte, ging noch ein Aufschrei durch die Nation. Doch inzwischen sind es schon lange nicht mehr die Arbeitgeber allein, die Schlagworte wie „Arbeitszeitreduzierung“ und „flexible Arbeitszeiten“ im Mund führen. In Zukunft, so fordert der Bundeswirtschaftsminister, müßten die Menschen selbst entscheiden, ob sie 20 oder 60 Stunden arbeiten wollen. Und Frauenministerin Claudia Nolte hofft, durch mehr Flexibilität zu mehr sozialversicherungspflichtigen Teilzeitarbeitsplätzen für ihre Geschlechtsgenossinnen zu kommen.

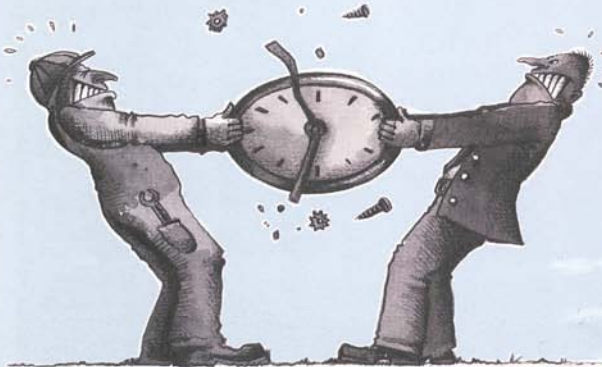
Sogar der Deutsche Gewerkschaftsbund – jahrelang hartnäckiger Gegner elastischer Zeitmodelle – hat seine Liebe zur Flexibilität entdeckt.

Durch eine andere Verteilung der Arbeit, darin sind sich plötzlich Tarifpartner wie Politiker einig, kann nicht nur der in einigen Bereichen notwendige Personalabbau sozialverträglich gestaltet werden. Es könnten auch neue Arbeitsplätze geschaffen werden – und das nicht zu knapp: Je nach Rechenart schwanken die Schätzungen zwischen 300 000 und 3,5 Millionen Arbeitsplätzen.

Abweichen von der Regel

Was aber ist ein flexibles Arbeitszeitmodell? An diesem Punkt scheiden sich die Geister. Während die einen unter flexibler Arbeitszeit alles verstehen, was von der normalen Regelarbeitszeit (werktags von 8 bis 17 Uhr) abweicht, also beispielsweise auch Schicht- oder Nacharbeit, fassen andere den Begriff wesentlich enger und sprechen nur dann von Flexibilität, wenn die geleisteten Stundenzahlen monatlich, wöchentlich oder gar täglich differieren; und Dritte wiederum sehen Flexibilität nur dann als gegeben an, wenn auch der Arbeitnehmer Einfluß auf seinen Arbeits-einsatz nehmen kann.

Dabei ist die Definition eigentlich recht eindeutig: Flexibel zu arbeiten beschreibt zum einen eine möglichst große Wahlfreiheit bezüglich Dauer, Anfang, Ende und Lage der Arbeitszeit und setzt zum anderen voraus, daß die entsprechende Entscheidung möglichst



30

management & seminar 2/96

ARBEITSZEIT-MODELLE EXTRA

kurzfristig getroffen werden kann. Schwierig wird es erst bei der Frage, wem diese Wahlfreiheit zukommt: den Arbeitgebern oder den Beschäftigten; denn tatsächlich bedeutet die Flexibilität des einen oftmals die Unterordnung des anderen.

Entsprechend groß ist das Mißtrauen: Die Flexibilität, von der die Arbeitgeber träumen, so die Kritik von Gewerkschaftsseite, bedeutet in Wirklichkeit „Arbeit auf Abruf“. Und Teilzeitstellen dienen letztlich nur der kostengünstigen Verringerung von Produktivitätsspitzen oder – schlimmer noch – dem Abbau von Vollzeitstellen.

Argumente, die grundsätzlich nicht von der Hand zu weisen sind. Tatsächlich haben die meisten Unternehmen nicht innovative Arbeitszeitmodelle und schon gar nicht die persönliche Freiheit ihrer Mitarbeiter vor Augen, wenn sie die Arbeitszeiten neu definieren wollen, sondern in erster Linie ihr Überleben auf einem schwieriger werdenden Markt. Sie wollen Kosten sparen, das heißt teure Formen der Arbeitszeit durch billigere ersetzen, die Betriebszeiten ausweiten oder flexibel auf Auftragsschwankungen reagieren können. Die sogenannten „atmenden Fabriken“, wie Unternehmen mit neuen flexiblen

Schichtmodellen (zum Beispiel BMW, Opel oder Pirelli) gerne genannt werden, beispielsweise „atmen“ mit der Auftragslage: Wenn viele Aufträge da sind, wird mehr gearbeitet, wenn die Nachfrage stockt, gibt es Freizeitgleich.

Neue Federn am alten Hut?

„Diese Diskussion über fehlende Arbeitszeitflexibilität ist doch albern“, brachte es unlängst der Werksleiter eines Automobilzulieferbetriebes auf den Punkt: „Es geht denen, die das fordern, doch eigentlich nur darum, am Samstag zu Normaltarif zu produzieren.“ Ein alter Hut also, der bestenfalls mit neuen Federn geschmückt wurde. Daß trotzdem gerade in den letzten Monaten Bewegung in die Diskussion gekommen ist, zeigt nur, daß auch die Gewerkschaften erkannt haben, daß sie mit dem Beharren auf alten Positionen allein den Produktionsstandort Deutschland nicht retten und schon gar nicht neue Arbeitsplätze schaffen können.

Wenn es aber allgemein gelingt, die Verlängerung der Betriebszeiten so zu gestalten, daß dadurch nicht Überstunden und Zuschläge für die bislang Beschäftigten anfallen,

ARBEITSZEIT-MODELLE

1. ... zur Steigerung der Produktivität

Schicht- und Nachtarbeit Arbeitszeit, die sich an betriebswirtschaftlichen Zwängen ausrichtet und von der Regelarbeitszeit (8 bis 17 Uhr) abweicht; überwiegend in Produktionsbetrieben, zunehmend aber auch im Dienstleistungsbereich.

Kapazitätsorientierte, variable Arbeitszeit (nach Kapovaz) Die Arbeitszeit richtet sich nach dem Arbeitsanfall. In der klassischen Form wird der Einsatz der Mitarbeiter allein vom Arbeitgeber bestimmt. Der Lohn richtet sich nach den tatsächlich geleisteten Stunden.

Jahres- oder Projektarbeitszeit Die Arbeit wird vom Arbeitgeber je nach Auftragslage verteilt. Die Arbeitnehmer erhalten jeden Monat den gleichen Lohn.

Rollerendes System Zum Beispiel: In einem Unternehmen mit 6-Tage-Woche besetzen fünf Mitarbeiter im Wechsel vier Arbeitsplätze, das heißt jeder einzelne hat eine 5-Tage-Woche.

2. ... mit Zeitsouveränität der Mitarbeiter

Gleitende Arbeitszeit Eines der ersten flexiblen Modelle, das inzwischen allgemein anerkannt ist und in manchen

Großbetrieben schon seit 20 Jahren besteht. Die Arbeitszeit unterteilt sich in die Kernzeit mit Anwesenheitspflicht und selbstbestimmte Gleitzeit.

Variable Arbeitszeit Fortschreibung des Gleitzeitmodells ohne Kernzeit. Der Arbeitnehmer entscheidet selbst über seine Anwesenheitszeiten. Hierzu zählen auch Beschäftigungsverhältnisse mit reduzierten Stundenzahlen (variable Teilzeit), bei denen Dauer und Lage des Arbeitseinsatzes flexibel abgesprochen werden.

Jahres- oder Lebensarbeitszeit Unternehmen und Mitarbeiter legen eine individuelle Gesamtarbeitszeit fest, die dann nach Absprache abgeleistet wird. Möglich sind sowohl Jahre mit reduzierter Arbeitsleistung oder Sabbaticals als auch ein fließender Übergang zur Pensionierung.

Baukastensystem Arbeitsgruppen regeln die Anwesenheit unter sich. Auch denkbar in Kombination mit der Jahresarbeitszeit.

Bandbreitenmodell Die wöchentliche Arbeitszeit muß nicht durchgängig geleistet werden, sondern nur im Jahresschnitt. Die tatsächliche Arbeitszeit ist innerhalb einer gewissen Bandbreite wählbar. **sah**

team
DR. ROSENKRANZ
GmbH
Managementtraining
Organisationsentwicklung
Bahnhofstraße 92
32166 Grafelinge
Telefon: 089/8 54 9871
Fax: 089/8 54 93 90

OFFENE SEMINARE FÜR
MANAGER Gruppendynamik I
Führen und Verhalten in Gruppen
TRAINER Gruppendynamik II
monatlich
Charisma und Autorität
BERATER Konfliktmanagement II
Konflikt und Streik
25.-29. 3. 1996
NLP in gruppendynamischen Systemen
Kommunikation und Führungs-
kompetenz
22.-26. 4. 1996

Das Buch
zum Thema: Dr. Hans Rosenkranz
Von der Familie zur Gruppe zum Team
Familien- und gruppendynamische
Modelle zur Teamentwicklung
Junfermann Verlag

Karten

Das kreative
Moderations-
Equipment von
Neuland Eichenzell.
Katalog anfordern!
Tel. (0 66 59) 88-0
Fax 88-88



Wolken

und Methode

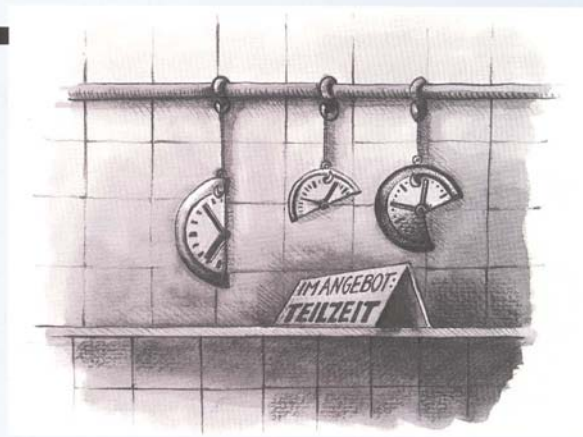
ARBEITSZEIT-MODELLE

EXTRA

sondern statt dessen Arbeitsspitzen mit Freizeit ausgeglichen werden, so das Ergebnis verschiedener Modellrechnungen, könnten allein dadurch 300 000 bis 700 000 neue Arbeitsplätze entstehen.

Daß dies funktioniert, dafür gibt es durchaus schon Beispiele. So etwa das Werk Crailsheim der Procter & Gamble GmbH, in dem Pampers Höschenwindeln neuerdings aus betriebswirtschaftlichen Gründen verstärkt auch an Sonntagen produziert werden. Die Mitarbeiter sprachen sich gegen Mehrarbeit aus und setzten statt dessen die Einrichtung einer vierten Schicht durch. Dies reduzierte für den einzelnen zwar die Möglichkeit, Überstundengelder zu kassieren, führte jedoch zu etlichen Neueinstellungen.

Daß ein flexibles Schichtsystem ein Weg zu mehr Beschäftigung sein kann, zeigt auch die Bayer AG in Leverkusen, wo die Maschinen in einigen Bereichen rund um die Uhr laufen. Dort machte man sich schon Mitte der 80er Jahre Gedanken über die gesundheitlichen Folgen des bis dahin praktizierten Vier-Schicht-Modells. Mit Hilfe der Uni Dortmund wurde dann ein neusten arbeitswissenschaftlichen Erkenntnissen entsprechendes Fünf-Schicht-Modell auf Basis der 33,6-Stun-



denwoche entwickelt. Dies führte durch nun vorhandene Arbeitszeitreserven (die tarifliche Arbeitszeit liegt bei 35,9 Stunden pro Woche), die durch Ausgleichsschichten abgegolten werden, nicht nur zu mehr Flexibilität, sondern reduzierte auch die gesundheitlichen Belastungen der Arbeitnehmer und erhöhte außerdem den Personalbedarf.

Bei beiden Modellen allerdings bleibt die Wahlfreiheit der Arbeitnehmer weitgehend auf der Strecke. Dabei gibt es durchaus auch Möglichkeiten, flexible Arbeitszeitmodelle so zu konzipieren, daß sowohl Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer davon profitieren. Besonders in Kombination mit Teilzeit, so Michael Weidinger, Mitbegründer der Berliner Arbeitszeiterberatung Dr. Hoff, Weidinger und Partner, lassen sich Arbeitsinhalte und -zeiten geschickt aufeinander abstimmen. Wobei sich von selbst versteht, daß Weidinger unter einem Teilzeitplatz nicht einfach eine geteilte Halbzestelle versteht.

Auch für Firmen mit ungewöhnlichen Maschinenlaufzeiten, so Weidinger, lassen sich Konstruktionen entwickeln, die der Belegschaft größtmögliche Freiräume verschaffen. Denkbar ist zum Beispiel die Einrichtung von Arbeitsgruppen, in der dann die Mitarbeiter ihre Anwesenheit autonom unter sich regeln.

Individuell entscheiden

Zu den Vordenkern auf diesem Gebiet gehört das Münchner Kaufhaus Ludwig Beck am Rathausack. Das Textilhaus führte schon 1978 eine „Individuelle Arbeitszeit“ (IAZ) ein und machte seitdem nach eigenen Angaben nur gute Erfahrungen. Beck ist nicht nur von dem für die Branche symptomatischen Personal- und Nachwuchsmangel verschont geblieben, auch einer möglichen Änderung des Ladenschlußgesetzes sieht man gelassen entgegen. Bei längeren Öffnungszeiten, so äußert sich ein Unternehmensvertreter, müsse

man nur ein wenig anders disponieren.

Ausgangssituation für die Einführung der flexiblen Arbeitszeit war bei Beck eine Mitarbeiterbefragung, die ergab, daß 31 Prozent der Vollzeit- und sogar 21 Prozent der Teilzeitkräfte eigentlich weniger arbeiten wollten. Ein Ergebnis, das auch durch allgemeine Umfragen immer wieder bestätigt wird. Eine Forsa-Studie Mitte letzten Jahres beispielsweise ergab, daß mehr als die Hälfte der Deutschen am liebsten nur drei oder vier Tage in der Woche arbeiten würden.

Gleichzeitig wollte das Kaufhaus auch die Kunden-Mitarbeiter-Beziehung verbessern und eine Regelung finden, die es ermöglicht, immer genau die Anzahl Mitarbeiter im Haus zu haben, die zur Abwicklung eines ruhigen Geschäftes notwendig ist. Herausgekommen ist eine völlige Neugestaltung der Beschäftigungsverhältnisse: Mit jedem Mitarbeiter wird ein individueller Vertrag abgeschlossen, in dem die durchschnittliche Arbeitszeit pro Monat und das Gehalt festgelegt werden. Ab 60 Monatsstunden aufwärts läßt sich im Zehnerabstand jede Arbeitszeit (bis hin zur Vollbeschäftigung) wählen, wobei sich im Laufe der Zeit für die meisten Beschäftigten ein Pensum von 90 bis 100 Stunden herauskristallisiert hat.

Grundsätzlich muß das Monatsoll nicht exakt erfüllt werden. Die Beschäftigten können auf ihren (elektronisch geführten) Zeitkonten sowohl Plus- als auch Minusstunden ansammeln. Wobei das Unternehmen manchmal – beispielsweise in den Sommermonaten – sogar daran interessiert ist, daß die Mitarbeiter Minus machen. Das kann dann in der umsatzstarken Vorweihnachtszeit ausgeglichen werden – und erspart dem Arbeitgeber den Einsatz von teuren Aushilfskräften.

Wann genau die vereinbarte Arbeitszeit abgeleistet wird, entscheiden die Arbeitnehmer in Absprache mit den Abteilungsleitern selbst. Berücksichtigt werden sowohl be-

Zeichnung: Vitzthum

Literaturverzeichnis

Hartmut Seifert (Hrsg.): „Jenseits der Normalarbeitszeit. Perspektiven für eine bedürfnisgerechtere Arbeitszeitgestaltung.“ Bund-Verlag, Köln 1993.

Rosemarie Fiedler-Winter: „Flexible Arbeitszeiten. Beispiele aus der Praxis.“ Landsberg Verlag, Landsberg 1994.

Bundesvorstand des Deutschen Gewerkschaftsbundes (Hrsg.): „Perspektiven für eine neue Arbeitszeitpolitik.“ Düsseldorf 1995.

Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung (Hrsg.): „Mobilzeit. Arbeiten in neuer Form. Entscheidungshilfen für Arbeitgeber.“ Bonn 1995. Kostenlose Anforderung beim Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung, Postfach 500, 53107 Bonn, Telefon (02 28) 5 27 11 11.

Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung (Hrsg.): „Mobilzeit. Arbeiten in neuer Form. Ein Leitfaden für Arbeitnehmer und Arbeitgeber.“ Bonn 1995. Kostenlose Anforderung beim Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung, Postfach 500, 53107 Bonn, Tel. (02 28) 5 27 11 11.

Für die Beantwortung von Fragen zum Thema „Mobilzeit“ ist beim Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung ein „Mobilzeit“-Telefon eingerichtet worden. Es ist von montags bis donnerstags von 8 bis 20 Uhr unter Tel. (01 30) 62 82 geschaltet.

Ulrich Weber: „Flexible Arbeitszeitmodelle.“ (VHS-Video, 50 Minuten). Landsberg Verlag, Landsberg 1994.

Arbeitszeiten auf absteigendem Ast

Hart ist das Arbeitsleben zu Bismarcks Zeiten: 1870, muß ein Mann durchschnittlich 82 Stunden pro Woche arbeiten – mehr als dreizehneinhalb Stunden am Tag, sechs Tage in der Woche. Immerhin gelingt es den Buchdruckern 1873, mit den Arbeitgebern einen 10-Stunden-Tag und damit eine 60-Stunden-Woche zu vereinbaren. Verglichen mit den Altvorderen vor 125 Jahren sind die Arbeitnehmer in der Bundesrepublik heute weitaus besser gestellt. Ungeachtet dessen ist für sie der Weg von der 48- zur 35-Stunden-Woche und die ihr auf dem Fuße folgende Diskussion über flexible Arbeitszeiten nicht weniger hart gewesen. Einige Etappen in der Rückschau:

1949 Mit der Einführung des Tarifvertragsgesetzes wird die Tarifautonomie zwischen Gewerkschaften und Arbeitgebern wieder hergestellt. Die tarifliche Arbeitszeit liegt bei 48 Wochenstunden. Nimmt man die Überstunden hinzu, arbeitet ein männlicher Industriearbeiter im Schnitt 49,4 Stunden pro Woche.

1955 Der Deutsche Gewerkschaftsbund, zu dem sich 16 Gewerkschaften der ehemaligen amerikanischen, britischen und französischen Besatzungszone im Oktober 1949 zusammengeschlossen hatten, fordert die Fünf-Tage-Woche mit 40 Stunden. Die tatsächliche Arbeitszeit eines männlichen Industriearbeiters ist unterdessen weiter angestiegen. 49,8 Stunden in der Woche beträgt sie im Durchschnitt – damit erreicht sie den höchsten Stand in der Geschichte der Bundesrepublik.

1956 Ein Schritt vorwärts: In der Metallindustrie wird die tarifliche Wochenarbeitszeit von 48 auf 45 Stunden verkürzt.

1965 In der Druckindustrie wird die tarifliche Wochenarbeitszeit auf 40 Stunden gesenkt. Die Diskrepanz zur tatsächlichen Arbeitszeit in der Industrie ist dennoch weiter erheblich: Sie liegt bei durchschnittlich 45,2 Stunden pro Woche.

1967 Die Metaller ziehen nach und verkürzen ebenfalls auf 40 Stunden.

1973 Das neue Rentenreformgesetz regelt die Einführung der flexiblen Altersgrenze. Frauen und Arbeitslose können Rente ab 60 Jahren beziehen, Schwerbe-

hinderte ab 62 Jahren. Für alle anderen Arbeitnehmer wird die Grenze von 65 auf 63 Jahre gesenkt. Im Dezember übersteigt die Zahl der Arbeitslosen erstmals die Millionengrenze.

1984 Im Mai und Juni streiken IG Metall und IG Druck und Papier für die Einführung der 35-Stunden-Woche bei vollem Lohnausgleich. Nach „besonderer Schlichtung“ wird für die Metallindustrie eine Regelarbeitszeit von 38,5 Stunden und ein möglicher Vorruhestand ab 58 Jahren vereinbart. Die Tarifpartner schließen wenig später für die 165.000 Beschäftigten in der Druckindustrie einen ähnlichen Kompromiß ab. Anfang Juli ist der längste, schwerste und größte Arbeitskampf in der Geschichte der Bundesrepublik zu Ende.

1989 Im April teilt das Statistische Bundesamt in Wiesbaden die Ergebnisse der Volkszählung von 1987 mit. Danach ist die Zahl der Arbeitnehmer um 1 Million höher als bisher angenommen. Die Beschäftigung hat seit 1970 um 2,6 Millionen auf 27 Millionen zugenommen. Dies gilt insbesondere für Teilzeitarbeitsplätze, die in erster Linie von Frauen besetzt werden. Die Zahl der Vollzeitbeschäftigten hingegen stieg lediglich um 100.000.

1994 Am 1. Juli tritt ein neues, umstrittenes Arbeitszeitgesetz in Kraft. Es löst die seit 1958 gültige Arbeitszeitverordnung sowie 27 weitere Gesetze und Verordnungen ab, die zum Teil noch aus dem 19. Jahrhundert stammen. Unter anderem, so Bundesarbeitsminister Norbert Blüm (CDU), sieht das Gesetz „größere Spielräume der Tarif- und Betriebspartner für eine flexiblere Verteilung der Arbeitszeit vor“.

1995 Das lange angestrebte Tarifziel wird erreicht: Seit 1. April gibt es in der Druckindustrie, seit 1. Oktober in der Metallindustrie die 35-Stunden-Woche. In der IG Metall, mit 2,9 Millionen Mitgliedern größte Arbeitnehmerorganisation der Welt, wird der künftige Weg diskutiert. Traditionalisten möchten die Gewerkschafter einschwören auf ein neues großes Ziel: die 30-Stunden-Woche. Die Marschrichtung der Reformer: Die 35-Stunden-Woche soll zunächst attraktiv umgesetzt, größere Zeitsouveränität für die Beschäftigten erreicht werden. Ende 1995 hat die Zahl der Arbeitslosen 3,5 Millionen überschritten. **pw**

PROFESSIONELL TAGEN & BUDGET SCHONEN!

Mit dem TagungsSPARplaner der Team Hotels ist das möglich. 7 attraktive Tagungshotels der gehobenen Mittelklasse offerieren an 7 verkehrsgünstigen Standorten budgetfreundliche Pauschalen.

