

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV ČESKO-NĚMECKÝCH AREÁLOVÝCH STUDIÍ A GERMANISTIKY

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Gegenwärtige fachsprachliche Tendenzen im Bereich des
Umweltschutzes

Vedoucí práce: Mgr. Magdalena Malechová, Ph.D.

Autor práce: Bc. Kateřina Podlešáková

Studijní obor: CNASn

Ročník: 2.

2019

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně, pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledky obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

České Budějovice 9. května 2019

Vlastnoručně

Bc. Kateřina Podlešáková

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei der Betreuerin meiner Diplomarbeit, Frau Mgr. Magdalena Malechová, Ph.D., für ihre fachkundige Leitung, wertvollen Ratschläge, sachlichen Hinweise, konstruktiven Anmerkungen, aufgewendete Zeit und ihr aufmerksames Korrekturlesen besonders bedanken.

Anotace

Diplomová práce se zakládá na odborném jazyku recyklace a zpracování plastů a zohledňuje jednotlivé jazykové a textové rysy. Charakteristické znaky jsou analyzovány na základě prospektů získaných na mezinárodním veletrhu *Fakuma* věnujícímu se právě tomuto průmyslovému odvětví. Nejprve zaměříme pozornost na definování odborného jazyka samotného, přestaveny budou i různé pohledy na tuto problematiku, později se práce zaměří na odborný jazyk techniky, chemie a ekologie, které se objevují v analyzovaných technických reklamních prospektech. Značnou roli zde hraje i reklama, proto se jí věnuje druhá kapitola. Empirická část se soustředí na rozbor textů podle konkrétních jazykových rovin, a sice od textové, stylistické, přes lexikální, až po morfologickou. Na závěr jsou zařazeny tabulkové přehledy a shrnující kapitola.

Klíčová slova: odborný jazyk – odborný jazyk techniky – odborný jazyk chemie – odborný jazyk ekologie – jazyk reklamy – technické reklamní prospekty

Abstract

The following Master thesis is based on the technical language of recycling and plastic processing taking into consideration the relevant language and text attributes. Characteristic features are analysed on the basis of leaflets acquired at the international trade fair *Fakuma* focussing on this particular industry. First, the Master thesis concentrates on the definition of technical language itself presenting different points of view of this issue. Furthermore, the thesis focuses on the technical language of technology, chemistry and ecology which is employed in the analysed leaflets. Of major importance for the flyers is also the element of advertising which is elaborated in the second chapter. The empirical part of the thesis concentrates on a text analysis of each of the language subsystems: textual, stylistic, lexical and morphological. To conclude with, the thesis provides table overviews and a summarizing chapter.

Keywords: technical language – technical language of technology – technical language of chemistry – technical language of ecology – language of advertising – technical leaflets

Annotation

Die vorliegende Diplomarbeit beruht auf der Fachsprache des Bereiches Recycling und Kunststoffverarbeitung mit Berücksichtigung einzelner sprachlicher und textueller Merkmale. Die charakteristischen Kennzeichen werden anhand der, an der internationalen Messe *Fakuma*, gesammelten Prospekte analysiert, die sich gerade diesem Industriezweig widmen. Anfangs wird die Aufmerksamkeit auf das Definieren der Fachsprache selbst gerichtet, es werden verschiedene Stellungnahmen dieser Problematik dargestellt. Später konzentriert man sich auf die Fachsprache der Technik, der Chemie und der Ökologie, die in den untersuchten technischen Werbetexten vorkommen. Da auch hier die Werbung eine beträchtliche Rolle spielt, wird dieser das zweite Kapitel gewidmet. Im empirischen Teil orientiert sich die Analyse der Texte an konkreten sprachlichen Ebenen – von der textuellen und stilistischen, über lexikalische bis zur morphologischen Ebene. Zum Schluss wird eine tabellarische Übersicht und ein zusammenfassendes Kapitel eingeordnet.

