Vorlage für Exzerpte

Exzerpte helfen dir, Lesezeit zu sparen und das Gelesene schneller zuzuordnen. So vermeidest du unnötige Schleifen im Schreibprozess. Tipp: immer direkt Seitenzahl notieren, um spätere Schleifen zu vermeiden. Am Ende dieser Datei findest du übrigens ein Beispielexzerpt.

# Aufbau von Exzerpten:

###### Vorbereitung:

|  |
| --- |
| Bibliografische Angaben: |
| Welche Leitfragen soll dieser Beitrag beantworten/Warum lese ich dieses Buch?  |
| In welchem Verhältnis steht dieser Beitrag zu meiner Fragestellung?  |
| Welche Teile des Textes sind für mich relevant?  |
| In welchen Kapiteln meiner Arbeit kann ich diesen Text nutzen? |

# Exzerpt einschlägiger Kapitel (Bitte immer Seitenzahlen notieren):

# Zusammenfassung des Textes (3-4 Zeilen):

Vorlage für Exzerpte

Exzerpte helfen dir, Lesezeit zu sparen und das Gelesene schneller zuzuordnen. So vermeidest du unnötige Schleifen im Schreibprozess. Tipp: immer direkt Seitenzahl notieren, um spätere Schleifen zu vermeiden.

# Aufbau von Exzerpten:

###### Vorbereitung:

|  |
| --- |
| Bibliografische Angaben:Sprache in Geschäftsberichten, Piwinger in Handbuch Sprache in der Wirtschaft, 324-342 |
| Welche Leitfragen soll dieser Beitrag beantworten/Warum lese ich dieses Buch? Fassung sprachlicher Auffälligkeiten der Wirtschaftskommunikation, anschließend Erklärung, warum  |
| In welchem Verhältnis steht dieser Beitrag zu meiner Fragestellung? Hypothese 2: Konstitution von Wirtschaftssprache, Vergleichspunkt für Löffler |
| Welche Teile des Textes sind für mich relevant? Einleitung, Fazit, sprachliche Merkmale der Unternehmenssprache in Kap. 2 |
| In welchen Kapiteln meiner Arbeit kann ich diesen Text nutzen?Abgleich eigene Analyse mit Erkenntnissen zur Geschäftsberichtssprache nach Piwinger (Kap. 6.3) |

# Exzerpt einschlägiger Kapitel (Bitte immer Seitenzahlen notieren):

324:

= fachsprachliche Prägung

Anglizismen wg. internationaler Gesamtorientierung/Konzernsprache

324 F.: These Fachsprache von und für Experten 🡪 resricted Verständlichkeit

325: GB als wichtigstes UK-Kommunikat, Primärfkt = Info

Positiver Wert, wenn er begründet, erklärt und erläutert….

326: defizitär, weil Vstdlk und holistische UN-beschreibung oft verborgen liegen

(einfache Sätze, prägnante Formulierungen und geläufige Wörter)

Forderung nach Auth

Adressat: kundiger Anleger [heute ist es viel mehr, sthmngm]

326 f.: motto, logo, ci als obligatorisch, bisweilen jahres-/berichtsmottos

327: Oft kleidet sich die Sprache in die Form des Passivs und reflexiv verwendeter Verben wie erhöhte sich, reduzierte sich, verbesserte sich, wurde beschlossen, haben sich. Agensverschweigung

328: *Wechselt der Sprachduktus im Periodenvergleich von eindeutigen zu eher vagen Formulierungen, so deutet es für sie auf eine sich ändernde Situation hin, die es weiter aufmerksam zu beobachten gilt.*

Selbstlob: Metaphern (Branchenprimus), Täterbezeichnungen mit fremdwörtlicher Basis (outperformer), attributive Wortgruppen (die McKinseys der Branche, mächtiger Nischenspieler) sowie hochwertende Beiwörter (wunderbar, zuverlässig) und klassifizierende Einordnungen (zu einer Elite gehören):

Explizites Selbstlob signalisiert, dass es auf die Deutung des Lesers gar nicht ankommt

329: *Ein kleineres Maß mehr an Bescheidenheit könnte dem Ansehen im Einzelfall nicht schaden und wäre manchmal sogar der bessere Weg, sich in Szene zu setzen*. = DOWNGRADING

Plastikwörter = managementsyntagmen

Hohe adjfrequenz: Nach ihrer Häufigkeit gezählt sind Adjektive wie *konsequent, strategisch, nachhaltig, global, innovativ, ganzheitlich, herausfordernd und systematisch* die bevorzugtesten Vokabeln in Geschäftsberichten.