Ein Beispiel:

Die Team Hotel Standard-Tagungspauschale beinhaltet: Konferenzraum, Standard-Tagungstechnik, Übernachtung in komfortablen Einzelzimmern, 2 Kaffeepausen, reichhaltiges Frühstücksbuffet, Mittag- und Abendessen,

ab 10 Personen, pro Person und Tag



ab DM 159

Entlasten Sie Ihr Veranstaltungsbudget 1996! Fordern Sie den TagungsSPARplaner an.

Ganz einfach

per Telefon: 02131/22 22 82

per Telefax: 02131/27 73 24

oder per Coupon



Klasse, die man sich gerne gönnt

Coupon ausschneiden und einsenden an:

TEAM Hotels - Tagungsservice
Kaiser-Friedrich-Straße 2 · 41460 Neuss

Bitte senden Sie den TagungsSPARplaner an folgende Anschrift:

Firma

z. Hd. Herrn/Frau

Postf./-Straße

PLZ/Ort

ent. 2/96

triewirtschaftliche Komponenten (zum Beispiel Kundenfrequenz) wie auch persönliche Interessen. Anfänglich durchaus vorhandene Bedenken, die Entscheidungsfreiheit der Mitarbeiter könnte mit Betriebsinteressen kollidieren, haben sich bei Beck als genauso unbegründet erwiesen wie in allen anderen Unternehmen, die im Laufe der letzten Jahre ähnliche Modelle entwickelt haben.

Stechuhr nicht nötig

Bei dem 1993 gegründeten Mobilfunkanbieter E-Plus beispielsweise praktizieren mittlerweile fast 2000 Beschäftigte eine freie Zeiteinteilung – und das sogar ohne Stechuhr. Werner Vonderau, Leiter der Hauptabteilung Personal, betont sogar, daß gerade die nicht vorhandene Kontrolle die Motivation der Mitarbeiter noch erhöhe. Es gebe zwar ein paar schwarze Schafe, die würden aber von ihren eigenen Kollegen erkannt und gemäßregelt: „Wenn Kollegen sagen, das geht so nicht“ hat das eine größere Wirkung, als wenn das Unternehmen das täte.“

Voraussetzung für das Funktionieren der Selbstorganisation ist allerdings ein mitarbeiterorientierter Führungsstil – den auch bei Beck und E-Plus so manche Abteilungslei-

tung erst einmal mühsam lernen mußte. Flexible Arbeitszeitmodelle erfordern nicht nur ein Umdenken in der mittleren Führungsebene, sondern oftmals auch tatsächlich einen größeren Organisationsaufwand.

Dies mag der Grund sein, warum nach übereinstimmender Einschätzung von Arbeitszeitexperten gerade im unteren und mittleren Management oft die größten Widerstände überwunden werden müssen. Tatsächlich aber ist der Flexibilisierungseffekt für beide Seiten um so größer, je mehr es gelingt, Entscheidungen über Dauer und Lage der Arbeitszeit auf möglichst niedrige Ebenen im Unternehmen zu delegieren.

Hierzu, so der Präsident der Deutschen Managementgesellschaft und rigoroser Verfechter flexibler Arbeitszeiten, Werner Then, sei jedoch nicht nur viel Überzeugungsarbeit, sondern oftmals in der Anfangsphase auch die Unterstützung professioneller Arbeitszeitberater notwendig. Dabei ist es durchaus sinnvoll, die Neuerungen zunächst auf einen

Projektbereich zu beschränken und so betriebs- oder abteilungsspezifische Erfahrungen zu sammeln. Den Königsweg zur flexiblen Arbeitszeit gibt es ohnehin nicht. Selbst innerhalb ein und desselben Unternehmens müssen Flexibilisierungsmodelle an den Bedürfnissen einzelner Abteilungen und deren Mitarbeitern Maß nehmen, was oftmals zu einer Koexistenz mehrerer Konzepte führt. Beim Automobilhersteller BMW beispielsweise gibt es über 200 Regelungen für flexible Arbeitszeiten.

Bislang, so Schätzungen, haben etwa fünf Prozent aller deutschen Unternehmen mehr oder weniger flexible Arbeitszeiten eingeführt. Eindeutig zu wenig. Denn glaubt man den Prophezeiungen bekannter Arbeitsmarktexperten – und dies tun sowohl die Arbeitgeber wie auch die Gewerkschaften – wird es die Frage der Arbeitszeit sein, die in Zukunft darüber entscheidet, ob sich in der Bundesrepublik Deutschland eine innovative Lohn- und Beschäftigungspolitik umsetzen lassen wird oder nicht. Zeit also, der großen Einigkeit nun auch Taten folgen zu lassen.

Sabine Hildebrandt

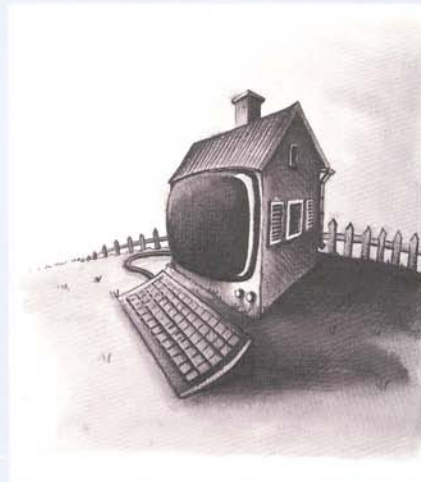
Mobil in die Zukunft!

Mit dem Modellprojekt „Mobilzeit“ will der Bund rund 100 Betriebe, die flexible Arbeitszeiten einführen, fördern.

Jahrelang war der süße Snack konkurrenzlos. „Mars macht mobil – bei Arbeit, Sport und Spiel“, klingelte der Werbeslogan in den Ohren deutscher Verbraucher. Doch nun ist es aus und vorbei mit dem Monopol der Mars-Menschen auf Zusammenführung der Begriffe „mobil“ und „Arbeit“. Und das liegt an Norbert Blüm, Claudia Nolte und Bernhard Jagoda, die flexible Arbeitszeiten in den Fabriken und Büros populär machen wollen. Ein neuer Begriff wurde geboren: „Mobilzeit“. Damit soll das alte Wort „Teilzeitarbeit“ zu Grabe getragen werden.

Mobilzeit heißt nicht Halbzeit

Das Trio aus Bonn beziehungsweise Nürnberg hat seine Medien-Lektion gelernt: Wer erfolgreich Themen unter die Leute bringen will, braucht zunächst einmal einen schicken Begriff oder eine flotte Schlagzeile. An wortreicher Begründung, warum es nun tunlichst



„Mobilzeit“ heißen sollte, fehlt es nicht. Bundesarbeitsminister Blüm erklärt in einem Leitfadens: „Bisher haben wir immer von Teilzeitarbeit gesprochen. Dieser Begriff ist aber zu eng und zudem mißverständlich. Teilzeit hat – zu Unrecht – für viele einen negativen Klang. Teilzeit gilt oft als nicht ganz vollwertige Arbeit, weil sie vom ‚Normalfall‘ der Vollzeit abweicht. Und wer will schon nur einen Teil und nicht die ganze Arbeit leisten? Zudem wird vielfach unter Teilzeitarbeit nichts anderes als eine Halbtagsbeschäftigung verstanden.“

Familie wünschen, müssen die Anforderungen von Familie und Arbeitswelt in Einklang bringen.“

In dem Bestreben, der Flexibilität endlich zum großen Durchbruch zu verhelfen, hat Nolte eine ganz besondere Klientel im Visier. Gesellschaftsfähig werde die Teilzeit erst, „wenn auch bei den Fachkräften und in den Führungsetagen flexible Arbeitsformen selbstverständlich werden“.

Dem Dritten im Bunde, Bernhard Jagoda,

Bitte lesen Sie weiter auf Seite 39

Zeichnung: Vitzthum

fällt zur „Mobilzeit“ ein: „Um diesen Begriff auszufüllen, sind der Phantasie und der Kreativität keine Grenzen gesetzt.“ Mit neuen Arbeitszeit-Modellen, so der Arbeitsamts-Präsident zuversichtlich, „können Entlassungen vermieden oder zumindest hinausgeschoben werden. Mobilzeit kann aber auch zu zusätzlichen Dauerarbeitsplätzen führen.“

Bei der Diskussion um die Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft weist der oberste Arbeitsverwalter der „Mobilzeit“ eine gewichtige Rolle zu. Die deutsche Wirtschaft leide nicht an zu hohen Löhnen, sondern an den Innovationsdefiziten der Gesellschaft, erklärte Jagoda bei einer Fachtagung der Berliner Stiftung für berufliche Bildung OTA. Was nun gebraucht werde, sei ein besseres Klima für Technik, Forschung und Entwicklung sowie für weiteres Wachstum. Deutschland könne nur als High-Tech-Land im Wettbewerb um Märkte und Arbeit bestehen. Hinzu müsse eine weitere Flexibilisierung bei den Arbeitszeiten und eine ständige Qualifizierung der Beschäftigten kommen. Höhere Qualifikation werde ein noch größerer Beschäftigungsfaktor.

Suche nach Mitstreitern

Die beiden Bundesministerien und die Fachbehörde rühren kräftig die Werbetrommel. Anzeigen werden geschaltet, Broschüren und Info-Mappen, die Arbeitgeber über betriebswirtschaftliche, organisatorische oder auch steuerrechtliche Aspekte von flexiblen Arbeitszeiten aufklären, kostenlos abgegeben. Auch ein „Mobilzeit“-Telefon für Willbegierige ist eingerichtet worden. Und selbst auf den Briefumschlägen, die das Bonner Arbeitsministerium verlassen, prangt nun ein Stempel mit der Aufschrift „Mobilzeit“.

Drei Beraterfirmen aus Hamburg, Stuttgart und Pullach bei München (siehe Adreßverzeichnis) sind gehalten, die im Mai 1995 begonnene „Mobilzeit“-Aktion mit Leben zu füllen. „Interessierte Unternehmen können sich für die geforderte Umsetzungsberatung bei uns bewerben“, erläutert Angela Fauth-Herkner, Inhaberin der am Projekt beteiligten Arbeitszeitberatung „Neue Wege für die Arbeitswelt“, die Mitte September 1995 auch als Organisatorin eines „Mobilzeit“-Symposiums in München in Erscheinung trat. Das Nolte-Ministerium übernimmt einen großen Teil der anfallenden Beratungskosten, abgestuft nach Unternehmensgrößen. An dem Vorhaben können sich Klein-, Mittel- und Großbetriebe aus allen Branchen beteiligen.

Es bleibt bis Frühjahr 1997 abzuwarten, ob sich das Modellprojekt „Mobilzeit“ als Erfolg erweisen wird. Es scheint, als ob die Initiatoren mit der Resonanz noch nicht 100prozentig zufrieden seien – jedenfalls verknüpfte Arbeitsamt-Präsident Jagoda im Dezember vergangenen Jahres die Verkündung der Ar-

Innovative Unternehmen gesucht

Ein Interview mit Angela Fauth-Herkner, Inhaberin der Münchner Beratungsfirma „Neue Wege für die Arbeitswelt“, über das Modellvorhaben „Mobilzeit“

m & s: Sind Sie mit dem Wort „Mobilzeit“ glücklich?

FAUTH-HERKNER: Eine Zielsetzung der „Mobilzeit“-Kampagne ist, daß der negativ belegte Begriff „Teilzeitarbeit“ neu dargestellt wird, und eine zweite, daß das ganze Spektrum von flexiblen Arbeitszeiten aufgezeigt wird – angefangen von flexibler Jahresarbeitszeit, flexibler Teilzeitschicht, gleitender Arbeitszeit und Sabbatical bis hin zu Job sharing und zeitautonomer Arbeitsgruppe. Mir ist es eigentlich egal, welcher Begriff verwendet wird. Wichtig ist, daß flexible Arbeitszeiten konkret umgesetzt werden. Und wenn es am Ende der „Mobilzeit“-Kampagne wieder „Teilzeit“ heißen sollte – aber in der Form, daß das Wort positiv belegt ist – dann haben wir dieses Ziel erreicht.

m & s: Wie ist die bisherige Resonanz auf die Kampagne?

FAUTH-HERKNER: Bei uns sehr gut. Als wir im vergangenen September ein großes Symposium in München veranstalteten, hatten wir 170 Teilnehmer. Bislang gibt es schon mehr als 300 Anfragen, und im ersten Quartal 1996 planen wir bereits konkrete Beratungen. Das Modellvorhaben, bei dem ein großer Teil der Beratungskosten übernommen wird, sieht eine unbürokratische Abwicklung vor: Die Bewerbung erfolgt direkt bei uns und nicht beim Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

m & s: Wie wichtig ist Ihnen die Mitarbeit der Unternehmen?

FAUTH-HERKNER: Elementare Voraussetzung für eine optimale Umsetzung im Unternehmen ist die Zusammenarbeit des Unternehmers mit seinen Führungskräften, Mitarbeitern und Betriebsrat. Sie müssen von Anfang an einbezogen werden. Wir machen zum Beispiel eine Grunddaten-Analyse. Wenn das Unternehmen sagt: Wir haben intern keinerlei

Kapazitäten, dann übernehmen wir das. Falls auf der anderen Seite die Unternehmer die Beratungskosten senken wollen, leisten sie entsprechend einen großen Teil selbst. Eigenleistung ist uns wichtig, denn sie bedeutet auch, daß die Unternehmen sich intensiv mit der neuen Arbeitszeit oder dem Arbeitszeit-Management auseinandersetzen.

m & s: Wie sieht die finanzielle Förderung der Unternehmen durch den Bund aus?

FAUTH-HERKNER: Bei unserer Firma wird in Stufe 1 die gesamte Vorleistung übernommen: Kontakt- und Infosprech, hausinterner Workshop und Grunddaten-Analyse. In Stufe 2 wird nach Betriebsgröße gestaffelt: Kleine Betriebe bekommen drei Beratungstage, mittlere und große Betriebe fünf. Bei diesen Tagen ist ein gewisser Eigenanteil zu leisten bei einer Bandbreite von 10 bis 50 Prozent. Kleinbetriebe beispielsweise müssen noch zehn Prozent der Kosten bezahlen.

m & s: Welchen Erfolg sagen Sie der „Mobilzeit“-Kampagne voraus?

FAUTH-HERKNER: Das konkrete Ziel, „Mobilzeit“ in hundert Firmen einzuführen, wird unseres Erachtens erreicht. Und durch eine gute Resonanz bei Veranstaltungen im Rahmen des „Mobilzeit“-Modellvorhabens erhoffen wir mittels Multiplikatoren, sozusagen nach einem Schneeballsystem, weitere Betriebe zu gewinnen.

m & s: Welche Aktivitäten planen Sie für die nächsten Monate?

FAUTH-HERKNER: Wahrscheinlich werden wir im zweiten Quartal ein Symposium oder mehrere Workshops durchführen – möglicherweise sogar branchenspezifisch, zum Beispiel für Dienstleister oder Produktionsbetriebe. Darüber hinaus wird es auch themenspezifische Veranstaltungen geben, etwa zur flexiblen Jahresarbeitszeit, teamorientierten Arbeitsgestaltung, Leistungsentlohnung und zum Für und Wider der Zeiterfassung.

(Mit Angela Fauth-Herkner sprach Peter Werda)

beitslosenzahlen mit der Aufforderung, die Unternehmer sollten mehr Mut zeigen, neue Wege zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit zu beschreiten. Gerade der Nürnberger Bundesanstalt für Arbeit muß nachhaltig daran gelegen sein, daß die Zahl der Flexiblen im

Lande steigt. 50 Milliarden Mark, rechnet Pressesprecher Eberhard Mann beim „Mobilzeit“-Symposium vor, könnte die Bundesanstalt einsparen, wenn zwei Millionen Menschen mehr beschäftigt wären.

Peter Werda

Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft

In seinem eigenen Betrieb beweist Didymus Hasenkopf seit über zehn Jahren, daß flexible Arbeitszeiten nur Vorteile haben. Mit Hilfe eines vom Bayerischen Sozialministerium unterstützten Pilotprojektes will der Unternehmer andere Mittelständler von seinem Modell überzeugen.

Sein Firmenlogo zielt ein Hasenkopf mit langen Ohren. Und die Ohren langziehen, so scheint es, würde Didymus Hasenkopf gerne auch manchem Arbeitsmarkphilosophen – ganz gleich, ob es sich um Unternehmer, Gewerkschafter oder Politiker handelt. Die meisten sind ihm einfach zu unflexibel, und das nicht nur in punkto Arbeitszeit, sondern in ihren Einstellungen überhaupt. „Was die in Bonn sich da wieder mit dem Karenztag im Krankheitsfall ausgedacht haben – das ist doch wirklich ein Schmarren“, erzürnt sich der bayerische Unternehmer: „Druck erzeugt Gegen- druck. Und wenn ich als Arbeitnehmer den ersten Krankheitstag nicht bezahlt kriege, dann hänge ich eben noch ein paar Tage dran.“

Offenheit und Flexibilität

Hasenkopf, der in seinem Stammbetrieb in Mehring-Od nahe der österreichischen Grenze und einer Filiale in Paderborn rund 80 Mitarbeiter beschäftigt und schwerpunktmäßig kleine und mittelständische Handwerksbetriebe mit Schubladen beliefert, hat da ganz andere Vorstellungen, wie sich die Lage auf dem Arbeitsmarkt entspannen und die Kosten für die Arbeitgeber reduzieren ließen. Sein Erfolgsrezept: erhöhte Motivation und damit verbunden erhöhte Produktivität der Arbeitnehmer. Die, so der Unternehmer, erreiche man am besten durch einen offeneren, sprich flexibleren Umgang miteinander. Oder, um es genauer auszudrücken: durch eine flächendeckende Einführung seines Arbeitszeitmodells.

Seit fast 15 Jahren entscheiden Hasenkopfs Mitarbeiter nicht nur selbst, wie viele Stunden pro Woche, sondern auch, wann sie arbeiten wollen. Und das mit Erfolg – auch für ihren Arbeitgeber. Hasenkopfs ehemalige Schreinerwerkstatt hat kräftig expandiert. Seine Belegschaft verdreifachte sich.

Modell-Projekt

Jetzt will der 62jährige, der das Tagesgeschäft schon länger seinem Sohn anvertraut

hat, auch andere Mittelständler von seinem Modell überzeugen, das 1987 von der Jury des Deutschen Handwerkerpreises als „besonders qualifiziert“ eingestuft wurde. Seine Behauptung: „Flexible Arbeitszeiten lassen sich – mit geringfügigen Abwandlungen und individuellen Anpassungen – in jedem Be-



Rezepte für die Praxis und nicht für die Schublade präsentiert Didymus Hasenkopf

trieb umsetzen.“ Eine Aussage, mit der er jahrelang auf taube Ohren stieß, inzwischen jedoch angesichts „des zunehmenden Leidensdrucks der Betriebe“ (Hasenkopf) und der öffentlichen Diskussion um flexible Arbeitszeiten immer mehr interessierte Zuhörer findet.

Hasenkopf gründete das Beratungsunternehmen „Flexzeit“ und initiierte gemeinsam mit den Wirtschaftsjunioren Traunstein ein auf zweieinhalb Jahre angelegtes Pilotprojekt, das vom Bayerischen Sozialministerium be-

zuschußt wird. Teilnehmen können mittelständische Betriebe aus Bayern, denen auf der Grundlage des Hasenkopf-Modells ein individuelles Konzept erarbeitet wird. Die Ergebnisse des Versuches werden in einer Studie dokumentiert.

Die Grundidee ist denkbar einfach: Anstelle der üblichen Wochenarbeitszeit vereinbaren Arbeitgeber und -nehmer eine Jahresarbeitszeit. Für eine Vollzeitkraft wären dies 52 Wochen mal der tariflichen Arbeitszeit von 38,5 Stunden, also 2002 Stunden im Jahr. Auf dieser Basis wird dann ein Lohn ausgerechnet, der in jedem Monat gleich bleibt – unabhängig davon, wie viele Stunden der Mitarbeiter tatsächlich gearbeitet hat.

Dabei versteht sich von selbst, daß neben Vollzeit- auch Teilzeitleösungen denkbar sind. Hasenkopf beschäftigt in seinem Betrieb beispielsweise auch eine Mutter zweier Kinder, die für einige Jahre nur 360 Stunden arbeitete und nun langsam wieder aufstockt.

Arbeitet jemand mehr als das vertraglich vereinbarte Pensum, erhält er für die Mehrleistung kein Geld, sondern einen Freizeitgratifikation: Für zehn geleistete Mehrstunden werden seinem Konto bei einem Bonus von 20 Prozent zwölf Stunden gutgeschrieben. Der Betroffene kann grundsätzlich so lange und so viele Stunden ansammeln, wie er möchte, und diese auch über die Jahresgrenze mitnehmen. Hasenkopf: „So gesehen haben wir hier eigentlich keine Jahres-, sondern eine Lebensarbeitszeit.“

Das Beste jedoch: Der Arbeitnehmer führt sein Arbeitszeitkonto selbst und hat auch Priorität bei der Entscheidung, wann die vereinbarten Stunden geleistet werden. Nicht Maschinenlaufzeiten dienen also als Grundlage, sondern die persönlichen Bedürfnisse der Arbeitnehmer – eine Vorgabe, die bei manchem Unternehmer zu Schweißausbrüchen führen dürfte.

Verantwortungsgefühl

Dennoch kann sich Selfmademan Hasenkopf, der seine Arbeit 1964 mit nur einem Mitarbeiter in einer leerstehenden Schule begann, nicht erinnern, daß ihm jemals zu wenig Mitarbeiter zur Verfügung gestanden hätten. Und über den typischen Unternehmer-Einwand, wenn es den Leuten freigestellt sei, wann sie arbeiten, dann käme keiner mehr, kann er nur lachen: „Die Leute entwickeln Verantwortung – wenn sie gebraucht werden, sind sie da.“ Und das, obwohl die Bedingungen, unter denen in Mehring-Od produziert wird, nicht eben einfach sind: Der Betrieb führt Bestellungen „just in time“ aus, das heißt, er produziert nicht auf Halde, sondern liefert die geordneten Stückzahlen innerhalb von 24 Stunden. Das

Foto: Hildebrandt

Die Vorteile des Hasenkopf-Modells auf einen Blick:

Für Unternehmen:

- höhere Motivation der Mitarbeiter
- größerer Zeitspielraum zur Personaldisposition und dadurch flexiblere, sprich kürzere Lieferzeiten
- weniger Krankheitstage
- besseres Betriebsklima

Für Arbeitnehmer:

- Recht auf Zeiteigentum
- Freiraum für Freizeit und Familie
- Senkung der Steuerbelastung durch gleichmäßiges Einkommen

Für die Volkswirtschaft:

- Schaffung von mehr und sicheren Arbeitsplätzen ohne staatliche Eingriffe und Subventionen
- Reduzierung der Schwarzarbeit
- Abbau von Kosten im Gesundheitswesen
- höhere Einnahmen des Staates
- Sicherung des sozialen Friedens

führt natürlich zu erheblichen Produktionsschwankungen.