Schlüsselwörter: Fachsprache – Fachsprache der Technik – Fachsprache der Chemie – Fachsprache der Ökologie – Werbesprache – Technischer Werbetext

Inhaltverzeichnis

EINLEITUNG	7
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	9
THEORETISCHE GRUNDLAGEN	10
1 FACHSPRACHE UND GEMEINSPRACHE.....	10
1.1 Allgemeines zu den Begriffen der Fach- und Gemeinsprache	10
1.2 Charakteristik der Fachsprache	11
1.3 Bestimmung von Fachsprachen.....	17
1.4 Gliederung von Fachsprachen	22
1.4.1 Horizontale Gliederung.....	22
1.4.2 Vertikale Gliederung.....	24
1.5 Geschichte der Disziplin.....	24
1.6 Arten der sich zum analysierten Korpus beziehenden Fachsprachen.....	26
1.6.1 Fachsprache der Technik	26
1.6.2 Einzelne sprachliche Ebenen	28
1.7 Fachsprache der Chemie.....	28
1.8 Fachsprache der Ökologie und des Umweltschutzes.....	30
1.8.1 Problematik des Erforschungsgrades der Fachsprache des Umweltschutzes.....	30
1.8.2 Kurzer Exkurs in die Geschichte	30
1.8.3 Nähere Charakteristik der Fachsprache der Ökologie	32
1.8.4 Einzelne sprachliche Ebenen dieser Varietät.....	33
2 WERBUNG	34
2.1 Technischer Werbetext	38
PRAXISORIENTIERTER TEIL	42
3 ANALYSE DER AUSGEWÄHLTEN TEXTE	42
3.1 Methodologie des Analyseverfahrens	42
3.2 Textuelle Ebene	43
3.3 Syntaktische Ebene.....	44
3.4 Lexikalische Ebene.....	44
3.5 Morphologische Ebene	45
3.6 Phonetische Ebene	46
TEXT 1 – Analyse	46
TEXT 2 – Analyse	49
TEXT 3 – Analyse	52
TEXT 4 – Analyse	57
TEXT 5 – Analyse	61
3.7 Zusammenfassende Übersicht der analysierten Texte	64
3.8 Tabellarische Übersicht der analysierten Texte.....	68
SCHLUSSFOLGERUNG.....	70
LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS.....	74
I. Primär- und Sekundärliteratur	74
II. Internetveröffentlichungen	76
ANHANG	77

EINLEITUNG

Die Sprache ist ein untrennbarer Bestandteil unseres Lebens und jeder Mensch tritt mit ihr täglich in Kontakt. Der gleichen Situation begegnet man auch am Arbeitsplatz, hier ist sie zwar schon fachspezifisch ausgerichtet, doch ohne sie wäre eine Kommunikation unmöglich. Im Gegensatz zur Alltagsprache muss man einige Bedingungen bei der Nutzung der Fachsprache erfüllen, sonst kann es zu großen Missverständnissen kommen. Essenziell ist vor allem die Kenntnis der Fachterminologie und eine sichere Orientierung in der Fachrichtung selbst, falls es zu einem Missverständnis kommen sollte, stellt man sofort die Diskrepanz fest.

Die einzelnen Bereiche unterliegen einer ständigen Entwicklung, was mit dem nie endenden Prozess des Lernens zusammenhängt. Herangezogen werden muss auch der Charakter des Fachbereichs, bei neuen Gebieten wie Recycling oder Kunststoffbearbeitung findet man bisher unbekannte Verfahren und versucht auch innovative Technologien im Fachkreis zu implementieren, weil der Bereich des Umweltschutzes ein beträchtliches Feld einnimmt. Deswegen wird hier auf konkrete Textarten eingegangen, speziell auf die Kunststoff-Problematik. Recycling und alles damit Verbundene wird immer moderner, und dringt in das Sehenspektrum von einer wachsenden Anzahl an Leute ein, auch aus den Reihen der Laien. Überraschender Weise ist die Forschung von der Seite der Sprachforscher etwas vernachlässigt. Vielleicht hängt dies damit zusammen, dass die Linguisten diese Komponenten der Sprache eher nur aus dem lexikalischen Gesichtspunkt betrachtet haben und weil dieses Fach erst in letzten Jahren expandiert ist, hat man auf ausführliche Analysen verzichtet. Doch wird diese Thematik peripher betrieben (in Bezug auf die Ökologie allgemein, der Recycling selbstverständlich obliegt) – im Artikel von Ulrike Haß-Zumkehr *Die Fachsprache der Ökologie im 20. Jahrhundert* (1998) und heutzutage dann von Annikki Liimatainen in *Untersuchungen zur Fachsprache der Ökologie und des Umweltschutzes im Deutschen und Finnischen* (2008).