330: absolutsetzungen [in verbindung mit schönrednerei.

330: oft mehrere Stimmen/prodinstanzen, dies zeigt bereits die komplexität der textsorte. Weiterhin erschwert es die verständlichkeit, da erneut noch fachsprachlicher perspektiviert wird

331: Finanzbericht: nominalstil, wenige adjektive, sehr komplex, viele Anglizismen und nominalstil

Informationsgetrieben, aber unverständlich

333: *In einigen Passagen werden die Mitarbeiter überschwänglich gelobt: das Gesicht des Konzerns, eine tragende Säule, knappes Gut, wertvollste Ressource, Schlüssel für den Erfolg, Garant für den Unternehmenserfolg oder ein zentraler Erfolgsfaktor, kreativer Leistungsträger u. v. a. m.; an anderer Stelle wenig zimperlich mit sachlicher Rhetorik bedacht: Personalressourcen werden abgebaut, ein- und ausgegliedert, hin und her geschoben, gestrafft, reduziert und verschlankt*

* In sich widersprüchliche Darstellungen

Wenig menschliches bild vom ma (s. auch hann re, erfolgsgetrieben)

335 f.: Aktionärsbrief steht stellvertretend für die prodorientierung, die schaffung von vertr zum leser entfällt

337: Rechtlich-regulatorische aspekte werden fokussiert, sprache und auch konzeptionelle herangehensweise oft ignoriert.

338 Kaum studien zu senderabsicht und lesererwartung

339: die meisten gbs wenden sich an niemanden, sprechen niemanden an.

Narrative Elemente gefordert.

# Zusammenfassung des Textes (3-4 Zeilen):

Ziel von gb: anleger zum investieren bringen. Auf der sprachlichen ebene werden potentiale hierzu jedoch oft verschenkt. Auch sonstige positive wirkungen auf andere stakeholdergruppen wie mitarbeiter fallen aus. Gerade in ger sind gbs optimierungsbedürftig. Auf der sprachlichen oberfläche gereichen mangelhafte aspekte von nominalstilistischer unverständlichkeit, nicht reflektierter ressourcen-syntagmen im personalbereich bis hin zu adjektiven des selbstlobs. Auch die absolutsetzung des eigenen könnens ist sehr prominent, hier treten starke widersprüchlichkeiten zur lesererwartung und zur lesermeinung auf.

###### Auswertung mit Bezug zur Varietätenlinguistik:

Die Berichtserstellung ist zielgruppenrestringierend. Es etabliert sich gerade im Finanzbereich eine Experten-Experten-Kommunikation, die andere Stakeholder quasi ausschließt. Damit ist die sprachliche Darstellung allerdings auch gruppenkonstituierend, jedoch nur für eine kleine Gruppe der Tops, die dann nach unten kommunizieren. Diese Praxis ist definitiv in Frage zu stellen.

Die kommunikative Reichweite des Inhaltssystems ist in jedem Fall begrenzt, was mit Blick auf die allgemeine Zugänglichkeit von Geschäftsberichten bisweilen überrascht.

# Erläuterungen zum Exzerpt:

Die sprachliche Korrektheit ist im Exzerpt weniger wichtig (s. Kleingeschriebenes), vielmehr soll dir bei einem zweiten Blick auf das Exzerpt deutlich werden, welche Inhalte des Werkes du wiederverwerten kannst.

Meine Frage an den exzerpierten Artikel lautete: Welche sprachlichen Mittel und welche Widersprüche erkennt der Autor in Geschäftsberichten. Die sprachlichen Mittel habe ich je in gelber Farbe hinterlegt. Nach 🡪 oder in Kapitälchen (DOWNGRADING) stelle ich zudem weiterführende Aspekte mit Bezug zu meiner Fragestellung dar.

Auf dieser Basis kann ich das Exzerpt im späteren Textprozess optimal nutzen.