Sowohl auf seinen eigenen Betrieb bezogen als auch gesamtwirtschaftlich betrachtet, wartet der Arbeitszeit-Pionier mit Zahlen auf, die sich sehen lassen können: Vor Einführung der flexiblen Arbeitszeit, erinnert sich Hasenkopf, hätte die unterschiedliche Auslastung der Maschinen zu erheblichen Mehrkosten geführt. In Spitzenzeiten mußten teure Überstunden bezahlt werden, bei schmalen Auftragslagen quälten sich die Arbeitnehmer mit sinnlosem Maschineputzen über die Stunden. Im Vergleich zu früher, so der Unternehmer, habe er eine Kostenersparnis pro Beschäftigten und Jahr von 2000 bis 3000 Mark.

Noch günstiger fällt eine andere Rechnung aus: Die Belastung des Unternehmens durch Fehlzeiten der Arbeitnehmer sinkt. In Hasenkopfs Betrieb hat sich der Krankenstand seit Einführung des Zeitkontos halbiert. Durchschnittlich, bemüht der Unternehmer die Arbeitsmarktstatistik, sind Handwerker sieben bis acht Prozent ihrer Arbeitszeit krank, Industriearbeiter haben sogar acht bis neun und Beamte gar zwölf Prozent Fehlzeit. In Mehring-Od dagegen liegt die Quote seit Jahren konstant bei 3,5 Prozent. Didymus Hasenkopf weiß auch warum: Wenn der lokale Fußballheld bei der sonntäglichen Siegesfeier mal einen über den Durst getrunken hat, ruft er am Montagmorgen an und läßt die Fehlzeit vom Konto abbuchen. Hasenkopf: „In einem

anderen Betrieb würde er sich vermutlich krankschreiben lassen.“ Auch so lassen sich Kosten sparen – ganz ohne Druck.

Auch gesamtwirtschaftlich, so rechnet der überzeugte Flexibilisierer vor, lohne sich sein Modell. Nach Berechnungen der Betriebskrankenkassen kostet ein Ausfalltag den Betrieb etwa 800 Mark. Wäre nun jeder Arbeitnehmer nur noch acht statt durchschnittlich 16 Tage pro Jahr krank, ergäben sich bei einem 50-Mann-Betrieb eine Einsparung von 50 Mitarbeitern x acht Tage x 800 Mark, also 320 000 Mark pro Jahr. Übertragen auf die 24 Millionen Beschäftigten in Deutschland ergibt dies die gigantische Summe von 153 Milliarden Mark pro Jahr.

Neue Arbeitsplätze

Das Hasenkopf-Modell, so der Initiator und Verfechter, spart nicht nur Kosten für die Unternehmer, sondern kann auch zusätzlich Arbeitsplätze schaffen – und das nicht zu knapp: bei optimistischer Rechnung ganze zwei Millionen; Hasenkopf hält 1,5 Millionen für realistisch. Seine Voraussage: Das Statistische Bundesamt registriert pro Jahr rund 1,7 Milliarden offizielle Überstunden. Die Dunkelziffer, so vermuten Experten, ist jedoch mehr als doppelt so hoch.

Hasenkopf beruft sich auf die eigene Erfahrung, wenn er sagt: „Gerade im Handwerk und im Mittelstand wird in diesem Bereich viel Schindluder getrieben. Um Steuern zu sparen, verlangen die Mitarbeiter Schwarzgeld und erhalten dies auch. Genau genommen wird der Staat – und mit ihm die Allgemeinheit – somit zweimal betrogen: Auf der einen Seite entgehen ihm Steuereinnahmen, auf der anderen Seite hat er Ausgaben für Arbeitslose“. Hasenkopf schätzt, daß in Deutschland tatsächlich vier Milliarden Überstunden pro Jahr geschoben werden. Und wenn man diese vier Milliarden durch die 2000 Stunden teilt, die ein deutscher Arbeitnehmer pro Jahr arbeitet, dann ergeben sich eben zwei Millionen neue Arbeitsplätze.

Bei solchen Zahlen erscheint es nicht verwunderlich, daß man in Bayern nicht daran interessiert war, das Modellprojekt auf Bundesebene auszuweisen. Als die Arbeitszeit-Pioniere beim ersten Gespräch mit dem Abgeordneten des Wahlkreises Traunstein und Vorsitzenden der CSU-Fraktion im Bayerischen Landtag, Alois Glück, auf Interessen des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung verwiesen, winkte der ab. „Nix da“, raunte der Lokalpolitiker, der auf eigene Lorbeeren hofft, „das Ding bleibt in Bayern“.

Sabine Hildebrandt

Kontaktadresse: Flexzeit, Dipl.-Ing. D. Hasenkopf GdR, Stöcklstraße 2, D-84561 Mehring/Burghausen, Tel. (0 86 77) 98 47 12, Fax (0 86 77) 98 47 99

Birmelin Personalberatung

Unsere Sache ist die Kommunikation

Personalsuche

- Anzeigengestützt
- Direktansprache

Assessment-Center

- Einzel- und Gruppen ACs für alle Hierarchiestufen
- Assessment-Center-Pool

Was interessiert Sie?

Birmelin & Partner GmbH
Management-Beratung und Training
Haus Oberhofen
Kimratshofen, D-87452 Altusried
Telefon (0 83 73) 98 06-0
Telefax (0 83 73) 89 17

Metaplan-Moderationsmethode

Metaplan-Trainings

Zum Erlernen der Metaplan-Moderationsmethode, um selbst Gruppengespräche zu moderieren.

Metaplan-Trainings

A Visualisierung

- 05. - 06. März '96 München
- 11. - 12. Juni '96 Dortmund
- 10. - 11. Sept. '96 Quickborn

Metaplan-Trainings

B Moderation

- 27. - 28. Feb. '96 Darmstadt
- 19. - 20. März '96 München
- 16. - 17. April '96 Göttingen
- 07. - 08. Mai '96 München
- 04. - 05. Juni '96 Karlsruhe
- 18. - 19. Juni '96 Bad Honnef
- 02. - 03. Juli '96 Nürnberg
- 20. - 21. Aug. '96 Bad Honnef
- 03. - 04. Sept. '96 Quickborn
- 17. - 18. Sept. '96 Karlsruhe
- 08. - 09. Okt. '96 Quickborn

Metaplan-Trainings

C Moderationsplanung

- 12. - 13. März '96 Dortmund
- 21. - 22. Mai '96 München
- 10. - 11. Sept. '96 Dortmund

Metaplan
Goethestraße 16
D - 25 451 Quickborn
Tel. 041 06 - 617 0
Fax 041 06 - 617 100



Unterstützer für Unternehmen

Durch die aktuelle Diskussion um flexible Arbeitszeiten richtet sich das Augenmerk verstärkt auf die Beratungsfirmen, die bei der Umsetzung behilflich sind.

An den 1. Oktober 1993 kann sich Dr. Andreas Hoff noch gut erinnern. Zu jenem Zeitpunkt war er auf einer Tagung in Loccum und präsentierte sich dort mit den launigen Worten: „Hier sehen Sie den ersten Arbeitszeitberater Deutschlands.“ Mittlerweile ist diese Berufsbezeichnung in den Sprachgebrauch eingegangen. Vergleichsweise noch jung ist das Wort, doch schon alt ist das Interesse, das Hoff für die Arbeitswissenschaften mitbringt. Schon in seiner Doktorarbeit beschäftigte er sich mit der Arbeitszeit; der Titel: „Betriebliche Arbeitszeitpolitik zwischen Arbeitszeitverkürzung und Arbeitszeitflexibilisierung“. Hoff's berufliche Laufbahn mündete 1983 in die Gründung einer eigenen Firma – gemeinsam mit dem Arbeitszeitforscher Willi Häller, der drei Jahre später wieder ausschied.

Die heutige Firma „Dr. Hoff, Weidinger & Partner“, Berlin, besteht aus einem Team von

sieben Personen, die sich fünf Arbeitsplätze teilen. Auf etwa 300 Beratungen schätzt Hoff das bisher geleistete Pensum; außerdem haben „ein paar tausend Teilnehmer“ bei Seminaren vom Fachwissen seiner Mitarbeiter profitiert. Bei den Beratungsprojekten geht es um die Gestaltung flexibler Systeme, also um die Regeln, nach denen sich die Arbeitszeiten bewegen können. „Bei der Entwicklung dieser Regeln legen wir allergrößten Wert darauf, daß die Mitarbeiter daran beteiligt werden. Sie sollen die Regeln ja nachher mit Leben füllen. Wenn man sie mit einem fertigen Konzept konfrontiert, hat man hinterher Schwierigkeiten, die Sache tatsächlich zum Laufen zu bringen“, erläutert Hoff.

An den Regeln beteiligen

Ein weiteres Thema der Beratung sind Schicht- und Dienstpläne. Zunächst läßt Hoff grundsätzliche Fragen beantworten: Wie lange müssen die Maschinen besetzt sein, wie viele Arbeitsplätze gibt es, welche Besetzungsstärken und welche Flexibilitätsanforderungen? Aufgrund der gewonnenen Daten erstellen die Arbeitszeitberater eine Art Grundgerüst. „Wie sich das konkret in einem Schichtplan niederschlägt, können die Mitarbeiter dann selbst entscheiden.“ Des weiteren beraten und betreuen Hoff und Partner Projektteams, die sich in einem Unternehmen zum Thema „Flexible Arbeitszeiten“ bilden,

oder auch Betriebsräte. Zunehmend werden sie außerdem als Schlichter herangezogen.

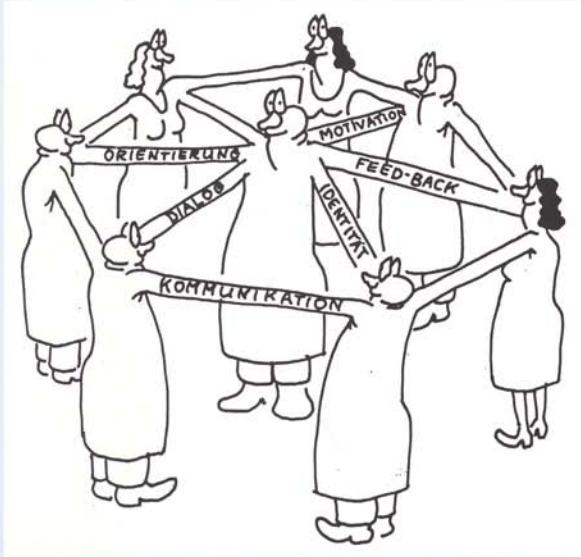
Die Projekte, die Hoff und seine Kollegen übernehmen, sind meist überschaubar zugeschnitten und dauern einige wenige Tage – ein Sektor, der „für die meisten Unternehmensberatungen bisher nicht so furchtbar interessant war“. Hoff: „Unsere Hauptklientel liegt im GmbH-Bereich, von ein paar hundert bis ein paar tausend Beschäftigte.“ Was nicht heißen soll, daß die Firma nicht schon mit den Großen der Wirtschaft gearbeitet hätte: VW, Daimler-Benz, Dasa. Honoriert wird die Arbeit auf der Basis von Tagessätzen, die sich „im oberen Mittelfeld“ bewegen.

Die Zahl der auf flexible Arbeitszeitberatung spezialisierten Firmen schätzt Hoff auf nur etwa zehn. Obwohl angesichts der Aktualität des Themas immer mehr Berater auf den Markt vorstoßen, sind – anders als etwa bei den Bewerbungs- und Karriereberatern – schwarze Schafe bislang offenbar nicht in Erscheinung getreten. Aber auch hier gilt der grundsätzliche Rat: Kunden sollten sich dadurch absichern, indem sie sich Referenzen zeigen lassen.

Angela Fauth-Herkner aus Pullach hätte in einem solchen Fall überhaupt keine Probleme, hat sie doch eine Referenz vorzuweisen, die als gleichsam unschlagbar gelten darf. Fauth-Herkner hat die Pionierzeit der flexiblen Arbeitszeitgestaltung in der Bundesrepublik miterlebt: Zwölf Jahre lang war sie beim Münchner Textilhaus Ludwig Beck am Rathauseck beschäftigt, das 1978 als erstes Unternehmen seinen Mitarbeitern ein flexibles Arbeitszeitsystem ermöglichte. Fauth-Herkner war zunächst Assistentin der Personalleitung und Leiterin des Meilenstein-Projektes „Individuelle Arbeitszeit“ (IAZ), später Personalleiterin für rund tausend Mitarbeiter.

1989 machte Fauth-Herkner sich selbständig. Im Münchner Süden eröffnete sie die Unternehmensberatung „Neue Wege für die Arbeitswelt“, deren Schwerpunkt Arbeitszeit-Management ist. Ihre Auftraggeber kommen aus den Branchen Dienstleistung, Handel, Handwerk, Verwaltung, öffentlicher Dienst und Produktion. Die Größe der Betriebe, die Fauth-Herkner berät, reicht von Firmen mit drei bis 2000 Mitarbeitern und einer bis 400 Filialen. Das Unternehmen arbeitet mit zahlreichen Fachleuten aus den Bereichen Betriebs- und Sozialwirtschaft, Organisation, Pädagogik, Arbeitsrecht und EDV zusammen. Ambitioniertestes Projekt im Bereich der Arbeitszeitberatung ist für Fauth-Herkner momentan die Mitarbeit an der „Mobilzeit“-Aktion der Bundesregierung.

Zu den Arbeitsfeldern, mit denen sich „Neue Wege für die Arbeitswelt“ befaßt, gehört auch die Mitarbeit an einem europäischen Vorhaben. Seit 1994 gibt es ein von der EU-Kommission gegründetes Netzwerk „Familie und Arbeitswelt“, das mittlerweile zum



größten der bestehenden zehn Netzwerke avanciert ist. Vierzehn Expertinnen aus zwölf Nationen erarbeiten Methoden, wie sich die scharfe Trennung zwischen Beruf und Familie leben läßt. Angela Fauth-Herkner ist nationale Koordinatorin des Projektes.

Hilfe bei der Implementierung

Zu denjenigen, die auf dem immer stärker umkämpften Berater-Markt erst noch reüssieren wollen, zählen Heribert Miethaner, Peter Täuber und Kleo Eisenlohr. Die drei lernten sich im Jahr 1994 bei einer Fortbildung kennen. Danach schlossen sie sich zu einem losen Verbund namens „Zeitsprung“ zusammen und erarbeiteten, so Miethaner, „zwei auch getrennt voneinander einsetzbare Bausteine“: einen Workshop und ein Handbuch. Auf diese Weise will das Trio „Projektgruppen, Personalabteilungen, Betriebsräten oder Einzelpersonen, die im Unternehmen mit der Einführung neuer Arbeitszeitmodelle betraut sind, Hilfestellung zur erfolgreichen Implementierung“ geben.

Peter Werda



HOFF: Bei uns arbeitet jeder soviel, wie er will. Das heißt: Wir haben einen völlig freien Zugang zur Teilzeitarbeit. Ausgangspunkt und Standardarbeitszeit, wenn man vollzeitbeschäftigt ist, sind 40 Stunden – fünf Tage à acht Stunden. Die Verteilung der Arbeitszeit ist jedem selbst überlassen, wobei selbstverständlich der Kunde an erster Stelle steht.

m & s: Können Sie weitere gelungene Beispiele flexibler Arbeitszeiten in deutschen Unternehmen nennen?

HOFF: Zwei Beispiele möchte ich hervorheben: einmal die Firma SAP, die eigentlich gar keine Arbeitszeitregelung hat, sondern – im großbetrieblichen Maßstab bei mittlerweile einigen tausend Beschäftigten – ein Modell fährt, das demjenigen in unserem kleinen Betrieb ähnelt, insbesondere was die Verteilung der Arbeitszeiten angeht. Besonders aufgefallen ist mir in den letzten Monaten zweitens das Modell „Vertrauensgleitzeit“ der Siemens AG, das gegenwärtig in einigen Pilotberei-

**Wachsendes
Interesse**

Ein Interview mit Dr. Andreas Hoff, Mitinhaber der Berliner Arbeitszeitberatung Dr. Hoff, Weidinger und Partner, über flexible Arbeitszeiten .

m & s: Herr Dr. Hoff, wie sieht es eigentlich in einer der bekanntesten Arbeitszeitberatung mit den eigenen Arbeitszeiten aus?

Arbeitszeitberater in der Bundesrepublik

Dr. Hoff, Weidinger und Partner, Lückhoffstraße 22, 14129 Berlin, Tel. (0 30) 8 03 20 41, Fax (0 30) 8 03 91 33

Neue Wege für die Arbeitswelt Angela Fauth-Herkner, Wettersteinstraße 16, 82049 Pullach bei München, Tel. (0 89) 74 99 61 08, Fax (0 89) 74 99 61 09

F.G.H. Forschungsgruppe Hamburg Prof. Dr. M. Domsch, Gilcherweg 60, 22393 Hamburg, Tel. (0 40) 65 41 22 32, Fax (0 40) 65 41 28 91

Institut für Strategische Personalführung und Arbeitszeitgestaltung Prof. Dr. K.-F. Ackermann, Solitude 20, 70197 Stutt-

gart, Tel. (07 11) 1 21 31 49, Fax (07 11) 69 45 58

Zeitsprung Heribert Miethaner, Ehlersstraße 24, 91301 Forchheim, Telefon (091 91) 6 88 61, Fax (091 91) 70 48 99, Kleo Eisenlohr, Haldenweg 19, 72138 Kirchentellinsfurt, Tel./Fax (0 71 21) 60 01 31, Peter Täuber, Wiener Straße 5, 48145 Münster, Tel./Fax (02 51) 24 62 11

Beratungsstellen unterhält auch das Rationalisierungskuratorium der Deutschen Wirtschaft (RKW), Zentrale, Düsseldorf Straße 40, 65760 Eschborn, Telefon (0 61 96) 49 51, Fax -49 53 03.



empfohlen durch:



Der Spezialist

Nitor

Nitor GmbH
Adlerstraße 44-46 · 25454 Rellingen
Tel. 0 41 01-3 60 21 · Fax 0 41 01-3 66 30

„Wandel von Strukturen“

Metaplan®-Seminare



Die Metaplan-Seminare „Wandel von Strukturen“ wenden sich an Unternehmensplaner und -berater, Organisationsentwickler und Projektleiter. Struktureller Wandel wird oft verzögert oder blockiert. Hier helfen die **Metaplan-Strukturanalyse** und die **Metaplan-Moderationsmethode**. Die Teilnehmer erfahren, wie man als **Berater und Moderator zugleich** Gruppengespräche dramaturgisch vordrückt, die Wandel in Gang bringen. Sie werden in die **Drei-Schritt-Vorgehensweise** (Kontraktgespräch, Sondierungsgespräche, Workshops) eingeführt.

Metaplan-Seminare

„Wandel von Strukturen“

- 27. - 29. Feb. '96 Quickborn
- 07. - 09. Mai '96 Quickborn
- 11. - 13. Juni '96 Quickborn
- 10. - 12. Sept. '96 Quickborn
- 05. - 07. Nov. '96 Quickborn
- 03. - 05. Dez. '96 Quickborn

Metaplan
Goethestraße 16
D - 25 451 Quickborn
Tel. 041 06 - 617 0
Fax 041 06 - 617 100



chen erprobt wird und im Grunde auf dasselbe hinausläuft: Die Mitarbeiter haben immer noch eine sogenannte „Sollarbeitszeit“, aber es gibt keine Zeiterfassung mehr in dem Sinne, daß Zeitkonten über Abweichungen von diesem Sollwert geführt würden. Dessen Ausgleich liegt vielmehr in der Selbstverantwortung der Mitarbeiter.

m & s: In dem „Spiegel“-Buch „Weniger Arbeit“ aus dem Jahr 1984 werden Sie mit den Worten zitiert: „Die Idee der flexiblen Arbeitszeitgestaltung wird mit ihrer schlechten Realität diskreditiert.“ Haben Sie heute, ein Dutzend Jahre später, eine geänderte Meinung?

HOFF: Auf jeden Fall. Was man damals unter flexibler Arbeitszeit verstanden hat – bei den wenigen Modellen, die es damals gab –, hat sich alles stark konkretisiert. Es ist auch nicht so, daß Flexibilisierung einen schlechten Ruf hätte als Arbeitsform. In den letzten Jahren hat sich gezeigt, daß damit gerade auf betrieblicher Ebene erhebliche Konsenspotentiale zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern erschlossen werden können.

m & s: Welche These halten Sie für wahrscheinlicher: „Mit flexiblen Arbeitszeiten werden Entlassungen vermieden oder zumindest hinausgeschoben“ oder „Flexible Arbeitszeiten führen zu zusätzlichen Dauerarbeitsplätzen“?

HOFF: Beide Einschätzungen können richtig sein. Das hängt jeweils von der betrieblichen Situation ab. Flexible Arbeitszeiten haben zwei Effekte: zum einen die Verstärkung von Stammbelegschaft – was auch bedeuten kann, daß Überstunden und Aushilfen-Beschäftigung (einschließlich Leih-Arbeitnehmer) in zusätzliches Personal umgewandelt werden können. Auf der anderen Seite bieten flexible Arbeitszeiten natürlich auch immer Rationalisierungschancen – insbesondere dadurch, daß Zeiten der Unterauslastung nicht mehr versteckt, sondern offen ausgewiesen werden. Hat nun der Betrieb in der Vergangenheit Unterauslastungszeiten akzeptiert, dann wird der Rationalisierungseffekt im Vordergrund stehen. Hat er schon effizient organisiert, kann durchaus ein Beschäftigungseffekt entstehen.

m & s: Wagen Sie eine Prognose, wie es im Jahre 2001, zu Beginn des nächsten Jahrtausends, um Ihre Branche und flexible Arbeitszeiten bestellt sein wird?

HOFF: Wir stehen vor einer Ausdehnungs-Explosion. Das zeigt sich auch daran, daß sich der Beratungsmarkt gegenwärtig sehr stark ausweitet. Insofern ist wohl die Einschätzung gerechtfertigt, daß auch der Anteil an Firmen, die Flexibilität vernünftig organisieren, in den nächsten Jahren von heute etwa 15 bis 20 Prozent auf das Doppelte anwachsen wird.

(Mit Andreas Hoff sprach Peter Werda)

Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen

Um flexible Arbeitszeiten gesellschaftlich akzeptabel zu machen, müssen Führungskräfte von diesem Angebot Gebrauch machen. Hürden und Hemmschwellen sind hier besonders hoch. Dabei tut die Umstellung nicht nur den Managern, sondern auch den Mitarbeitern gut.

Wenn Christel Kaufmann-Hocker arbeitet, hat sie einen dichtgedrängten Terminkalender. Doch die Direktorin Ressourcen und Controlling bei der Deutschen Bank, Duisburg, der rund 40 Mitarbeiter unterstellt sind, sitzt nur von Dienstag bis Donnerstag auf ihrem Platz. An den anderen Tagen wird sie von ihren Abteilungsleitern vertreten und erlebt zu Hause Streß ganz anderer Art: „Von Freitag bis Montag bin ich Mutter.“

Christel Kaufmann-Hocker ist Teilzeitführungskraft – etwas, was es nach Auffassung vieler Manager-Kollegen eigentlich gar nicht geben dürfte. Denn die mißverstehen bis heute ständige Präsenz und Wochenarbeitsstunden von 70 und mehr als Pflichtbewußtsein – und können sich erst recht nicht vorstellen, daß sich Personalverantwortung mit kürzeren Arbeitszeiten verträgt.

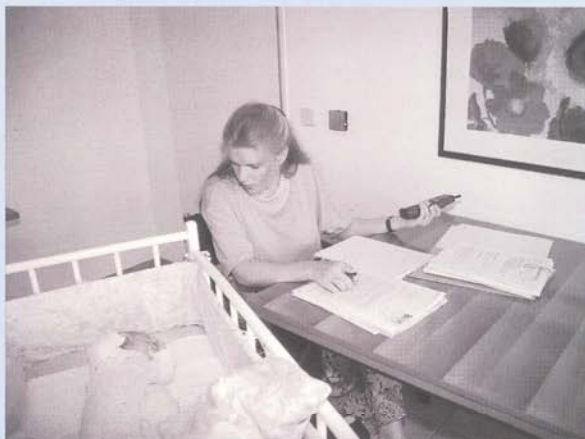
Exoten

Manager, die weniger als „Vollzeit“ arbeiten, gelten in Deutschland bestenfalls als Exoten, wie Thomas Wollnik es ausdrückt, der bei der

Bayer AG, Leverkusen, innerhalb des Ressorts Personalpolitik für Zeitarbeitskraft zuständig ist, oder – schlimmer noch – als unloyal oder gar unfähig. Nach einer Erhebung des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW), Köln, haben heute lediglich 3,2 Prozent der Abteilungsleiter und 4,7 Prozent aller Direktoren, Amts- und Betriebsleiter in Deutschland ihre Arbeitszeit reduziert.

Bernhard Tauscher, Personalleiter für den Bereich öffentliche Kommunikation bei Siemens und damit zuständig für rund 11 000 Mitarbeiter, spricht für viele seiner Kollegen, wenn er behauptet, Teilzeitarbeit für Führungskräfte – vor allem im dispositiven Bereich, sei nur in Ausnahmefällen möglich: „Je höher eine Kraft angesiedelt ist, um so mehr Anwesenheit ist erforderlich.“

Daß dies jedoch offenbar eine Fehleinschätzung ist, beweist nicht nur Christel Kaufmann-Hocker. Auch Heidrun Burgdorf, Leiterin der Marktforschung der Avon Cosmetics GmbH in Neufahrn bei München, führt seit gut einem Jahr vor, daß quantitativ verkürzte Führungsarbeit keineswegs qualita-



Für Heidrun Burgdorf ist ihr Kind dank Teilzeitarbeit kein Hindernis auf der Karriereleiter

Foto: Krenn

tive Nachteile mit sich bringen muß. Nach der Geburt ihres ersten Kindes und einem halben Jahr Erziehungsurlaub erledigt sie ihre Führungsaufgaben nun an nur vier Tagen der Woche – und das durchaus erfolgreich.

Noch weniger Präsenz zeigt Cornelia Hortig, Dienststellenleiterin bei Siemens in München. Nachdem ein zeitaufwendiges Hobby die junge Frau bewog, ihre wöchentliche Stundenzahl auf 20 zu reduzieren, werden die Aufgaben, die sie nun nicht mehr selbst erledigen kann, von einer – ebenfalls teilzeitarbeitenden – Mitarbeiterin übernommen. Eine Aufgabenumverteilung, so Hortig, die „nach einer gewissen Einarbeitungszeit“ heute „super“ funktioniert.

Trotz dieser positiven Beispiele: Firmen wie Bayer oder der Münchner Automobilhersteller BMW, die mit ihren laufenden Teilzeittätigkeiten ausdrücklich auch das Management ansprechen, oder das ebenfalls in der bayerischen Landeshauptstadt ansässige Kaufhaus Beck, das seit Jahren als Paradebeispiel für flexible Arbeitszeiten gilt, stoßen mit ihren Angeboten auf wenig Resonanz in der Top-Etage. Als leuchtendes Beispiel vorangehen will kaum jemand. Es werde zwar viel geredet, beschreibt Hans-Dietrich Lindner, Leiter der Bayer-Personalabteilung Leitende Mitarbeiter, die Situation, „doch an uns werden nur ganz wenige Wünsche herangetragen“. Auch Peter Gaßner, Leiter Arbeitszeitpolitik bei BMW, ist überzeugt: „Eine Massenerscheinung wird das nicht.“

Gesellschaftliche Normen

Das befürchtet auch Kaufmann-Hocker. Die Bankerin macht vor allem die noch immer geltenden gesellschaftlichen Normen für die mangelnde Resonanz verantwortlich: Frauen, die aufgrund der zumeist ihnen zufallenden Hausarbeit und Kinderbetreuung gerne auf Teilzeitangebote zurückgreifen würden, hätten einfach kaum Führungspositionen inne. Denn schafften qualifizierte Mitarbeiterinnen den Sprung in die Spitze, dann seien sie „selten verheiratet und haben noch seltener Kinder“. Männer aber, die Teilzeit arbeiten, würden einfach noch nicht genügend anerkannt. „Was wir noch brauchen“, so ihre Einschätzung, „sind Vorzeigmänner.“

Einer, auf den diese Bezeichnung zutrifft, ist Konrad Ess, Abteilungsleiter im Wertpapiergeschäft der Hypobank in München. Er beweist: Es geht doch. Als „erster Mann auf dieser Ebene“ setzte er bei seinem Arbeitgeber Mitte letzten Jahres eine Vier-Tage-Woche durch. Der Vater von fünfjährigen Zwillingen, dem insgesamt 90 Leute unterstellt sind, wollte mehr Zeit für Frau und Kinder haben. Sein Motto: „Sowohl im Beruf als auch in der Familie professionell sein.“

Die Bank war skeptisch und befristete die Teilzeitervereinbarung zunächst auf ein Jahr.

management & seminar 2/96

Inzwischen allerdings sind auch die letzten Zweifler überzeugt. Nicht nur der Vertrag von Ess wurde verlängert, es hat sich auch schon ein Nachahmer gefunden: Seit 1. November 1995 bleibt sein Kollege Herbert Hiller, Abteilungsleiter im Unternehmensbereich Firmen und Banken, ebenfalls freitags zu Hause. Hiller, der mit seiner Frau im bayerischen Wald einen Gnadenhof für Hunde und Pferde unterhält, wollte sich einfach stärker im Tierschutz engagieren. Probleme mit ihrer eingeschränkten Anwesenheit haben beide nicht. „Man muß die Arbeit halt etwas anders strukturieren“, betont Hiller, dem im Stab zehn Mitarbeiter zugeordnet sind. Und er fügt hinzu: „Ich bin überzeugt davon, daß sehr viele Führungskräfte ihre Anwesenheit problemlos verringern könnten.“

Vorbedingungen

Dennoch: Damit reduzierte Arbeitszeiten für Führungskräfte funktionieren, müssen einige Vorbedingungen erfüllt sein. Wer als Teilzeitchef oder -chefin nicht auflaufen will, braucht nicht nur verständnisvolle, sondern sogar unterstützende Vorgesetzte. Cornelia Hortig beispielsweise hebt ausdrücklich hervor, daß ihr Modell nur deswegen so reibungslos klappt, „weil gerade meine Chefin dem Vorhaben von Anfang an positiv gegenüber stand“. Auch Hiller unterstreicht, daß es letztlich das „Verständnis des Vorgesetzten und das positive Klima in der Bank zum Thema Teilzeit“ gewesen seien, die ihn zu diesem Schritt ermutigt hätten.

Ebenso wichtig wie Rückendeckung von oben sind wohlgesonnene und flexible Kollegen. Wobei allerdings keiner der befragten Führungskräfte Mißgunst oder gar kontraproduktives Verhalten bei seinen Mitarbeitern bemerkt hat. Im Gegenteil: Früher sei es ihr schwer gefallen zu delegieren, erinnert sich Rotraut Rottländer von der Bayer AG: „Das klappt jetzt prima und tut allen gut.“ Die Leiterin der im Personalwesen angesiedelten Abteilung „Beruf und Kind“ hat ihre Wochenarbeitszeit auf 31 Stunden reduziert und sieht mittlerweile nur noch Vorteile in diesem Arrangement. Zum einen für ihre 45 Mitarbeiter: „Deren Kompetenz und Selbständigkeit ist eindeutig gewachsen.“ Zum anderen für sich selbst: „Ich arbeite jetzt effizienter.“

Eine Einschätzung, die fast alle Führungskräfte teilen, die den Schritt in die Teilzeit gewagt haben und auch von Arbeitszeitexperten immer wieder herausgestellt wird. „Nicht, daß ich vorher meine Zeit verträdelte hätte“, erläutert Hortig, „aber jetzt bin ich einfach konzentrierter.“ Nicht wenige Fachleute behaupten sogar, daß Teilzeit gerade bei Führungskräften für Unternehmen zum lohnenden Geschäft wird: 70- bis 80-Prozent-Manager delegieren mehr, organisieren sich besser, arbeiten effizienter und schaffen so oftmals

3

Dinge brauchen Sie für ein erfolgreiches Seminar

- Wir bieten Ihnen:
- Perfekte Tagungstechnik
 - Nötige Ruhe
 - Möglichkeit zur Entspannung



Information und Prospektmaterial:
PARK-UND STRANDHOTEL
SCHLOSS BERG
direkt am Starnberger See, Nähe München
Ölschlag 9, 82335 Berg
Tel: 08151/5 01 01, Fax: 5 01 05

Wir

führen

Chaos ist Ordnung höherer Komplexität. Erlernen Sie, wie Sie komplexe Entwicklungsprozesse gestalten können: Professionelle Qualifizierung in Moderation, Präsentation und Führung: Institut Neuland Postfach 11 80 36121 Eichenzell Tel. (06659) 88-21

Sie ins

Chaos

ARBEITSZEIT-MODELLE EXTRA

das gleiche Pensum wie Vollzeitkräfte – und das bei deutlich geringerem Einkommen. Banker Konrad Ess beispielsweise muß für seine Familienarbeit auf ein Fünftel seines Festgehaltes verzichten. Allerdings – und das bestätigt die oben zitierten Experten: Der erfolgsabhängige Teil wurde nicht weniger.

Die meisten Betroffenen rechnen ohnehin anders. Friederike und Andreas Kirner beispielsweise verzichten gerne auf die 40000 Mark im Jahr, die sie mehr hätten, wenn sie beide Vollzeit arbeiten würden. Statt dessen teilt sich das Ehepaar seit Oktober 1991 nicht nur eine Referentenstelle im Bundesfrauenministerium, sondern auch die Betreuung der beiden Kinder. Andreas Kirner: „So sind Freuden und Pflichten einfach gerechter verteilt.“

Lebensqualität

Auch Banker Hiller betont: „Das Mehr an Lebensqualität wiegt den Einkommensverlust dicke auf.“ Hiller weiß jedoch auch, daß er bei seinem Einkommen leichter verzichten kann als ein kleiner Angestellter. „der vielleicht noch zwei Töchter studieren lassen möchte“. Auch dies ist eindeutig ein Argument für reduzierte Arbeitszeiten gerade auf höher qualifizierten Positionen.

Probleme haben die Teilzeit-Vorgesetzten – wenn überhaupt – zumeist nur am Anfang, und dann schwerpunktmäßig mit der Kommunikation. Durch ihre eingeschränkte Anwesenheit, so berichten fast alle, sei der spontane Informationsfluß spärlicher geworden. Rotraud Rottländer entsinnt sich: „Ich habe schnell gemerkt, daß wir mehr miteinander reden müssen.“ Auch Konrad Ess erinnert sich, daß es eine Weile dauerte, bis seine Mitarbeiter wirklich verinnerlicht hatten, daß er einen Tag der Woche nicht anwesend ist: „Aus alter Gewohnheit haben die mir immer wieder Termine auf Freitag gelegt.“ Beide betonen jedoch, daß sich die Unstimmigkeiten recht schnell lösen ließen.

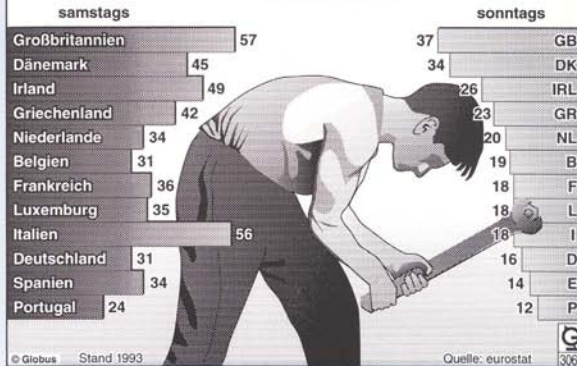
Flexibilität

Führen in Teilzeit verlangt nicht zuletzt auch von den Betroffenen selbst Flexibilität. Ein stures Beharren auf einmal vereinbarten Zeiten kommt für keinen in Frage. Wenn Not an der Frau sei, betont beispielsweise Christel Kaufmann-Hocker, sei sie jederzeit auch zu Hause zu erreichen. Und was für Kaufmann-Hocker gilt, gilt auch für alle anderen: „Bei dringenden Terminen bin ich da.“ Am Anfang, berichtet Ess, sei es ihm dann schwergefallen, die zusätzlich investierte Zeit wieder auszugleichen. Inzwischen jedoch hat er dazugelernt. Wird der Freitag ausnahmsweise zum Werktag, dann wird eben der kommende Montag zum „Frei“-Tag.

Frauke Mann

Wer arbeitet am Wochenende?

Von je 100 Arbeitnehmern arbeiten



Jobkiller Überstunden

Für die Mehrheit der Bundesbürger ist Dienst nach Vorschrift ein Fremdwort.

Flexible Arbeitszeiten, so das Ergebnis einer Studie des Instituts zur Erforschung sozialer Chancen (ISO), Köln, sind in Unternehmen und im Öffentlichen Dienst längst nichts Außergewöhnliches mehr. Nur noch knapp ein Fünftel der Beschäftigten in Deutschland arbeitet heute noch von montags bis freitags zu festgelegten Zeiten. Bedenklich: Immer mehr Arbeitnehmer leisten immer mehr Überstunden – und tragen damit beträchtlich zur hohen Arbeitslosigkeit bei.

Die 1995 herausgegebene ISO-Studie ist das jüngste Produkt einer seit 1987 laufenden Arbeitszeiterichterstattung des Instituts, die vom Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen finanziell gefördert wird.

Frank Bauer, Hermann Groß und Gabi Schilling, die Verfasser der Studie, haben 4085 Beschäftigte (2321 in den alten und 1764 in den neuen Bundesländern) zu ihren Arbeitszeiten und -wünschen befragt. Wichtigstes Ergebnis: 1995 arbeiteten nur noch 19 Prozent der Arbeitnehmer zu festgelegten Zeiten. Fünf Jahre zuvor, 1989, waren es noch 24 Prozent gewesen.

Das Ausmaß flexibler Arbeitszeiten nimmt weiter zu. Dies gilt insbesondere für die Form der Teilzeitarbeit mit einem Beschäftigtenanteil von 18 Prozent. Bei Gleitzeitarbeit sind es 26 Prozent, bei Sonntagsarbeit 15 Prozent. Zu den flexiblen Arbeitszeiten zählt auch die Überstundenarbeit. Sie hat sich ebenfalls deutlich erhöht, und zwar gleich in doppelter Hinsicht: Sowohl der Anteil der Überstunden-

beschäftigten als auch das Überstundenvolumen sind spürbar gestiegen. „1995 wurden pro Beschäftigten pro Woche 2,2 Überstunden geleistet“, halten die drei ISO-Forscher fest. „Dies ergibt bei insgesamt 31 150 000 abhängig Beschäftigten ein wöchentliches Volumen definitiver Überstunden von 68 530 000 Stunden.“ Bei einer durchschnittlichen tariflichen Wochenarbeitszeit der Vollzeitbeschäftigten von 38,8 Stunden entsprechen die mehr als 68 Millionen Überstunden rechnerisch einem Arbeitsplatz-Äquivalent von 1,7 Millionen Vollzeitarbeitsplätzen – 1,4 Millionen in den alten und 300 000 in den neuen Bundesländern.

Dr. Axel Horstmann (SPD), Nachfolger von Franz Müntefering im Amt des nordrhein-westfälischen Arbeitsministers, wies in einer Stellungnahme auf die Ergebnisse der Studie darauf hin, daß noch zwei Jahre zuvor das Überstundenvolumen in den alten Bundesländern etwa 800 000 Vollzeitarbeitsplätzen entsprochen habe, und bilanzierte: „Ein Anstieg von 800 000 auf 1,4 Millionen in zwei Jahren – das ist nicht mehr akzeptabel.“ Angesichts der anhaltenden Massenarbeitslosigkeit sei der rasante Anstieg der geleisteten Überstunden unerträglich. Es müsse endlich eine ernsthafte Diskussion über eine bessere Verteilung der Arbeit geführt werden.

Teilzeitarbeit

Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten, die an einer Teilzeitarbeit interessiert sind, liegt bundesweit bei 10 Prozent, wobei auf die Westdeutschen 11 Prozent und auf die Ostdeutschen 8 Prozent entfallen. Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten, die Vollzeit arbeiten möchten, liegt bundesweit bei 14 Prozent. 9 Prozent der Westdeutschen und 52 Prozent der Ostdeutschen würden eine Vollzeitarbeit vorziehen.

Unter den Beschäftigten, die regelmäßig Schicht- und Nachtarbeit verrichten, über-

ARBEITSZEIT-MODELLE EXTRA

wiegt die Zustimmung zu dieser Arbeitsform. In den neuen Bundesländern ist die Differenz zwischen Befürwortern (58 Prozent) und Gegnern (38 Prozent) ausgeprägter als in den alten Bundesländern (50 Prozent pro, 45 Prozent contra).

Wochenendarbeit

Bei der Samstags- beziehungsweise Sonntagsarbeit können sich fast zwei Drittel der regelmäßig Betroffenen in Ost- und Westdeutschland damit nicht anfreunden. Die Zahl der Befürworter liegt in den neuen Bundesländern mit 43 Prozent deutlich höher als in den alten Bundesländern mit 32 Prozent.

Nachdenklich stimmt das Votum der Überstundenbeschäftigten. Während in den Jahren zuvor nur ein Drittel von ihnen den Status quo beibehalten wollte, sind es im Jahr 1995 42 Prozent. Die Verfasser der Studie resümieren: „Die Bereitschaft, Überstunden zu reduzieren, ist bei den Überstundenbeschäftigten

men ab, wobei die Quoten zwischen 80 und 95 Prozent liegen. Immerhin läßt sich aus der Statistik herauslesen, daß bei denen, die nicht regelmäßig samstags arbeiten, die Bereitschaft zur Samstagsarbeit zugenommen hat. Ihr Anteil liegt bei 16 Prozent.

Sehr viel populärer ist die Gleitzeitarbeit: 85 Prozent der so tätigen Arbeitnehmer sehen diese Form der flexiblen Arbeitszeit als vorteilhaft an. Unter den Nichtgleit-Beschäftigten befürworten 38 Prozent ihre Einführung, 56 Prozent lehnen sie ab.

Bauer, Groß und Schilling haben in ihrer Studie auch die tatsächlich geleistete, die vertraglich vereinbarte und die gewünschte Wochenarbeitszeit zueinander in Beziehung gesetzt. Die Wochenarbeitszeit aller Vollzeit- und Teilzeitkräfte beträgt bundesweit im Schnitt 38,7 Stunden (38,1 Stunden in den alten, 41,3 Stunden in den neuen Bundesländern). Bei der vertraglich festgelegten Arbeitszeit sind es bundesweit durchschnittlich 35,8 Stunden pro Woche (35,1 Stunden Ost- und 38,5 in Westdeutschland). Bei der gewünschten Arbeitszeit kommen bundesweit im Schnitt 34,7 Stunden zusammen (34,1 in den alten und 37,2 Stunden in den neuen Bundesländern).

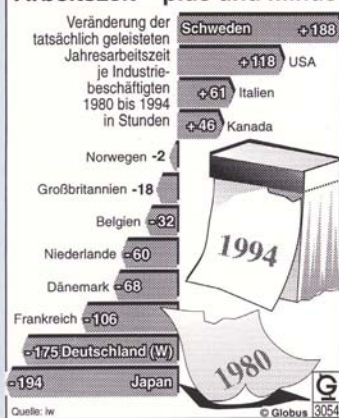
Zwischen tatsächlichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten besteht eine Differenz von 4,0 Stunden (4,0 Stunden in den alten und 4,1 Stunden in den neuen Bundesländern). Zwischen vertraglichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten liegt der Unterschied bei 1,1 Stunden (1,0 in den alten und 1,3 Stunden in den neuen Bundesländern). Hochgerechnet entspricht die Differenz zwischen tatsächlichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten einem Arbeitsplatz-Äquivalent von rund 3,2 Millionen Vollzeit-Arbeitsplätzen (2,6 Millionen in den alten und 600 000 in den neuen Bundesländern). Die Differenz zwischen vertraglichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten ergibt rechnerisch ein Arbeits-Äquivalent von rund 850 000 Vollzeit-Arbeitsplätzen (660 000 in den alten und 190 000 in den neuen Bundesländern).

Potentiale

Das größte Potential, die Arbeitszeit zu verringern, findet sich nach Angaben der Autoren bei den vollzeitbeschäftigten Männern, insbesondere in den alten Bundesländern. Hingegen wünschen sich vor allem die teilzeitbeschäftigten Frauen in den neuen Bundesländern eine kräftige Aufstockung ihrer vertraglichen Arbeitszeiten um 4,6 Wochenstunden.

Peter Werda

Arbeitszeit – plus und minus



deutlich zurückgegangen.“ Für immer mehr Arbeitnehmer, so NRW-Arbeitsminister Horstmann, seien Überstunden offensichtlich eine willkommene Möglichkeit, das durch steigende Steuern und Abgaben geschrumpfte Familienbudget aufzubessern. Der starke Anstieg der Überstunden sei möglicherweise ein Grund dafür, daß trotz des Wirtschaftswachstums ein Zuwachs an Arbeitsplätzen ausgeblieben sei.

Die ISO-Studie geht auch auf diejenigen Arbeitnehmer ein, die nicht regelmäßig Schicht-, Samstags-, Sonntags- und Überstundenarbeit leisten: Sie lehnen diese Arbeitsfor-

management & seminar 2/96

MODERATIO™ Prozeßberatung & Training

Aus- und Weiterbildung

- Gruppen moderieren
- Gruppen beraten
- Gruppen führen

Termine auf Anfrage!

Prozeßberatung

- Arbeiten in Teams
- Problemlöse-Workshops
- Konzeption von Personalentwicklungsmaßnahmen
- Einzelberatung

MODERATIO

Saifert & Partner GbR
Langenbrucker Straße 4
D-85309 Puch / Bayern
Tel.: 0 84 46 / 92 03 - 0
Fax: 0 84 46 / 92 03 - 33



Erfolg

braucht Vorbereitung!

Entdecken Sie Bücher, Videos, Tonkassetten und Seminare für Training, Weiterbildung, Persönlichkeits-Entwicklung etc. im neuen Gesamtkatalog 1996.

Über eine Million Anwender nutzen bereits die Produkte der erfolgreichen Management-Trainerin

Vera F. Birkenbihl.

Gutschein

für birkenbihl-media-Katalog - gratis!

Vorname, Name

Strasse

PLZ, Ort

birkenbihl-media
Postf. 100654 · D-51406 Berg, Gladbach
Tel. 02202/31061 · Fax /44480



ANHANG 2.

Makrotext „Arbeitszeitmodelle“ in zur Analyse aufgegliederter Form

TT1. Geht die Stechuhr bald in Pension?

Über das Ziel sind sich alle einig: Um die Wirtschaft wettbewerbsfähiger zu machen und der Vollbeschäftigung näher zu kommen, muss die Arbeitszeit flexibilisiert werden. Über den Weg wird heftig diskutiert.

TTt1

1.1. Als das Großunternehmen VW vor zwei Jahren die Vier-Tage-Woche einführte, ging noch ein Aufschrei durch die Nation. Doch inzwischen sind es schon lange nicht mehr die Arbeitgeber allein, die Schlagworte wie „Arbeitszeitreduzierung“ und „flexible Arbeitszeiten“ im Mund führen. In Zukunft, so fordert der Bundeswirtschaftsminister, müßten die Menschen selbst entscheiden, ob sie 20 oder 60 Stunden arbeiten wollen. Und Frauenministerin Claudia Nolte hofft, durch mehr Flexibilität zu mehr Sozialversicherungspflichtigen Teilzeitarbeitsplätzen für ihre Geschlechtsgenossinnen zu kommen. Sogar der Deutsche Gewerkschaftsbund – jahrelang hartnäckiger Gegner elastischer Zeitmodelle – hat seine Liebe zur Flexibilität entdeckt.

1.2. Durch eine andere Verteilung der Arbeit, darin sind sich plötzlich Tarifpartner wie Politiker einig, kann nicht nur der in einigen Bereichen notwendige Personalabbau sozialverträglicher gestaltet werden. Es könnten auch neue Arbeitsplätze geschaffen werden – und das nicht zu knapp: Je nach Rechenart schwanken die Schätzungen zwischen 300000 und 3,5 Millionen Arbeitsplätzen.

TTt2. Abweichen von der Regel

2.1. Was aber ist ein flexibles Arbeitszeitmodell? An diesem Punkt scheiden sich die Geister. Während die einen unter flexibler Arbeitszeit alles verstehen, was von der normalen Regelarbeitszeit (werktags von 8 bis 17 Uhr) abweicht, also beispielsweise auch Schicht- oder Nachtarbeit, fassen andere den Begriff wesentlich enger und sprechen nur dann von Flexibilität, wenn die geleisteten Stundenzahlen monatlich, wöchentlich oder gar täglich differieren; und Dritte wiederum sehen Flexibilität nur dann als gegeben an, wenn auch der Arbeitnehmer Einfluß auf seinen Arbeitseinsatz nehmen kann.

2.2. Dabei ist die Definition eigentlich recht eindeutig: Flexibel zu arbeiten beschreibt zum einen eine möglichst große Wahlfreiheit; bezüglich Dauer, Anfang, Ende und Lage der Arbeitszeit und setzt zum anderen voraus, daß die entsprechende Entscheidung möglichst kurzfristig getroffen werden kann.

Schwierig wird es erst bei der Frage, wem diese Wahlfreiheit zukommt: den Arbeitgebern oder den Beschäftigten; denn tatsächlich bedeutet die Flexibilität des einen oftmals die Unterordnung des anderen.

2.3. Entsprechend groß ist das Mißtrauen: Die Flexibilität, von der die Arbeitgeber träumen, so die Kritik von Gewerkschaftsseite, bedeute in Wirklichkeit „Arbeit auf Abruf“. Und Teilzeitstellen dienten letztlich nur der kostengünstigen Verringerung von Produktivitätsspitzen oder – schlimmer noch – dem Abbau von Vollzeitstellen.

2.4. Argumente, die grundsätzlich nicht von der Hand zu weisen sind. Tatsächlich haben die meisten Unternehmen nicht innovative Arbeitszeitmodelle und schon gar nicht die persönliche Freiheit ihrer Mitarbeiter vor Augen, wenn sie die Arbeitszeiten neu definieren wollen, sondern in erster Linie ihr Überleben auf einem schwieriger werdenden Markt. Sie wollen Kosten sparen, das heißt teure Formen der Arbeitszeit durch billigere ersetzen, die Betriebszeiten ausweiten oder flexibel auf Auftragsschwankungen reagieren können. Die sogenannten „atmenden Fabriken“, wie Unternehmen mit neuen flexiblen Schichtmodellen (zum Beispiel BMW, Opel oder Pirelli) gerne genannt werden, beispielsweise „atmen“ mit der Auftragslage: Wenn viele Aufträge da sind, wird mehr gearbeitet, wenn die Nachfrage stockt, gibt es Freizeitausgleich.

TTt3. Neue Federn am alten Hut?

3.1. „Diese Diskussion über fehlende Arbeitszeitflexibilität ist doch albern“, brachte es unlängst der Werksleiter eines Automobilzulieferbetriebes auf den Punkt: „Es geht denen, die das fordern, doch eigentlich nur darum, am Samstag zu Normaltarif zu produzieren.“ Ein alter Hut also, der bestenfalls mit neuen Federn geschmückt wurde. Daß trotzdem gerade in den letzten Monaten Bewegung in die Diskussion gekommen ist, zeigt nur, daß auch die Gewerkschaften erkannt haben, daß sie mit dem Beharren auf alten Positionen allein den Produktionsstandort Deutschland nicht retten und schon gar nicht neue Arbeitsplätze schaffen können.

3.2. Wenn es aber allgemein gelingt, die Verlängerung der Betriebszeiten so zu gestalten, daß dadurch nicht Oberstunden und Zuschläge für die bislang Beschäftigten anfallen, sondern statt dessen Arbeitsspitzen mit Freizeit ausgeglichen werden, so das Ergebnis verschiedener Modellrechnungen, könnten allein dadurch 300000 bis 700000 neue Arbeitsplätze entstehen.

3.3. Daß dies funktioniert, dafür gibt es durchaus schon Beispiele. So etwa das Werk Crailsheim der Procter & Gamble GmbH, in dem Pampers Höschenwindeln neuerdings ‚aus betriebswirtschaftlichen Gründen verstärkt auch an Sonntagen produziert werden. Die Mitarbeiter sprachen sich gegen Mehrarbeit aus und setzten statt dessen die Einrichtung einer vierten Schicht durch. Dies redu-

zierte für den einzelnen zwar die Möglichkeit, Überstundengelder zu kassieren, führte jedoch zu etlichen Neueinstellungen.

3.4. Daß ein flexibles Schichtsystem ein Weg zu mehr Beschäftigung sein kann, zeigt auch die Bayer AG in Leverkusen, wo die Maschinen in einigen Bereichen rund um die Uhr laufen. Dort machte man sich schon Mitte der 80er Jahre Gedanken über die gesundheitlichen Folgen des bis dahin praktizierten Vier-Schicht-Modells. Mit Hilfe der Uni Dortmund wurde dann ein neusten arbeitswissenschaftlichen Erkenntnissen entsprechendes Fünf-Schicht-Modell auf Basis der 33,6-Stundenwoche entwickelt. Dies führte durch nun vorhandene Arbeitszeitreserven (die tarifliche Arbeitszeit liegt bei 35,9 Stunden pro Woche), die durch Ausgleichsschichten abgegolten werden, nicht nur zu mehr Flexibilität, sondern reduzierte auch die gesundheitlichen Belastungen der Arbeitnehmer und erhöhte außerdem den Personalbedarf.

3.5. Bei beiden Modellen allerdings bleibt die Wahlfreiheit der Arbeitnehmer weitgehend auf der Strecke. Dabei gibt es durchaus auch Möglichkeiten, flexible Arbeitszeitmodelle so zu konzipieren, daß sowohl Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer davon profitieren. Besonders in Kombination mit Teilzeit, so Michael Weidinger, Mitbegründer der Berliner Arbeitszeitberatung Dr. Hoff, Weidinger und Partner, lassen sich Arbeitsinhalte und -Zeiten geschickt aufeinander abstimmen. Wobei sich von selbst versteht, daß Weidinger unter einem Teilzeitplatz nicht einfach eine geteilte Halbzeitstelle versteht.

3.6. Auch für Firmen mit ungewöhnlichen Maschinenlaufzeiten, so Weidinger, lassen sich Konstruktionen entwickeln, die der Belegschaft größtmögliche Freiräume verschaffen. Denkbar ist zum Beispiel die Einrichtung von Arbeitsgruppen, in der dann die Mitarbeiter ihre Anwesenheit autonom unter sich regeln.

TTt4. Individuell entscheiden

4.1. Zu den Vordenkern auf diesem Gebiet gehört das Münchner Kaufhaus Ludwig Beck am Rathauseck. Das Textilhaus führte schon 1978 eine „Individuelle Arbeitszeit“ (IAZ) ein und machte seitdem nach eigenen Angaben nur gute Erfahrungen. Beck ist nicht nur von dem für die Branche symptomatischen Personal- und Nachwuchsmangel verschont geblieben, auch einer möglichen Änderung des Ladenschlußgesetzes sieht man gelassen entgegen. Bei längeren Öffnungszeiten, so äußert sich ein Unternehmensvertreter, müsse man nur ein wenig anders disponieren.

4.2. Ausgangssituation für die Einführung der flexiblen Arbeitszeit war bei Beck eine Mitarbeiterbefragung, die ergab, daß 31 Prozent der Vollzeit- und sogar 21 Prozent der Teilzeitkräfte eigentlich weniger arbeiten wollten. Ein Ergebnis, das auch durch allgemeine Umfragen immer wieder bestätigt wird. Eine Forsa-Studie Mitte letzten Jahres beispielsweise ergab, daß mehr als die

Hälfte der Deutschen am liebsten nur drei oder vier Tage in der Woche arbeiten würden.

4.3. Gleichzeitig wollte das Kaufhaus auch die Kunden-Mitarbeiter-Beziehung verbessern und eine Regelung finden, die es ermöglicht, immer genau die Anzahl Mitarbeiter im Haus zu haben, die zur Abwicklung eines ruhigen Geschäftes notwendig ist. Herausgekommen ist eine völlige Neugestaltung der Beschäftigungsverhältnisse: Mit jedem Mitarbeiter wird ein individueller Vertrag abgeschlossen, in dem die durchschnittliche Arbeitszeit pro Monat und das Gehalt festgelegt werden. Ab 60 Monatsstunden aufwärts läßt sich im Zehnerabstand jede Arbeitszeit (bis hin zur Vollbeschäftigung) wählen, wobei sich im Laufe der Zeit für die meisten Beschäftigten ein Pensum von 90 bis 100 Stunden herauskristallisiert hat.

4.4. Grundsätzlich muß das Monatssoll nicht exakt erfüllt werden. Die Beschäftigten können auf ihren (elektronisch geführten) Zeitkonten sowohl Plus- als auch Minusstunden ansammeln. Wobei das Unternehmen manchmal – beispielsweise in den Sommermonaten – sogar daran interessiert ist, daß die Mitarbeiter Minus machen. Das kann dann in der umsatzstarken Vorweihnachtszeit ausgeglichen werden – und erspart dem Arbeitgeber den Einsatz von teuren Aushilfskräften.

4.5. Wann genau die vereinbarte Arbeitszeit abgeleistet wird, entscheiden die Arbeitnehmer in Absprache mit den Abteilungsleitern selbst. Berücksichtigt werden sowohl betriebswirtschaftliche Komponenten (zum Beispiel Kundenfrequenz) wie auch persönliche Interessen. Anfänglich durchaus vorhandene Bedenken, die Entscheidungsfreiheit der Mitarbeiter könnte mit Betriebsinteressen kollidieren, haben sich bei Beck als genauso unbegründet erwiesen wie in allen anderen Unternehmen, die im Laufe der letzten Jahre ähnliche Modelle entwickelt haben.

TTt5. Stechuhr nicht nötig

5.1. Bei dem 1993 gegründeten Mobilfunkanbieter E-Plus beispielsweise praktizieren mittlerweile fast 2000 Beschäftigte eine freie Zeiteinteilung – und das sogar ohne Stechuhr. Werner Vonderau, Leiter der Hauptabteilung Personal, betont sogar, daß gerade die nicht vorhandene Kontrolle die Motivation der Mitarbeiter noch erhöhe. Es gebe zwar ein paar schwarze Schafe, die würden aber von ihren eigenen Kollegen erkannt und gemäßregelt: „Wenn Kollegen sagen, das geht so nicht hat das eine größere Wirkung, als wenn das Unternehmen das täte.“

5.2. Voraussetzung für das Funktionieren der Selbstorganisation ist allerdings ein mitarbeiterorientierter Führungsstil – den auch bei Beck und E-Plus so manche Abteilungsleitung erst einmal mühsam lernen mußte. Flexible Arbeitszeit-

modelle erfordern nicht nur ein Umdenken in der mittleren Führungsebene, sondern oftmals auch tatsächlich einen größeren Organisationsaufwand.

5.3. Dies mag der Grund sein, warum nach übereinstimmender Einschätzung von Arbeitszeitexperten gerade im unteren und mittleren Management oft die größten Widerstände überwunden werden müssen. Tatsächlich aber ist der Flexibilisierungseffekt für beide Seiten um so größer, je mehr es gelingt, Entscheidungen über Dauer und Lage der Arbeitszeit auf möglichst niedrige Ebenen im Unternehmen zu delegieren.

5.4. Hierzu, so der Präsident der Deutschen Managementgesellschaft und rigoroser Verfechter flexibler Arbeitszeiten, Werner Then, sei jedoch nicht nur viel Überzeugungsarbeit, sondern oftmals in der Anfangsphase auch die Unterstützung professioneller Arbeitszeitberater notwendig. Dabei ist es durchaus sinnvoll, die Neuerungen zunächst auf einen Projektbereich zu beschränken und so betriebs- oder abteilungsspezifische Erfahrungen zu sammeln. Den Königsweg zur flexiblen Arbeitszeit gibt es ohnehin nicht. Selbst innerhalb ein und desselben Unternehmens müssen Flexibilisierungsmodelle an den Bedürfnissen einzelner Abteilungen und deren Mitarbeitern Maß nehmen, was oftmals zu einer Koexistenz mehrerer Konzepte führt. Beim Automobilhersteller BMW beispielsweise gibt es über 200 Regelungen für flexible Arbeitszeiten.

5.5. Bislang, so Schätzungen, haben etwa fünf Prozent aller deutschen Unternehmen mehr oder weniger flexible Arbeitszeiten eingeführt. Eindeutig zu wenig. Denn glaubt man den Prophezeiungen bekannter Arbeitsmarktexperten – und dies tun sowohl die Arbeitgeber wie auch die Gewerkschaften – wird es die Frage der Arbeitszeit sein, die in Zukunft darüber entscheidet, ob sich in der Bundesrepublik Deutschland eine innovative Lohn- und Beschäftigungspolitik umsetzen lassen wird oder nicht. Zeit also, der großen Einigkeit nun auch Taten folgen zu lassen.

Sabine Hildebrandt

TT2. Arbeitszeitmodelle

TTt1.... zur Steigerung der Produktivität

1.1. **Schicht- und Nachtarbeit** Arbeitszeit, die sich an betriebswirtschaftlichen Zwängen ausrichtet und von der Regelarbeitszeit (8 bis 17 Uhr) abweicht; überwiegend in Produktionsbetrieben, zunehmend aber auch im Dienstleistungsbereich.

1.2. **Kapazitätsorientierte, variable Arbeitszeit (nach Kapovaz)** Die Arbeitszeit richtet sich nach dem Arbeitsanfall. In der klassischen Form wird der Einsatz der Mitarbeiter allein vom Arbeitgeber bestimmt. Der Lohn richtet sich nach den tatsächlich geleisteten Stunden.

1.3. **Jahres- oder Projektarbeitszeit** Die Arbeit wird vom Arbeitgeber je nach Auftragslage verteilt. Die Arbeitnehmer erhalten jeden Monat den gleichen Lohn.

1.4. **Rollierendes System** Zum Beispiel; In einem Unternehmen mit 6-Tage-Woche besetzen fünf Mitarbeiter im Wechsel vier Arbeitsplätze, das heißt jeder einzelne hat eine 5-Tage-Woche.

TTt2.... mit Zeitsouverinität der Mitarbeiter

2.1. **Gleitende Arbeitszeit** Eines der ersten flexiblen Modelle, das inzwischen allgemein anerkannt ist und in manchen Großbetrieben schon seit 20 Jahren besteht. Die Arbeitszeit unterteilt sich in die Kernzeit mit Anwesenheitspflicht und selbstbestimmte Gleitzeit.

2.2. **Variable Arbeitszeit** Fortschreibung des Gleitzeitmodells ohne Kernzeit. Der Arbeitnehmer entscheidet selbst über seine Anwesenheitszeiten. Hierzu zählen auch Beschäftigungsverhältnisse mit reduzierten Stundenzahlen (variable Teilzeit), bei denen Dauer und Lage des Arbeitseinsatzes flexibel abgesprochen werden.

2.3. **Jahres- oder Lebensarbeitszeit** Unternehmen und Mitarbeiter legen eine individuelle Gesamtarbeitszeit fest, die dann nach Absprache abgeleistet wird. Möglich sind sowohl Jahre mit reduzierter Arbeitsleistung oder Sabbaticals als auch ein fließender Übergang zur Pensionierung.

2.4. **Baukastensystem** Arbeitsgruppen regeln die Anwesenheit unter sich. Auch denkbar in Kombination mit der Jahresarbeitszeit.

2.5. **Bandbreitenmodell** Die wöchentliche Arbeitszeit muß nicht durchgängig geleistet werden, sondern nur im Jahresschnitt. Die tatsächliche Arbeitszeit ist innerhalb einer gewissen Bandbreite wählbar.

sah

TT3. Literaturverzeichnis

1. Haftmut Seifert (Hrsg.): „Jenseits der Normalarbeitszeit. Perspektiven für eine bedürfnisgerechtere Arbeitszeitgestaltung, Bund-Verlag, Köln 1993.

2. Rosemarie Fiedler-Winter: „Flexible Arbeitszeiten. Beispiele aus der Praxis.“ Landsberg Verlag, Landsberg 1994.

3. Bundesvorstand des Deutschen Gewerkschaftsbundes (Hrsg.): „Perspektiven für eine neue Arbeitszeitpolitik.“ Düsseldorf 1995.

4. Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung (Hrsg.): „Mobilzeit. Arbeiten in neuer Form. Entscheidungshilfen für Arbeitgeber.“ Bonn 1995. Kostenlose Anforderung beim Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung, Postfach 500, 53107 Bonn, Telefon (02 28) 5 27 1111.

5. Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung (Hrsg.): „Mobilzeit. Arbeiten in neuer Form. Ein Leitfaden für Arbeitnehmer und Arbeitgeber.“ Bonn 1995. Kostenlose Anforderung beim Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung, Postfach 500, 53107 Bonn, Tel. (02 28) 5 27 1111.

6. Für die Beantwortung von Fragen zum Thema „Mobilzeit“ ist beim Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung ein „Mobilzeit“-Telefon eingerichtet worden. Es ist von montags bis donnerstags von 8 bis 20 Uhr unter Tel. (01 30) 62 82 geschaltet.

7. Ulrich Weber: „Flexible Arbeitszeitmodelle.“ (VHS-Video, 50 Minuten). Landsberg Verlag, Landsberg 1994.

TT4. Arbeitszeiten auf absteigendem Ast

TTt1

1.1. Hart ist das Arbeitsleben zu Bismarcks Zeiten: 1870, muss ein Mann durchschnittlich 82 Stunden pro Woche arbeiten – mehr als dreizehneinhalb Stunden am Tag, sechs Tage in der Woche. Immerhin gelingt es den Buchdruckern 1873, mit den Arbeitgebern einen 10-Stunden-Tag und damit eine 60-Stunden-

Woche zu vereinbaren. Verglichen mit den Altvorderen vor 125 Jahren sind die Arbeitnehmer in der Bundesrepublik heute weitaus besser gestellt. Ungeachtet dessen ist für sie der Weg von der 48- zur 35-Stunden-Woche und die ihr auf dem Fuße folgende Diskussion über flexible Arbeitszeiten nicht weniger hart gewesen. Einige Etappen in der Rückschau:

TTt2

1949 Mit der Einführung des Tarifvertragsgesetzes wird die Tarifautonomie zwischen Gewerkschaften und Arbeitgebern wieder hergestellt. Die tarifliche Arbeitszeit liegt bei 48 Wochenstunden. Nimmt man die Überstunden hinzu, arbeitet ein männlicher Industriearbeiter im Schnitt 49,4 Stunden pro Woche.

1955 Der Deutsche Gewerkschaftsbund, zu dem sich 16 Gewerkschaften der ehemaligen amerikanischen, britischen und französischen Besatzungszone im Oktober 1949 zusammengeschlossen hatten, fordert die Fünf-Tage-Woche mit 40 Stunden. Die tatsächliche Arbeitszeit eines männlichen Industriearbeiters ist unterdessen weiter angestiegen. 49,8 Stunden in der Woche beträgt sie im Durchschnitt – damit erreicht sie den höchsten Stand in der Geschichte der Bundesrepublik.

1956 Ein Schritt vorwärts: In der Metallindustrie wird die tarifliche Wochenarbeitszeit von 48 auf 45 Stunden verkürzt.

1965 In der Druckindustrie wird die tarifliche Wochenarbeitszeit auf 40 Stunden gesenkt. Die Diskrepanz zur tatsächlichen Arbeitszeit in der Industrie ist dennoch weiter erheblich: Sie liegt bei durchschnittlich 45,2 Stunden pro Woche.

1967 Die Metaller ziehen nach und verkürzen ebenfalls auf 40 Stunden.

1973 Das neue Rentenreformgesetz regelt die Einführung der flexiblen Altersgrenze. Frauen und Arbeitslose können Rente ab 60 Jahren beziehen, Schwerbehinderte ab 62 Jahren. Für alle anderen Arbeitnehmer wird die Grenze von 65 auf 63 Jahre gesenkt. Im Dezember übersteigt die Zahl der Arbeitslosen erstmals die Millionengrenze.

1984 Im Mai und Juni streiken IG Metall und IG Druck und Papier für die Einführung der 35-Stunden-Woche bei vollem Lohnausgleich. Nach „besonderer Schlichtung“ wird für die Metallindustrie eine Regelarbeitszeit von 38,5 Stunden und ein möglicher Vorruhestand ab 58 Jahren vereinbart. Die Tarifpartner schließen wenig später für die 165000 Beschäftigten in der Druckindustrie einen ähnlichen Kompromiß ab. Anfang Juli ist der längste, schwerste und größte Arbeitskampf in der Geschichte der Bundesrepublik zu Ende.

1989 Im April teilt das Statistische Bundesamt in Wiesbaden die Ergebnisse der Volkszählung von 1987 mit. Danach ist die Zahl der Arbeitnehmer um 1 Million höher als bisher angenommen. Die Beschäftigung hat seit 1970 um 2,6 Millionen auf 27 Millionen zugenommen. Dies gilt insbesondere für Teilzeitarbeitsplätze, die in erster Linie von Frauen besetzt werden. Die Zahl der Vollzeitbeschäftigten hingegen stieg lediglich um 100 000.

1994 Am 1. Juli tritt ein neues, umstrittenes Arbeitszeitgesetz in Kraft. Es löst die seit 1958 gültige Arbeitszeitverordnung sowie 27 weitere Gesetze und Verordnungen ab, die zum Teil noch aus dem 19. Jahrhundert stammen. Unter anderem, so Bundesarbeitsminister Norbert Blüm (CDU), sieht das Gesetz „größere Spielräume der Tarif- und Betriebspartner für eine flexiblere Verteilung der Arbeitszeit vor“.

1995 Das lange angestrebte Tarifziel wird erreicht: Seit 1. April gibt es in der Druckindustrie, seit 1. Oktober in der Metallindustrie die 35-Stunden-Woche. In der IG Metall, mit 2,9 Millionen Mitgliedern größte Arbeitnehmerorganisation der Welt, wird der künftige Weg diskutiert. Traditionalisten möchten die Gewerkschafter einschwören auf ein neues großes Ziel: die 30-Stunden-Woche. Die Marschrichtung der Reformer: Die 35-Stunden-Woche soll zunächst attraktiv umgesetzt, größere Zeitsouveränität für die Beschäftigten erreicht werden. Ende 1995 hat die Zahl der Arbeitslosen 3,5 Millionen überschritten. Pw

TT5. Mobil in die Zukunft!

Mit dem Modellprojekt „Mobilzeit“ will der Bund rund 100 Betriebe, die flexible Arbeitszeiten einführen, fördern.

TTt1

1.1. Jahrelang war der süße Snack konkurrenzlos. „Mars macht mobil – bei Arbeit, Sport und Spiel“, klingelte der Werbeslogan in den Ohren deutscher Verbraucher. Doch nun ist es aus und vorbei mit dem Monopol der Mars-Menschen auf Zusammenführung der Begriffe „mobil“ und „Arbeit“. Und das liegt an Norbert Blüm, Claudia Nolte und Bernhard Jagoda, die flexible Arbeitszeiten in den Fabriken und Büros populär machen wollen. Ein neuer Begriff wurde geboren: „Mobilzeit“. Damit soll das alte Wort „Teilzeitarbeit“ zu Grabe getragen werden.

TTt2. Mobilzeit heißt nicht Halbzeit

2.1. Das Trio aus Bonn beziehungsweise Nürnberg hat seine Medien-Lektion gelernt: Wer erfolgreich Themen unter die Leute bringen will, braucht zunächst einmal einen schicken Begriff oder eine flotte Schlagzeile. An wortreicher Be-

gründung, warum es nun tunlichst „Mobilzeit“ heißen solle, fehlt es nicht. Bundesarbeitsminister Blüm erklärt in einem Leitfadens: „Bisher haben wir immer von Teilzeitarbeit gesprochen. Dieser Begriff ist aber zu eng und zudem missverständlich. Teilzeit hat – zu Unrecht – für viele einen negativen Klang. Teilzeit gilt oft als nicht ganz vollwertige Arbeit, weil sie vom ‚Normalfall‘ der Vollzeit abweicht. Und wer will schon nur einen Teil und nicht die ganze Arbeit leisten? Zudem wird vielfach unter Teilzeitarbeit nichts anderes als eine Halbtagsbeschäftigung verstanden.“

2.2. Bundesfamilienministerin Nolte sekundiert dem Kollegen fleißig: „Hinter dem Begriff Mobilzeit verbirgt sich mehr als nur ein Wortwechsel. Mobilzeit steht für neue Formen der Arbeitszeit mit mehr Flexibilität und Mobilität. Diese Frage ist nicht nur eine rechnerische und ökonomische Angelegenheit. Sie ist auch ein zentrales familienpolitisches Anliegen. Denn alle, die eine Familie haben oder sich eine Familie wünschen, müssen die Anforderungen von Familie und Arbeitswelt in Einklang bringen.“

2.3. In dem Bestreben, der Flexibilität endlich zum großen Durchbruch zu verhelfen, hat Nolte eine ganz besondere Klientel im Visier. Gesellschaftsfähig werde die Teilzeit erst, „wenn auch bei den Fachkräften und in den I Führungsetagen flexible Arbeitsformen selbstverständlich werden“.

2.4. Dem Dritten im Bunde, Bernhard Jagoda, fällt zur „Mobilzeit“ ein: „Um diesen Begriff auszufüllen, sind der Phantasie und der Kreativität keine Grenzen gesetzt.“ Mit neuen Arbeitszeit-Modellen, so der Arbeitsamtspräsident zuversichtlich, „können Entlassungen vermieden oder zumindest hinausgeschoben werden, Mobilzeit kann aber auch zu zusätzlichen Dauerarbeitsplätzen führen.“

2.5. Bei der Diskussion um die Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft weist der oberste Arbeitsverwalter der „Mobilzeit“ eine gewichtige Rolle zu. Die deutsche Wirtschaft leide nicht an zu hohen Löhnen, sondern an den Innovationsdefiziten der Gesellschaft, erklärte Jagoda bei einer Fachtagung der Berliner Stiftung für berufliche Bildung OTA. Was nun gebraucht werde, sei ein besseres Klima für Technik, Forschung und Entwicklung sowie für weiteres Wachstum. Deutschland könne nur als High-Tech-Land im Wettbewerb um Märkte und Arbeit bestehen. Hinzu müsse eine weitere Flexibilisierung bei den Arbeitszeiten und eine ständige Qualifizierung der Beschäftigten kommen. Höhere Qualifikation werde ein noch größerer Beschäftigungsfaktor.

TTt3. Suche nach Mitstreitern

3.1. Die beiden Bundesministerien und die Fachbehörde rühren kräftig die Werbetrommel. Anzeigen werden geschaltet, Broschüren und Info-Mappen, die Arbeitgeber über betriebswirtschaftliche, organisatorische oder auch steuerrechtliche Aspekte von flexiblen Arbeitszeiten aufklären, kostenlos abgeben.

Auch ein „Mobilzeit-Telefon für Wißbegierige ist eingerichtet worden. Und selbst auf den Briefumschlägen, die das Bonner Arbeitsministerium verlassen, prangt nun ein Stempel mit der Aufschrift „Mobilzeit“.

3.2. Drei Beraterfirmen aus Hamburg, Stuttgart und Pullach bei München (siehe Adreßverzeichnis) sind gehalten, die im Mai 1995 begonnene „Mobilzeit“-Aktion mit Leben zu füllen. „Interessierte Unternehmen können sich für die geförderte Umsetzungsberatung bei uns bewerben“, erläutert Angela Fauth-Herkner, Inhaberin der am Projekt beteiligten Arbeitszeitberatung „Neue Wege für die Arbeitswelt“, die Mitte September 1995 auch als Organisatorin eines „Mobilzeit“-Symposiums in München in Erscheinung trat. Das Nolte-Ministerium übernimmt einen großen Teil der anfallenden Beratungskosten, abgestuft nach Unternehmensgrößen. An dem Vorhaben können sich Klein-, Mittel- und Großbetriebe aus allen Branchen beteiligen.

3.3. Es bleibt bis Frühjahr 1997 abzuwarten, ob sich das Modellprojekt „Mobilzeit“ als Erfolg erweisen wird. Es scheint, als ob die Initiatoren mit der Resonanz noch nicht 100prozentig zufrieden seien – jedenfalls verknüpfte Arbeitsamt-Präsident Jagoda im Dezember vergangenen Jahres die Verkündung der Arbeitslosenzahlen mit der Aufforderung, die Unternehmer sollten mehr Mut zeigen, neue Wege zur Bekämpfung der Arbeitslosigkeit zu beschreiten. Gerade der Nürnberger Bundesanstalt für Arbeit muß nachhaltig daran gelegen sein, daß die Zahl der Flexiblen im Lande steigt. 50 Milliarden Mark, rechnete Pressesprecher Eberhard Mann beim „Mobilzeit“-Symposium vor, könnte die Bundesanstalt einsparen, wenn zwei Millionen Menschen mehr beschäftigt wären.

Peter Werda

TT6. Innovative Unternehmen gesucht

Ein Interview mit Angela Fauth-Herkner, Inhaberin der Münchner Beratungsfirma „Neue Wege für die Arbeitswelt“, über das Modellvorhaben „Mobilzeit“

TTt1

1.1. m & s: Sind Sie mit dem Wort „Mobilzeit“ glücklich?

1.2. FAUTH-HERKNER: Eine Zielsetzung der „Mobilzeit“-Kampagne ist, dass der negativ belegte Begriff „Teilzeitarbeit“ neu dargestellt wird, und eine zweite, dass das ganze Spektrum von flexiblen Arbeitszeiten aufgezeigt wird – angefangen von flexibler Jahresarbeitszeit, flexibler Teilzeitschicht, gleitender Arbeitszeit und Sabbatical bis hin zu Jobsharing und zeitautonomer Arbeitsgruppe. Mir ist es eigentlich egal, welcher Begriff verwendet wird. Wichtig ist, dass flexible Arbeitszeiten konkret umgesetzt werden. Und wenn es am Ende

der „Mobilzeit“ – Kampagne wieder „Teilzeit“ heißen sollte -l aber in der Form, dass das Wort positiv belegt ist – dann haben wir dieses Ziel erreicht.

TTt2

2.1. m & s: Wie ist die bisherige Resonanz auf die Kampagne?

2.2. FAUTH-HERKNER: Bei uns sehr gut. Als wir im vergangenen September ein großes Symposium in München veranstalteten, hatten wir 170 Teilnehmer. Bislang gibt es schon mehr als 300 Anfragen, und im ersten Quartal 1996 planen wir bereits konkrete Beratungen. Das Modellvorhaben, bei dem ein großer Teil der Beratungskosten übernommen wird, sieht eine unbürokratische Abwicklung vor: Die Bewerbung erfolgt direkt bei uns und nicht beim Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

TTt3

3.1. m & K Wie wichtig ist Ihnen die Mitarbeit der Unternehmen?

3.2. FAUTH-HERKNER: Elementare Voraussetzung für eine optimale Umsetzung im Unternehmen ist die Zusammenarbeit des Unternehmers mit seinen Führungskräften, Mitarbeitern und Betriebsrat. Sie müssen von Anfang an einbezogen werden. Wir machen zum Beispiel eine Grunddaten-Analyse. Wenn das Unternehmen sagt: Wir haben intern keinerlei Kapazitäten, dann übernehmen wir das. Falls auf der anderen Seite die Unternehmer die Beratungskosten senken wollen, leisten sie entsprechend einen großen Teil selbst. Eigenleistung ist uns wichtig, denn sie bedeutet auch, dass die Unternehmen sich intensiv mit der neuen Arbeitszeit oder dem Arbeitszeit-Management auseinandersetzen.

TTt4

4.1. m & s: Wie sieht die finanzielle Förderung der Unternehmen durch den Bund aus?

4.2. FAUTH-HERKNER: Bei unserer Firma wird in Stufe 1 die gesamte Vorleistung übernommen: Kontakt- und Infogespräch, hausinterner Workshop und Grunddaten-Analyse. In Stufe 2 wird nach Betriebsgröße gestaffelt: Kleine Betriebe bekommen drei Beratungstage, mittlere und große Betriebe fünf. Bei diesen Tagen ist ein gewisser Eigenanteil zu leisten bei einer Bandbreite von 10 bis 50 Prozent. Kleinbetriebe beispielsweise müssen noch zehn Prozent der Kosten bezahlen.

TTt5

5.1. m & s: Welchen Erfolg sagen Sie der „Mobilzeit-Kampagne“ voraus?

5.2. FAUTH-HERKNER: Das konkrete Ziel, „Mobilzeit“ in hundert Firmen einzuführen, wird unseres Erachtens erreicht. Und durch eine gute Resonanz bei Veranstaltungen im Rahmen des „Mobilzeit“-Modellvorhabens erhoffen wir mittels Multiplikatoren, sozusagen nach einem Schneeballsystem, weitere Betriebe zu gewinnen.

TTt6

6.1. m & s: Welche Aktivitäten planen Sie für die nächsten Monate?

6.2. FAUTH-HERKNER: Wahrscheinlich werden wir im zweiten Quartal ein Symposium oder mehrere Workshops durchführen -möglicherweise sogar branchenspezifisch, zum Beispiel für Dienstleister oder Produktionsbetriebe. Darüber hinaus wird es auch themenspezifische Veranstaltungen geben, etwa zur flexiblen Jahresarbeitszeit, teamorientierten Arbeitsgestaltung, Leistungsentlohnung und zum Für und Wider der Zeiterfassung.

(Mit Angela Fauth-Herkner sprach Peter Werda)

TT7. Antwort auf die Krise der Arbeitsgesellschaft

In seinem eigenen Betrieb beweist Didymus Hasenkopf seit über zehn Jahren, daß flexible Arbeitszeiten nur Vorteile haben. Mit Hilfe eines vom Bayerischen Sozialministerium unterstützten Pilotprojektes will der Unternehmer andere Mittelständler von seinem Modell überzeugen.

TTt1

Sein Firmenlogo zeigt ein Hasenkopf mit langen Ohren, Und die Ohren langziehen, so scheint es, würde Didymus Hasenkopf gerne auch manchem Arbeitsmarktphilosophen – ganz gleich, ob es sich um Unternehmer, Gewerkschafter oder Politiker handelt. Die meisten sind ihm einfach zu unflexibel, und das nicht nur in punkto Arbeitszeit, sondern in ihren Einstellungen überhaupt. „Was die in Bonn sich da wieder mit dem Karenztag im Krankheitsfall ausgedacht haben – das ist doch wirklich ein Schmarrn“, erzürnt sich der bayerische Unternehmer: „Druck erzeugt Gegendruck. Und wenn ich als Arbeitnehmer den ersten Krankheitstag nicht bezahlt kriege, dann hinge ich eben noch ein paar Tage, dran.“

TTt2. Offenheit und Flexibilität

2.1. Hasenkopf, der in seinem Stammbetrieb in Mehring-Öd nahe der österreichischen Grenze und einer Filiale in Paderborn rund 80 Mitarbeiter beschäftigt und schwerpunktmäßig kleine und mittelständische Handwerksbetriebe mit

Schubladen beliefert, hat da ganz andere Vorstellungen, wie sich die Lage auf dem Arbeitsmarkt entspannen und die Kosten für die Arbeitgeber reduzieren ließen. Sein Erfolgsrezept: erhöhte Motivation und damit verbunden erhöhte Produktivität der Arbeitnehmer. Die, so der Unternehmer, erreiche man am besten durch einen offeneren, Sprich flexibleren Umgang miteinander. Oder, um es genauer auszudrücken: durch eine flächendeckende Einführung seines Arbeitszeitmodells.

2.2. Seit fast 15 Jahren entscheiden Hasenkopfs Mitarbeiter nicht nur selbst, wie viele Stunden pro Woche, sondern auch, wann sie arbeiten wollen. Und das mit Erfolg – auch für ihren Arbeitgeber. Hasenkopfs ehemalige Schreinerwerkstatt hat kräftig expandiert. Seine Belegschaft verdreifachte sich.

TTt3. Modell-Projekt

3.1. Jetzt will der 62jährige, der das Tagesgeschäft schon länger seinem Sohn anvertraut

hat, auch andere Mittelständler von seinem Modell überzeugen, das 1987 von der Jury des Deutschen Handwerkerpreises als „besonders qualifiziert“ eingestuft wurde. Seine Behauptung: „Flexible Arbeitszeiten lassen sich – mit geringfügigen Abwandlungen und individuellen Anpassungen – in jedem Betrieb umsetzen.“ Eine Aussage, mit der er jahrelang auf taube Ohren stieß, inzwischen jedoch angesichts „des zunehmenden Leidensdrucks der Betriebe“ (Hasenkopf) und der öffentlichen Diskussion um flexible Arbeitszeiten immer mehr interessierte Zuhörer findet.

3.2. Hasenkopf gründete das Beratungsunternehmen „Flexzeit“ und initiierte gemeinsam mit den Wirtschaftsjunoren Traunstein ein auf zweieinhalb Jahre angelegtes Pilotprojekt, das vom Bayerischen Sozialministerium bezuschusst wird. Teilnehmen können mittelständische Betriebe aus Bayern, denen auf der Grundlage des Hasenkopf-Modells ein individuelles Konzept erarbeitet wird. Die Ergebnisse des Versuches werden in einer Studie dokumentiert.

3.3. Die Grundidee ist denkbar einfach: Anstelle der üblichen Wochenarbeitszeit vereinbaren Arbeitgeber und -nehmer eine Jahresarbeitszeit. Für eine Vollzeitkraft wären dies 52 Wochen mal der tariflichen Arbeitszeit von 38,5 Stunden, also 2002 Stunden im Jahr. Auf dieser Basis wird dann ein Lohn ausgerechnet, der in jedem Monat gleich bleibt – unabhängig davon, wie viele Stunden der Mitarbeiter tatsächlich gearbeitet hat.

3.4. Dabei versteht sich von selbst, daß neben Vollzeit- auch Teilzeitleösungen denkbar sind. Hasenkopf beschäftigt in seinem Betrieb beispielsweise auch eine Mutter zweier Kinder, die für einige Jahre nur 360 Stunden arbeitete und nun langsam wieder aufstockt.

3.5. Arbeitet jemand mehr als das vertraglich vereinbarte Pensum, erhält er für die Mehrleistung kein Geld, sondern eine Freizeitgratifikation: Für zehn geleistete Mehrstunden werden seinem Konto bei einem Bonus von 20 Prozent zwölf Stunden gutgeschrieben. Der Betroffene kann grundsätzlich so lange und so viele Stunden ansammeln, wie er möchte, und diese auch über die Jahresgrenze mitnehmen. Hasenkopf: „So gesehen haben wir hier eigentlich keine Jahres-, sondern eine Lebensarbeitszeit.“

3.6. Das Beste jedoch: Der Arbeitnehmer führt sein Arbeitszeitkonto selbst und hat auch Priorität bei der Entscheidung, wann die vereinbarten Stunden geleistet werden. Nicht Maschinenlaufzeiten dienen also als Grundlage, sondern die persönlichen Bedürfnisse der Arbeitnehmer – eine Vorgabe, die bei manchem Unternehmer zu Schweißausbrüchen führen dürfte.

TTt4. Verantwortungsgefühl

4.1. Dennoch kann sich Selfmademan Hasenkopf, der seine Arbeit 1964 mit nur einem Mitarbeiter in einer leerstehenden Schule begann, nicht erinnern, daß ihm jemals zu wenig Mitarbeiter zur Verfügung gestanden hätten. Und über den typischen Unternehmer-Einwand, wenn es den Leuten freigestellt sei, wann sie arbeiten, dann käme keiner mehr, kann er nur lachen: „Die Leute entwickeln Verantwortung – wenn sie gebraucht werden, sind sie da.“ Und das, obwohl die Bedingungen, unter denen in Mehring-Öd produziert wird, nicht eben einfach sind: Der Betrieb führt Bestellungen „just in time“ aus, das heißt, er produziert nicht auf Halde, sondern liefert die geordneten Stückzahlen innerhalb von 24 Stunden. Das führt natürlich zu erheblichen Produktionsschwankungen.

4.2. Sowohl auf seinen eigenen Betrieb bezogen als auch gesamtwirtschaftlich betrachtet, wartet der Arbeitszeit-Pionier mit Zahlen auf, die sich sehen lassen können: Vor Einführung der flexiblen Arbeitszeit, erinnert sich Hasenkopf, hätte die unterschiedliche Auslastung der Maschinen zu erheblichen Mehrkosten geführt. In Spitzenzeiten mußten teure Überstunden bezahlt werden, bei schmaler Auftragslage quälten sich die Arbeitnehmer mit sinnlosem Maschinensputzen über die Stunden. Im Vergleich zu früher, so der Unternehmer, habe er eine Kostenersparnis pro Beschäftigten und Jahr von 2000 bis 3000 Mark.

4.3. Noch günstiger fällt eine andere Rechnung aus: Die Belastung des Unternehmens durch Fehlzeiten der Arbeitnehmer sinkt. In Hasenkopfs Betrieb hat sich der Krankenstand seit Einführung des Zeitkontos halbiert. Durchschnittlich, bemüht der Unternehmer die Arbeitsmarktstatistik, sind Handwerker sieben bis acht Prozent ihrer Arbeitszeit krank, Industriearbeiter haben sogar acht bis neun und Beamte gar zwölf Prozent Fehlzeit. In Mehring-Öd dagegen liegt die Quote seit Jahren konstant bei 3,5 Prozent. Didymus Hasenkopf weiß auch warum: Wenn der lokale Fußballheld bei der sonntäglichen Siegesfeier mal einen über den Durst getrunken hat, ruft er am Montagmorgen an und läßt die

Fehlzeit vom Konto abbuchen. Hasenkopf: „In einem anderen Betrieb würde er sich vermutlich krankschreiben lassen.“ Auch so lassen sich Kosten sparen – ganz ohne Druck.

4.4. Auch gesamtwirtschaftlich, so rechnet der überzeugte Flexibilisierer vor, lohne sich sein Modell, Nach Berechnungen der Betriebskrankenkassen kostet ein Ausfalltag den Betrieb etwa 800 Mark. Wäre nun jeder Arbeitnehmer nur noch acht statt durchschnittlich 16 Tage pro Jahr krank, ergäben sich bei einem 50-Mann-Betrieb eine Einsparung von 50 Mitarbeitern x acht Tage x 800 Mark, also 320 000 Mark pro Jahr. Übertragen auf die 24 Millionen Beschäftigten in Deutschland ergibt dies die gigantische Summe von 153 Milliarden Mark pro Jahr.

TTt5. Neue Arbeitsplätze

5.1. Das Hasenkopf-Modell, so der Initiator und Verfechter, spart nicht nur Kosten für die Unternehmer, sondern kann auch zusätzlich Arbeitsplätze schaffen – und das nicht zu knapp: bei optimistischer Rechnung ganze zwei Millionen; Hasenkopf hält 1,5 Millionen für realistisch. Seine Voraussage: Das Statistische Bundesamt registriert pro Jahr rund 1,7 Milliarden offizielle Überstunden. Die Dunkelziffer, so vermuten Experten, ist jedoch mehr als doppelt so hoch.

5.2. Hasenkopf beruft sich auf die eigene Erfahrung, wenn er sagt: „Gerade im Handwerk und im Mittelstand wird in diesem Bereich viel Schindluder getrieben. Um Steuern zu sparen, verlangen die Mitarbeiter Schwarzgeld und erhalten dies auch. Genau genommen wird der Staat – und mit ihm die Allgemeinheit – somit zweimal betrogen: Auf der einen Seite entgehen ihm Steuereinnahmen, auf der anderen Seite hat er Ausgaben für Arbeitslose“. Hasenkopf schätzt, daß in Deutschland tatsächlich vier Milliarden Überstunden pro Jahr geschoben werden. Und wenn man diese vier Milliarden durch die 2000 Stunden teilt, die ein deutscher Arbeitnehmer pro Jahr arbeitet, dann ergeben sich eben zwei Millionen neue Arbeitsplätze.

5.3. Bei solchen Zahlen erscheint es nicht verwunderlich, daß man in Bayern nicht daran interessiert war, das Modellprojekt auf Bundesebene auszuweisen. Als die Arbeitszeit-Pioniere beim ersten Gespräch mit dem Abgeordneten des Wahlkreises Traunstein und Vorsitzenden der CSU-Fraktion im Bayerischen Landtag, Alois Glück, auf Interessen des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung verwiesen, winkte der ab. „Nix da“, raunte der Lokalpolitiker, der auf eigene Lorbeeren hofft, „das Ding bleibt in Bayern“.

Die Vorteile des Hasenkopf-Modells auf einen Blick:

Für Unternehmen:

- höhere Motivation der Mitarbeiter
- größerer Zeitspielraum zur Personaldisposition und dadurch flexiblere, sprich kürzere Lieferzeiten
- weniger Krankheitstage
- besseres Betriebsklima

Für Arbeitnehmer:

- Recht auf Zeiteigentum
- Freiraum für Freizeit und Familie
- Senkung der Steuerbelastung durch gleichmäßiges Einkommen

Für die Volkswirtschaft:

- Schaffung von mehr und sicheren Arbeitsplätzen ohne staatliche Eingriffe und Subventionen
- Reduzierung der Schwarzarbeit
- Abbau von Kosten im Gesundheitswesen
- höhere Einnahmen des Staates
- Sicherung des sozialen Friedens

Sabine Hildebrandt

Kontaktadresse: Flexzeit, Dipl.-Ing, D, Hasenkopf GdB, Stöcklstraße 2, D-84561 Mehring/Burghausen, Tel, (0 86 77) 98 47 12, Fax (0 86 77) 98 4799

TT8. Unterstützer für Unternehmen

Durch die aktuelle Diskussion um flexible Arbeitszeiten richtet sich das Augenmerk verstärkt auf die Beratungsfirmen, die bei der Umsetzung behilflich sind.

TTt1

1.1. An den 1. Oktober 1993 kann sich Dr. Andreas Hoff noch gut erinnern. Zu jenem Zeitpunkt war er auf einer Tagung in Loccum und präsentierte sich dort mit den launigen Worten: „Hier sehen Sie den ersten Arbeitszeitberater Deutschlands.“ Mittlerweile ist diese Berufsbezeichnung in den Sprachgebrauch eingegangen. Vergleichsweise noch jung ist das Wort, doch schon alt ist das Interesse, das Hoff für die Arbeitswissenschaften mitbringt. Schon in seiner Doktorarbeit beschäftigte er sich mit der Arbeitszeit; der Titel: „Betriebliche Arbeitszeitpolitik zwischen Arbeitszeitverkürzung und Arbeitszeitflexibilisierung“. Hoff's berufliche Laufbahn mündete 1983 in die Gründung einer eigenen Firma – gemeinsam mit dem Arbeitszeitforscher Willi Haller, der drei Jahre später wieder ausschied.

1.2. Die heutige Firma „Dr. Hoff, Weidinger & Partner“, Berlin, besteht aus einem Team von sieben Personen, die sich fünf Arbeitsplätze teilen. Auf etwa 300 Beratungen schätzt Hoff das bisher geleistete Pensum; außerdem haben „ein paar tausend Teilnehmer“ bei Seminaren vom Fachwissen seiner Mitarbeiter profitiert. Bei den Beratungsprojekten geht es um die Gestaltung flexibler Systeme, also um die Regeln, nach denen sich die Arbeitszeiten bewegen können. „Bei der Entwicklung dieser Regeln legen wir allergrößten Wert darauf, daß die Mitarbeiter daran beteiligt werden. Sie sollen die Regeln ja nachher mit Leben füllen. Wenn man sie mit einem fertigen Konzept konfrontiert, hat man hinterher Schwierigkeiten, die Sache tatsächlich zum Laufen zu bringen“, erläutert Hoff.

TTt2. An den Regeln beteiligen

2.1. Ein weiteres Thema der Beratung sind Schicht- und Dienstpläne. Zunächst läßt Hoff grundsätzliche Fragen beantworten: Wie lange müssen die Maschinen besetzt sein, wie viele Arbeitsplätze gibt es, welche Besetzungstärken und welche Flexibilitätsanforderungen? Aufgrund der gewonnenen Daten erstellen die Arbeitszeitberater eine Art Grundgerüst. „Wie sich das konkret in einem Schichtplan niederschlägt, können die Mitarbeiter dann selbst entscheiden.“ Des weiteren beraten und betreuen Hoff und Partner Projektteams, die sich in einem Unternehmen zum Thema „Flexible Arbeitszeiten“ bilden, oder auch Betriebsräte. Zunehmend werden sie außerdem als Schlichter herangezogen.

2.2. Die Projekte, die Hoff und seine Kollegen übernehmen, sind meist überschaubar zugeschnitten und dauern einige wenige Tage – ein Sektor, der „für die meisten Unternehmensberatungen bisher nicht so furchtbar interessant war“. Hoff: „Unsere Hauptklientel liegt im GmbH-Bereich, von ein paar hundert bis ein paar tausend Beschäftigte.“ Was nicht heißen soll, daß die Firma nicht schon mit den Großen der Wirtschaft gearbeitet hätte: VW, Daimler-Benz, Dasa. Honoriert wird die Arbeit auf der Basis von Tagessätzen, die sich „im oberen Mittelfeld“ bewegen.

2.3. Die Zahl der auf flexible Arbeitszeitberatung spezialisierten Firmen schätzt Hoff auf nur etwa zehn. Obwohl angesichts der Aktualität des Themas immer mehr Berater auf den Markt vorstoßen, sind – anders als etwa bei den Bewerbungs- und Karriereberatern -schwarze Schafe bislang offenbar nicht in Erscheinung getreten. Aber auch hier gilt der grundsätzliche Rat: Kunden sollten sich dadurch absichern, indem sie sich Referenzen zeigen lassen.

2.4. Angela Fauth-Herkner aus Pullach hätte in einem solchen Fall überhaupt keine Probleme, hat sie doch eine Referenz vorzuweisen, die als gleichsam unschlagbar gelten darf. Fauth-Herkner hat die Pionierzeit der flexiblen Arbeitszeitgestaltung in der Bundesrepublik miterlebt: Zwölf Jahre lang war sie beim Münchner Textilhaus Ludwig Beck am Rathauseck beschäftigt, das 1978

als erstes Unternehmen seinen Mitarbeitern ein flexibles Arbeitszeitsystem ermöglichte. Fauth-Herkner war zunächst Assistentin der Personalleitung und Leiterin des Meilenstein-Projektes „Individuelle Arbeitszeit“ (IAZ), später Personalleiterin für rund tausend Mitarbeiter.

2.5. 1989 machte Fauth-Herkner sich selbständig. Im Münchner Süden eröffnete sie die Unternehmensberatung „Neue Wege für die Arbeitswelt“, deren Schwerpunkt Arbeits-(zeit)Management ist. Ihre Auftraggeber kommen aus den Branchen Dienstleistung, Handel, Handwerk, Verwaltung, öffentlicher Dienst und Produktion. Die Größe der Betriebe, die Fauth-Herkner berät, reicht von Firmen mit drei bis 2000 Mitarbeitern und einer bis 400 Filialen. Das Unternehmen arbeitet mit zahlreichen Fachleuten aus den Bereichen Betriebs- und Sozialwirtschaft, Organisation, Pädagogik, Arbeitsrecht und EDV zusammen. Ambitioniertestes Projekt im Bereich der Arbeitszeitberatung ist für Fauth-Herkner momentan die Mitarbeit an der „Mobilzeit“-Aktion der Bundesregierung.

2.6. Zu den Arbeitsfeldern, mit denen sich „Neue Wege für die Arbeitswelt“ befaßt, gehört auch die Mitarbeit an einem europäischen Vorhaben. Seit 1994 gibt es ein von der EU-Kommission gegründetes Netzwerk „Familie und Arbeitswelt“, das mittlerweile zum größten der bestehenden zehn Netzwerke avanciert ist. Vierzehn Expertinnen aus zwölf Nationen erarbeiten Methoden, wie sich die scharfe Trennung zwischen Beruf und Familie leben läßt. Angela Fauth-Herkner ist nationale Koordinatorin des Projektes.

TTt3. Hilfe bei der Implementierung

3.1. Zu denjenigen, die auf dem immer stärker umkämpften Berater-Markt erst noch reüssieren wollen, zählen Heribert Miethaner, Peter Täuber und Kleo Eisenlohr. Die drei lernten sich im Jahr 1994 bei einer Fortbildung kennen. Danach schlossen sie sich zu einem losen Verbund namens „Zeitsprung“ zusammen und erarbeiteten, so Miethaner, „zwei auch getrennt voneinander einsetzbare Bausteine“: einen Workshop und ein Handbuch. Auf diese Weise will das Trio „Projektgruppen, Personalabteilungen, Betriebsräten oder Einzelpersonen, die im Unternehmen mit der Einführung neuer Arbeitszeitmodelle betraut sind, Hilfestellung zur erfolgreichen Implementierung“ geben.

Peter Werda

TT9. Wachsendes Interesse

Ein Interview mit Dr. Andreas Hoff, Mitinhaber der Berliner Arbeitszeitberatung Dr. Hoff, Weidinger und Partner, über flexible Arbeitszeiten.

TTt1

1.1. m & s: Herr Dr. Hoff, wie sieht es eigentlich in einer der bekanntesten Arbeitszeitberatung mit den eigenen Arbeitszeiten aus?

1.2. HOFF: Bei uns arbeitet jeder soviel, wie er will, Das heißt: Wir haben einen völlig freien Zugang zur Teilzeitarbeit. Ausgangspunkt und Standardarbeitszeit, wenn man vollzeitbeschäftigt ist, sind 40 Stunden – fünf Tage a acht Stunden. Die Verteilung der Arbeitszeit ist jedem selbst überlassen, wobei selbstverständlich der Kunde an erster Stelle steht.

TTt2

2.1. m & s: Können Sie weitere gelungene Beispiele flexibler Arbeitszeiten in deutschen Unternehmen nennen?

2.2. HOFF: Zwei Beispiele möchte ich hervorheben: einmal die Firma SAP, die eigentlich gar keine Arbeitszeitregelung hat, sondern im großbetrieblichen Maßstab bei mittlerweile einigen tausend Beschäftigten – ein Modell fährt, das demjenigen in unserem kleinen Betrieb ähnelt, insbesondere was die Verteilung der Arbeitszeiten angeht. Besonders aufgefallen ist mir in den letzten Monaten zweitens das Modell „Vertrauensgleitzeit“ der Siemens AG, das gegenwärtig in einigen Pilotbereichen erprobt wird und im Grunde auf dasselbe hinausläuft: Die Mitarbeiter haben immer noch eine sogenannte „Sollarbeitszeit“, aber es gibt keine Zeiterfassung mehr in dem Sinne, dass Zeitkonten über Abweichungen von diesem Sollwert geführt würden. Dessen Ausgleich liegt vielmehr in der Selbstverantwortung der Mitarbeiter.

TTt3

3.1. m & s: In dem „Spiegel“-Buch „Weniger Arbeit“ aus dem Jahr 1984 werden Sie mit den Worten zitiert: „Die Idee der flexiblen Arbeitszeitgestaltung wird mit ihrer schlechten Realität diskreditiert.“ Haben Sie heute, ein Dutzend Jahre später, eine geänderte Meinung?

3.2. HOFF: Auf jeden Fall. Was man damals unter flexibler Arbeitszeit verstanden hat – bei den wenigen Modellen, die es damals gab –, hat sich alles stark konkretisiert. Es ist auch nicht so, dass Flexibilisierung einen schlechten Ruf hätte als Arbeitsform. In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass damit gerade auf betrieblicher Ebene erhebliche Konsenspotentiale zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern erschlossen werden können.

TTt4

4.1. m & s: Welche These halten Sie für wahrscheinlicher: „Mit flexiblen Arbeitszeiten werden Entlassungen vermieden oder zumindest hinausgeschoben“ oder „Flexible Arbeitszeiten führen zu zusätzlichen Dauerarbeitsplätzen“?

4.2. HOFF: Beide Einschätzungen können richtig sein. Das hängt jeweils von der betrieblichen Situation ab. Flexible Arbeitszeiten haben zwei Effekte: zum einen die Verstetigung von Stammebelegschaft – was auch bedeuten kann, dass Oberstunden und Aushilfen-Beschäftigung (einschließlich Leih-Arbeitnehmer) in zusätzliches Personal umgewandelt werden können. Auf der anderen Seite bieten flexible Arbeitszeiten natürlich auch immer Rationalisierungschancen – insbesondere dadurch, dass Zeiten der Unterauslastung nicht mehr versteckt, sondern offen ausgewiesen werden. Hat nun der Betrieb in der Vergangenheit Unterauslastungszeiten akzeptiert, dann wird der Rationalisierungseffekt im Vordergrund stehen. Hat er schon effizient organisiert, kann durchaus ein Beschäftigungseffekt entstehen.

TTt5

5.1. m & s: Wagen Sie eine Prognose, wie es im Jahre 2001, zu Beginn des nächsten Jahrtausends, um Ihre Branche und flexible Arbeitszeiten bestellt sein wird?

5.2. HOFF: Wir stehen vor einer Ausdehnungs-Explosion. Das zeigt sich auch daran, dass sich der Beratungsmarkt gegenwärtig sehr stark ausweitet. Insofern ist wohl die Einschätzung gerechtfertigt, dass auch der Anteil an Firmen, die Flexibilität vernünftig organisieren, in den nächsten Jahren von heute etwa 15 bis 20 Prozent auf das Doppelte anwachsen wird.

(Mit Andreas Hoff sprach Peter Werda)

TT10. Arbeitszeitberater in der Bundesrepublik

1. Dr. Hoff, Weidinger und Partner, Lückhoffstraße 22, 14129 Berlin, Tel. (0 30) 8 03 20 41, Fax (0 30) 8 03 91 33

2. Neue Wege für die Arbeitswelt Angela Fauth-Herkner, Wettersteinstraße 16, 82049 Pullach bei München, Tel. (0 89) 74 99 61 08, Fax (0 89) 74 99 61 09

3. F.G.H Forschungsgruppe Hamburg Prof. Dr. M. Domsch, Gilcherweg 60, 22393 Hamburg, Tel. (0 40) 65 41 22 32, Fax (040) 65 41 28 91

4. Strategische Personalführung und Arbeitszeitgestaltung Prof. Dr. K.-F. Ackermann, Solitude 20, 70197 Stuttgart, Tel. (07 11) 1213149, Fax (07 11) 69 45 58

5. Zeitsprung Heribert Miethaner, Ehlersstraße 24, 91301 Forchheim, Telefon (09191) 6 88 61, Fax (09191) 70 48 99, Kleo Eisenlohr, Haldenweg 19, 72138 Kirchentellinsfurt, Tel./Fax (0 71 21) 60 01 31, Peter Täuber, Wiener Straße 5, 48145 Münster, Tel./Fax (02 51) 24 62 11

6. Beratungsstellen unterhält auch das Rationalisierungskuratorium der Deutschen Wirtschaft (RKW), Zentrale, Düsseldorfer Straße 40, 65760 Eschborn, Telefon (0 61 96) 49 51, Fax -49 53 03.

TT11. Immenser Nachholbedarf in den Führungsetagen

Um flexible Arbeitszeiten gesellschaftlich akzeptabel zu machen, müssen Führungskräfte von diesem Angebot Gebrauch machen. Hürden und Hemmschwellen sind hier besonders hoch. Dabei tut die Umstellung nicht nur den Managern, sondern auch den Mitarbeitern gut.

TTt1

1.1. Wenn Christel Kaufmann-Hocker arbeitet, hat sie einen dichtgedrängten Terminkalender. Doch die Direktorin Ressourcen und Controlling bei der Deutschen Bank, Duisburg, der rund 40 Mitarbeiter unterstellt sind, sitzt nur von Dienstag bis Donnerstag auf ihrem Platz. An den anderen Tagen wird sie von ihren Abteilungsleitern vertreten und erlebt zu Hause Streß ganz anderer Art: „Von Freitag bis Montag bin ich Mutter.“

1.2. Christel Kaufmann-Hocker ist Teilzeitführungskraft – etwas, was es nach Auffassung vieler Manager-Kollegen eigentlich gar nicht geben dürfte. Denn die mißverstehen bis heute ständige Präsenz und Wochenarbeitsstunden von 70 und mehr als Pflichtbewußtsein – und können sich erst recht nicht vorstellen, daß sich Personalverantwortung mit kürzeren Arbeitszeiten verträgt.

TTt2. Exoten

2.1. Manager, die weniger als „Vollzeit“ arbeiten, gelten in Deutschland bestenfalls als Exoten, wie „Thomas Wollnik es ausdrückt, der bei der Bayer AG, Leverkusen, innerhalb des Ressorts Personalpolitik für Zeitwirtschaft zuständig ist, oder – schlimmer noch – als unloyal oder gar unfähig. Nach einer Erhebung des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW), Köln, haben heute lediglich 3,2 Prozent der Abteilungsleiter und 4,7 Prozent aller Direktoren, Amts- und Betriebsleiter in Deutschland ihre Arbeitszeit reduziert.

2.2. Bernhard Tauscher, Personalleiter für den Bereich öffentliche Kommunikation bei Siemens und damit zuständig für rund 11000 Mitarbeiter, spricht für viele seiner Kollegen, wenn er behauptet. Teilzeitarbeit für Führungskräfte – vor allem im dispositiven Bereich, sei nur in Ausnahmefällen möglich: „Je höher eine Kraft angesiedelt ist, um so mehr Anwesenheit ist erforderlich.“

2.3. Daß dies jedoch offenbar eine Fehleinschätzung ist beweist nicht nur Christel Kaufmann-Hoeker. Auch Heidrun Burgdorf, Leiterin der Marktforschung der Avon Cosmetics: GmbH in Neufahrn bei München, führt seit gut einem Jahr vor, daß quantitativ verkürzte Führungsarbeit keineswegs qualitative Nachteile mit sich bringen muß. Nach der Geburt ihres ersten Kindes und einem halben Jahr Erziehungsurlaub erledigt sie ihre Führungsaufgaben nun an nur vier Tagen der Woche – und das durchaus erfolgreich.

2.4. Noch weniger Präsenz zeigt Cornelia Hortig, Dienststellenleiterin bei Siemens in München, Nachdem ein zeitaufwendiges Hobby die junge Frau bewog, ihre wöchentliche Stundenzahl auf 20 zu reduzieren, werden die Aufgaben, die sie nun nicht mehr selbst erledigen kann, von einer – ebenfalls teilzeitarbeitenden – Mitarbeiterin übernommen. Eine Aufgabenumverteilung, so Hortig, die „nach einer gewissen Einarbeitungszeit“ heute „super“ funktioniert.

2.5. Trotz dieser positiven Beispiele: Firmen wie Bayer oder der Münchner Automobilhersteller BMW, die mit ihren laufenden Teilzeitinitiativen ausdrücklich auch das Management ansprechen, oder das ebenfalls in der bayerischen Landeshauptstadt ansässige Kaufhaus Beck, das seit Jahren als Paradebeispiel für flexible Arbeitszeiten gilt, stoßen mit ihren Angeboten auf wenig Resonanz in der Top-Etage. Als leuchtendes Beispiel vorangehen will kaum jemand. Es werde zwar viel geredet, beschreibt Hans-Dietrich Lindner, Leiter der Bayer-Personalabteilung Leitende Mitarbeiter, die Situation, „doch an uns werden nur ganz wenige Wünsche herangetragen“. Auch Peter Gaßner, Leiter Arbeitszeitpolitik bei BMW, ist überzeugt: „Eine Massenerscheinung wird das nicht.“

TTt3. Gesellschaftliche Normen

3.1. Das befürchtet auch Kaufmann-Hoeker. Die Bankerin macht vor allem die noch immer geltenden gesellschaftlichen Normen für die mangelnde Resonanz verantwortlich: Frauen, die aufgrund der zumeist ihnen zufallenden Hausarbeit und Kinderbetreuung gerne auf Teilzeitangebote zurückgreifen würden, hätten einfach kaum Führungspositionen inne. Denn schafften qualifizierte Mitarbeiterinnen den Sprung in die Spitze, dann seien sie „selten verheiratet und haben noch seltener Kinder“. Männer aber, die Teilzeit arbeiten, würden einfach noch nicht genügend anerkannt. „Was wir noch brauchen“, so ihre Einschätzung, „sind Vorzeigemänner.“

3.2. Einer, auf den diese Bezeichnung zutrifft, ist Ronrad Ess, Abteilungsleiter im Wertpapiergeschäft der Hypobank in München. Er beweist: es geht doch. Als „erster Mann auf dieser Ebene“ setzte er bei seinem Arbeitgeber Mitte letzten Jahres eine Vier-Tage- Woche durch. Der Vater von fünfjährigen Zwillingen, dem insgesamt 90 Leute unterstellt sind, wollte mehr Zeit für Frau und Kinder haben. Sein Motto: „Sowohl im Beruf als auch in der Familie professionell sein.“

3.3. Die Bank war skeptisch und befristete die Teilzeitvereinbarung zunächst auf ein Jahr. Inzwischen allerdings sind auch die letzten Zweifler überzeugt. Nicht nur der Vertrag von Ess wurde verlängert, es hat sich auch schon ein Nachahmer gefunden: Seit 1. November 1995 bleibt sein Kollege Herbert Hiller, Abteilungsleiter im Unternehmensbereich Firmen und Banken, ebenfalls freitags zu Hause, Hiller der mit seiner Frau im bayerischen Wald einen Gnadenhof für Hunde und Pferde unterhält, wollte sich einfach stärker im Tierschutz engagieren. Probleme mit ihrer eingeschränkten Anwesenheit haben beide nicht, „Man muß die Arbeit halt etwas anders strukturieren“, betont Hiller, dem im Stab zehn Mitarbeiter zugeordnet sind. Und er fügt hinzu: „Ich bin überzeugt davon, daß sehr viele Führungskräfte ihre Anwesenheit problemlos verringern könnten.“

TTt4. Vorbedingungen

4.1. Dennoch: Damit reduzierte Arbeitszeiten für Führungskräfte funktionieren, müssen einige Vorbedingungen erfüllt sein. Wer als Teilzeitchef oder -chefin nicht auflaufen will, braucht nicht nur verständnisvolle, sondern sogar unterstützende Vorgesetzte. Cornelia Hortig beispielsweise hebt ausdrücklich hervor, daß ihr Modell nur deswegen so reibungslos klappt, „weil gerade meine Chefin dem Vorhaben von Anfang an positiv gegenüber stand“. Auch Hiller unterstreicht, daß es letztlich das „Verständnis des Vorgesetzten und das positive Klima in der Bank zürn Thema Teilzeit“ gewesen seien, die ihn zu diesem Schritt ermutigt hätten.

4.2. Ebenso wichtig wie“ Rückendeckung von oben sind wohlgesonnene und flexible Kollegen. Wobei allerdings keiner der befragten Führungskräfte Mißgunst oder gar kontraproduktives Verhalten bei seinen Mitarbeitern bemerkt hat. Im Gegenteil: Früher sei es ihr schwer gefallen zu delegieren, erinnert sich Rotraut Rottländer von; der Bayer AG: „Das klappt jetzt prima und tut allen gut.“ Die Leiterin der im Personalwesen angesiedelten Abteilung „Beruf und Kind“ hat ihre Wochenarbeitszeit auf 31 Stunden reduziert und sieht mittlerweile nur noch Vorteile in diesem Arrangement. Zum einen für ihre 45 Mitarbeiter: „Deren Kompetenz und Selbständigkeit ist eindeutig gewachsen.“ Zum anderen für sich selbst: „Ich arbeite jetzt effizienter.“

4.3. Eine Einschätzung, die fast alle Führungskräfte teilen, die den Schritt in die Teilzeit gewagt haben und auch von Arbeitszeitexperten immer wieder herausgestellt wird. „Nicht, daß ich vorher meine Zeit vertrödelt hätte“, erläutert Horig, „aber jetzt bin ich einfach konzentrierter.“ Nicht wenige Fachleute behaupten sogar, daß Teilzeit gerade bei Führungskräften für Unternehmen zum lohnenden Geschäft wird: 70- bis 80-Prozent-Manager delegieren mehr, organisieren sich besser, arbeiten effizienter und schaffen so oftmals das gleiche Pensum wie Vollzeitkräfte – und das bei deutlich geringerem Einkommen. Banker Konrad Ess beispielsweise muß für seine Familienarbeit auf ein Fünftel seines Festgehältes verzichten. Allerdings – und das bestätigt die oben zitierten Experten: Der erfolgsabhängige Teil wurde nicht weniger.

4.4. Die meisten Betroffenen rechnen ohnehin anders. Friederike und Andreas Kirner beispielsweise verzichten gerne auf die 40000 Mark im Jahr, die sie mehr hätten, wenn sie beide Vollzeit arbeiten würden. Statt dessen teilt sich das Ehepaar seit Oktober 1991 nicht nur eine Referentenstelle im Bundesfrauenministerium, sondern auch die Betreuung der beiden Kinder. Andreas Kirner: „So sind Freuden und Pflichten einfach gerechter verteilt.“

TTt5. Lebensqualität

5.1. Auch Banker Hiller betont: „Das Mehr an Lebensqualität wiegt den Einkommensverlust dicke auf.“ Hiller weiß jedoch auch, daß er bei seinem Einkommen leichter verzichten kann als ein kleiner Angestellter, „der vielleicht noch zwei Töchter studieren lassen möchte“. Auch dies ist eindeutig ein Argument für reduzierte Arbeitszeiten gerade auf höher qualifizierten Positionen.

5.2. Probleme haben die Teilzeit-Vorgesetzten – wenn überhaupt – zumeist nur am Anfang, und dann schwerpunktmäßig mit der Kommunikation. Durch ihre eingeschränkte Anwesenheit, so berichten fast alle, sei der spontane Informationsfluß spärlicher geworden. Rotraut Rottländer entsinnt sich: „Ich habe schnell gemerkt, daß wir mehr miteinander reden müssen.“ Auch Konrad Ess erinnert sich, daß es eine Weile dauerte, bis seine Mitarbeiter wirklich verinnerlicht hatten, daß er einen Tag der Woche nicht anwesend ist: „Aus alter Gewohnheit haben die mir immer wieder Termine auf Freitag gelegt.“ Beide betonen jedoch, daß sich die Unstimmigkeiten recht schnell hätten beseitigen lassen.

TTt6. Flexibilität

6.1. Führen in Teilzeit verlangt nicht zuletzt auch von den Betroffenen selbst Flexibilität. Ein stures Beharren auf einmal vereinbarten Zeiten kommt für keinen in Frage. Wenn Not an der Frau sei, betont beispielsweise Christel Kaufmann-Hocker, sei sie jederzeit auch zu Hause zu erreichen. Und was für Kaufmann-Hocker gilt, gilt auch für alle anderen: „Bei dringenden Terminen bin ich da.“ Am Anfang, berichtet Ess, sei es ihm dann schwergefallen, die zusätzlich

investierte Zeit wieder auszugleichen. Inzwischen jedoch hat er dazugelernt. Wird der Freitag ausnahmeweise zum Werktag, dann wird eben der kommende Montag zum „Frei“-Tag.

Frauke Mann

TT12. Jobkiller Überstunden

Für die Mehrheit der Bundesbürger ist Dienst nach Vorschrift ein Fremdwort.

TTt1

1.1. Flexible Arbeitszeiten, so das Ergebnis einer Studie des Instituts zur Erforschung sozialer Chancen (ISO), Köln, sind in Unternehmen und im Öffentlichen Dienst längst nichts Außergewöhnliches mehr. Nur noch knapp ein Fünftel der Beschäftigten in Deutschland arbeitet heute noch von montags bis freitags zu festgelegten Zeiten. Bedenklich: Immer mehr Arbeitnehmer leisten immer mehr Überstunden – und tragen damit beträchtlich zur hohen Arbeitslosigkeit bei.

1.2. Die 1995 herausgegebene ISO-Studie ist das jüngste Produkt einer seit 1987 laufenden Arbeitszeitberichterstattung des Instituts, die vom Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen finanziell gefördert wird.

1.3. Frank Bauer, Hermann Groß und Gabi Schilling, die Verfasser der Studie, haben 4085 Beschäftigte (2321 in den alten und 1764 in den neuen Bundesländern) zu ihren Arbeitszeiten und -wünschen befragt. Wichtigstes Ergebnis: 1995 arbeiteten nur noch 19 Prozent der Arbeitnehmer zu festgelegten Zeiten. Fünf Jahre zuvor, 1989, waren es noch 24 Prozent gewesen.

1.4. Das Ausmaß flexibler Arbeitszeiten nimmt weiter zu. Dies gilt insbesondere für die Form der Teilzeitarbeit mit einem Beschäftigtenanteil von 18 Prozent. Bei Gleitzeitarbeit sind es 26 Prozent, bei Sonntagsarbeit 15 Prozent. Zu den flexiblen Arbeitszeiten zählt auch die Oberstundenarbeit. Sie hat sich ebenfalls deutlich erhöht, und zwar gleich in doppelter Hinsicht: Sowohl der Anteil der Überstundenbeschäftigten als auch das Überstundenvolumen sind spürbar gestiegen. „1995 wurden pro Beschäftigten pro Woche 2,2 Überstunden geleistet“, halten die drei ISO-Forscher fest. „Dies ergibt bei insgesamt 31 150000 abhängig Beschäftigten ein wöchentliches Volumen definitiver Überstunden von 68530000 Stunden.“ Bei einer durchschnittlichen tariflichen Wochenarbeitszeit der Vollzeitbeschäftigten von 38,8 Stunden entsprächen die mehr als 68 Millionen Überstunden rechnerisch einem Arbeitsplatz-Äquivalent von 1,7

Millionen Vollzeitarbeitsplätzen – 1,4 Millionen in den alten und 300000 in den neuen Bundesländern.

1.5. Dr. Axel Horstmann (SPD), Nachfolger von Franz Müntefering im Amt des nordrhein-westfälischen Arbeitsministers, wies in einer Stellungnahme auf die Ergebnisse der Studie darauf hin, dass noch zwei Jahre zuvor das Überstundenvolumen in den alten Bundesländern etwa 800000 Vollzeitarbeitsplätzen entsprechen habe, und bilanzierte: „Ein Anstieg von 800000 auf 1,4 Millionen in zwei Jahren – das ist nicht mehr akzeptabel.“ Angesichts der anhaltenden Massenarbeitslosigkeit sei der rasante Anstieg der geleisteten Überstunden unertüglich. Es müsse endlich eine ernsthafte Diskussion über eine bessere Verteilung der Arbeit geführt werden.

TTt2. Teilzeitarbeit

2.1. Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten, die an einer Teilzeitarbeit interessiert sind, liegt bundesweit bei 10 Prozent, wobei auf die Westdeutschen 11 Prozent und auf die Ostdeutschen 8 Prozent entfallen. Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten, die Vollzeit arbeiten möchten, liegt bundesweit bei 14 Prozent. 9 Prozent der Westdeutschen und 52 Prozent der Ostdeutschen würden eine Vollzeitarbeit vorziehen.

2.2. Unter den Beschäftigten, die regelmäßig Schicht- und Nachtarbeit verrichten, überwiegt die Zustimmung zu dieser Arbeitsform. In den neuen Bundesländern ist die Differenz zwischen Befürwortern (58 Prozent) und Gegnern (38 Prozent) ausgeprägter als in den alten Bundesländern (50 Prozent pro, 45 Prozent contra).

TTt3. Wochenendarbeit

3.1. Bei der Samstags- beziehungsweise Sonntagsarbeit können sich fast zwei Drittel der regelmäßig Betroffenen in Ost- und Westdeutschland damit nicht anfreunden. Die Zahl der Befürworter liegt in den neuen Bundesländern mit 43 Prozent deutlich höher als in den alten Bundesländern mit 32 Prozent.

3.2. Nachdenklich stimmt das Votum der Überstundenbeschäftigten. Während in den Jahren zuvor nur ein Drittel von ihnen den Status quo beibehalten wollte, sind es im Jahr 1995 42 Prozent. Die Verfasser der Studie resümieren: „Die Bereitschaft, Überstunden zu reduzieren, ist bei den Überstundenbeschäftigten deutlich zurückgegangen.“ Für immer mehr Arbeitnehmer, so NRW-Arbeitsminister Horstmann, seien Überstunden offensichtlich eine willkommene Möglichkeit, das durch steigende Steuern und Abgaben geschrumpfte Familienbudget aufzubessern. Der starke Anstieg der Überstunden sei möglicherweise ein Grund dafür, daß trotz des Wirtschaftswachstums ein Zuwachs an Arbeitsplätzen ausgeblieben sei.

3.3. Die ISO-Studie geht auch auf diejenigen Arbeitnehmer ein, die nicht regelmäßig Schicht-, Samstags-, Sonntags- und Überstundenarbeit leisten: Sie lehnen diese Arbeitsformen ab, wobei die Quoten zwischen 80 und 95 Prozent liegen. Immerhin läßt sich aus der Statistik herauslesen, daß bei denen, die nicht regelmäßig samstags arbeiten, die Bereitschaft zur Samstagsarbeit zugenommen hat. Ihr Anteil liegt bei 16 Prozent.

3.4. Sehr viel populärer ist die Gleitzeitarbeit: 85 Prozent der so tätigen Arbeitnehmer sehen diese Form der flexiblen Arbeitszeit als vorteilhaft an. Unter den Nichtgleit-Beschäftigten befürworteten 38 Prozent ihre Einführung. 56 Prozent lehnen sie ab.

3.5. Bauer, Groß und Schilling haben in ihrer Studie auch die tatsächlich geleistete, die vertraglich vereinbarte und die gewünschte Wochenarbeitszeit zueinander in Beziehung gesetzt. Die Wochenarbeitszeit aller Vollzeit- und Teilzeitkräfte beträgt bundesweit im Schnitt 38,7 Stunden (38,1 Stunden in den alten, 41,3 Stunden in den neuen Bundesländern). Bei der vertraglich festgelegten Arbeitszeit sind es bundesweit durchschnittlich 35,8 Stunden pro Woche (35,1 Stunden Ost- und 38,5 in Westdeutschland). Bei der gewünschten Arbeitszeit kommen bundesweit im Schnitt 34,7 Stunden zusammen (34,1 in den alten und 37,2 Stunden in den neuen Bundesländern).

3.6. Zwischen tatsächlichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten besteht eine Differenz von 4,0 Stunden (4,0 Stunden in den alten und 4,1 Stunden in den neuen Bundesländern). Zwischen vertraglichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten liegt der Unterschied bei 1,1 Stunden (1,0 in den alten und 1,3 Stunden in den neuen Bundesländern). Hochgerechnet entspricht die Differenz zwischen tatsächlichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten einem Arbeitsplatz-Äquivalent von rund 3,2 Millionen Vollzeit-Arbeitsplätzen (2,6 Millionen in den alten und 600000 in den neuen Bundesländern). Die Differenz zwischen vertraglichen und gewünschten Wochenarbeitszeiten ergibt rechnerisch ein Arbeits-Äquivalent von rund 850000 Vollzeit-Arbeitsplätzen (660000 in den alten und 190 000 in den neuen Bundesländern).

TTt4. Potentiale

4.1. Das größte Potential, die Arbeitszeit zu verringern, findet sich nach Angaben der Autoren bei den vollzeitbeschäftigten Männern, insbesondere in den alten Bundesländern. Hingegen wünschen sich vor allem die teilzeitbeschäftigten Frauen in den neuen Bundesländern eine kräftige Aufstockung ihrer vertraglichen Arbeitszeiten um 4,6 Wochenstunden.

Peter Werda

management & seminar 2/96

LEBENS LAUF

NIINA LEPA

Geb. 08.02.1955 in Russland, Kirower Gebiet, Kiknur

Adresse: Tartu, Nõlvaku 13–15

Staatsangehörigkeit: estnisch

Tel. +372 55614166

E-Mail: niina.lepa@ut.ee

Bildung

- | | |
|-----------|---|
| 1962–1972 | 2. Oberschule in Schachunja / Russland |
| 1972–1974 | Studium der Germanistik am Institut für Fremdsprachen in Nizhnij Nowgorod / Russland |
| 1974–1978 | Studium der Germanistik an der Humboldt-Universität zu Berlin / ehem. DDR. Abschluss: Diplom-Germanist |
| 1999–2003 | außerordentliches Magistertudium an der Abteilung für germanisch-romanische Philologie der Universität Tartu; am 27.10.2003 Verteidigung der Magisterarbeit zum Thema „Das Thema ‚Arbeitszeit-Modelle‘ in der Fachzeitschrift ‚management & seminar‘: Struktur und Funktion eines Makrotexes zu einem einheitlichen Thema“); <i>magister artium (cum laude)</i> |
| 2004–2009 | PhD-Studium am Institut für germanische, romanische und slawische Philologie der Universität Tartu |

Beruflicher Werdegang

- | | |
|-----------|---|
| 1978–1981 | Bibliothekarin der Wissenschaftlichen Bibliothek der Universität Tartu, gleichzeitig Lehrauftrag am Lehrstuhl für Fremdsprachen der Universität Tartu |
| 1981–1991 | Lehrkraft für Deutsch als Fremdsprache am Lehrstuhl für Fremdsprachen der Universität Tartu |
| seit 1991 | Lehrkraft für Deutsch als Fremdsprache am Sprachenzentrum der Universität Tartu |
| seit 2003 | Leiterin des Lektorats für Deutsch und Französisch am Sprachenzentrum der Universität Tartu |

Publikationen

1. Lepa, N.: „Zur Fachsprachlichkeit von populärwissenschaftlichen Texten am Beispiel eines Makrotextes der Zeitschrift ‚management & seminar‘“. In: Loogus, Terje/ Liimets, Reet (Hrsgg.): Germanistik als Kulturvermittler: Vergleichende Studien. Vorträge der III. Germanistenkonferenz an der Universität Tartu (Humaniora: Germanistica 3). Tartu: Tartu University Press, 2008, S. 107–121.
2. Lepa, N. / Koorits, K.: „E-teaching und Fachsprachenvermittlung im Rahmen der BA/MA-Umstellung: Die Auslandsperspektive zwischen Tradition und Neubeginn am Beispiel Tartu / Estland“. In: Chlosta, Ch./ Lederer, G./ Kirchner, B. (Hrsgg.): *Auf neuen Wegen. Deutsch als Fremdsprache in Forschung und Praxis. 35. Jahrestagung des Fachverbands Deutsch als Fremdsprache an der Freien Universität Berlin 2007* (= Materialien Deutsch als Fremdsprache, 79) (= Universitätsdrucke Göttingen). Göttingen: Universitäts-Verl., 2008, S. 221–225.
3. Lepa, N.: „AICT9. WebCT-Kurse zum fachlichen Grundwortschatz“. In: Kuteeva, M./ Martins, H. F. (Eds.): *Teaching and Learning LSP: Blurring Boundaries. Proceedings of the 6th International AELFE Conference*. Lisboa: Editorial do Ministério da Educação, 2007, S. 440–445.
4. Lepa, N.: „Zu Kohärenzbeziehungen im Makrotext einer Zeitschriftenrubrik“. In: Arold, A./ Cherubim, D./ Neuendorff, D./ Nikula, H. (Hrsgg.): *Deutsch am Rande Europas* (= Humaniora: Germanistica 1). Tartu: Tartu University Press, 2006, S. 269–282.
5. Lepa, N.: „WebCT- Kurs ‚Bewerbung‘“. In: Sorger, B. (Hrsg.): *Begegnungssprache Deutsch: Motivation, Herausforderung, Perspektiven. XIII. Internationale Tagung der Deutschlehrerinnen und Deutschlehrer Graz/Österreich, 1.–6. August 2005*. Thesenband. Wien, S. 190.

ELULOOKIRJELDUS

NIINA LEPA

08.02.1955 Venemaa, Kirovi obl., Kiknur

Elukoht: Tartu, Nõlvaku 13–15.

Kodakondsus: Eesti Vabariik

Tel. +372 55614166

e-post: niina.lepa@ut.ee

Haridus

- 1962–1972 Šahunja 2. Keskkool, Venemaa
1972–1974 Gorki (Nižni Novgorod) Pedagoogiline Võõrkeelte Instituut, Venemaa
1974–1978 Berliini Humboldti-nimeline Ülikool, SDV (diplomeeritud germanist)
1999–2003 erakorraline magistrantuur TÜ saksa filoloogia osakonna juures; magistritöö kaitsmine 27.10.2003 (teema: „Das Thema ‚Arbeitszeit-Modelle‘ in der Fachzeitschrift ‚management & seminar‘: Struktur und Funktion eines Makrotextes zu einem einheitlichen Thema”); *magister artium (cum laude)*
2004–2009 doktoriõpe TÜ germaani, romaani ja slaavi filoloogia instituudi juures

Teenistuskäik

- 1978–1981 T(R)Ü Teadusliku Raamatukogu redaktor ja raamatukoguhoidja
T(R)Ü võõrkeelte kateedri õppeülesandetäitja (saksa keel)
1981–1991 TÜ võõrkeelte kateedri saksa keele õpetaja
1991– TÜ keeleteaduse saksa keele õpetaja
2003– TÜ keeleteaduse saksa ja prantsuse keele lektoraadi juhataja

Publikatsioonid

1. Lepa, N.: „Zur Fachsprachlichkeit von populärwissenschaftlichen Texten am Beispiel eines Makrotextes der Zeitschrift ‚management & seminar“”. In: Loogus, Terje/ Liimets, Reet (Hrsgg.): Germanistik als Kulturvermittler: Vergleichende Studien. Vorträge der III. Germanistenkonferenz an der Universität Tartu (Humaniora: Germanistica 3). Tartu: Tartu University Press, 2008, S. 107–121.

2. Lepa, N. / Koorits, K.: „E-teaching und Fachsprachenvermittlung im Rahmen der BA/MA-Umstellung: Die Auslandsperspektive zwischen Tradition und Neubeginn am Beispiel Tartu / Estland“. In: Chlosta, Ch./ Lederer, G./ Kirchner, B. (Hrsgg.): *Auf neuen Wegen. Deutsch als Fremdsprache in Forschung und Praxis. 35. Jahrestagung des Fachverbands Deutsch als Fremdsprache an der Freien Universität Berlin 2007* (= Materialien Deutsch als Fremdsprache, 79) (= Universitätsdrucke Göttingen). Göttingen: Universitäts-Verl., 2008, S. 221–225.
3. Lepa, N.: „AICT9. WebCT-Kurse zum fachlichen Grundwortschatz“. In: Kuteeva, M./ Martins, H. F. (Eds.): *Teaching and Learning LSP: Blurring Boundaries. Proceedings of the 6th International AELFE Conference*. Lisboa: Editorial do Ministério da Educação, 2007, S. 440–445.
4. Lepa, N.: „Zu Kohärenzbeziehungen im Makrotext einer Zeitschriftenrubrik“. In: Arold, A./ Cherubim, D./ Neuendorff, D./ Nikula, H. (Hrsgg.): *Deutsch am Rande Europas* (= Humaniora: Germanistica 1). Tartu: Tartu University Press, 2006, S. 269–282.
5. Lepa, N.: „WebCT- Kurs ‚Bewerbung‘“. In: Sorger, B. (Hrsg.): *Begegnungssprache Deutsch: Motivation, Herausforderung, Perspektiven. XIII. Internationale Tagung der Deutschlehrerinnen und Deutschlehrer Graz/Österreich, 1.–6. August 2005*. Thesenband. Wien, S. 190.

DISSERTATIONES PHILOLOGIAE GERMANICAE UNIVERSITATIS TARTUENSIS

1. **Anne Arold.** Kontrastive Analyse der Wortbildungsmuster im deutschen und im estnischen (am Beispiel der Aussehensadjektive). Tartu, 2000, 310 S.
2. **Siret Rutiku.** Über das Verhältnis des Dichterischen zum Religiösen am Beispiel der Lyrik Jochen Kleppers. Tartu, 2000, 265 S.
3. **Eve Pormeister.** Bilder des Weiblichen in der deutschsprachigen Schweizer Frauenliteratur. Tartu, 2003, 395 S.
4. **Reet Liimets.** *Mina* kui ruumilis-ajaline konstrukt: eesti ja saksa noorte elufiktsioonid. Tartu, 2005, 183 lk.