Das Ziel der vorliegenden Diplomarbeit ist es festzustellen, welche Tendenzen sich in technischen Werbetexten zeigen, die ausschlaggebend für die Repräsentation der einzelnen Firmen an einer internationalen Messe sind, und in denen das Hauptthema Recycling und Verarbeitung der Kunststoffe ist. Revidiert werden nicht nur die einzelnen sprachlichen Mittel der lexikalischen Ebene, wo man vor allem mit einem großem Anteil von Fachtermini rechnet, sondern auch der Satzbau, die Bildanhänge, die Form der Texte und andere Elemente der sprachlichen und textuellen Fachbezogenheit

zum Fachbereich Recycling. Die konkreten Geschäftsnamen werden nicht erwähnt, weil sie keine Rolle in der Analyse spielen. Die Analyse beruht auf fünf unterschiedlichen Texten, jeder mit individuellem Format. Damit verbunden kann man sich dann auch die Frage stellen, welche Art und Weise der fachlich gerichteten Sprache es am meisten in Prospekten dieser Art gibt? Benutzen die Schöpfer ähnliche oder sogar gleiche Formulierungen oder stilistische Mittel? Oder ist jedes Material ein alleinstehendes Original in jeder Hinsicht?

Damit die Grundlagen des Faches Fachsprachenlinguistik nicht vernachlässigt werden, zielt man im ersten Kapitel auf die Theorien und unterschiedliche Erfassungen dieser sprachwissenschaftlichen Disziplin. Zwingend zu erwähnen sind die versierten Sprachforscher wie Hans-Rüdiger Fluck, Lothar Hoffmann oder Thorsten Roelcke zu erwähnen. Um die Anzahl an Thesen möglichst groß zu halten, wählt man aber auch die in der letzten Zeit publizierenden Autoren. Bevor die Fachsprache selbst dokumentiert wird, wird ihre Beziehung zur Gemeinsprache vorgestellt. Außerdem widmet man sich auch den einzelnen fachsprachlichen Spezifika und die Geschichte der Entwicklung des Faches wird kurz erläutert. Wichtig ist auch die Frage, nach welchen Fachsprachen diese Prospekte repräsentiert werden. Da dieser Aspekt viel variiert und von Text zu Text unterschiedlich ist, ordnet man auch wortkarge Charakteristika der Fachsprache der Technik, der Chemie, der Ökologie und des Umweltschutzes ein. Die Texte sind allgemein auf dem Prinzip des Anwerbens neuer Partner gestaltet, sie sind also in bestimmten Fällen durch bunte Mittel der Werbung determiniert. Die Autorin Rosemarie Gläser, die sich als einzige mit dieser Art der Texte beschäftigt, berücksichtigt ihre gemeinsamen Hauptmerkmale, und da gerade der Einfluss der Werbung in technischen Werbetexten erwünscht ist, wird diese Problematik im zweiten Kapitel veranschaulicht.

In praxisorientiertem Teil werden die konkreten Materialien analysiert. Zuerst kommt die Bewertung des Textes als Ganzes, dann folgt die textuelle, stilistische, lexikalische und morphologische Ebene. Phonetische Elemente werden nicht in Betracht genommen, weil alle herangetragenen Broschüren in schriftlicher Form herausgegeben wurden. Zum Schluss folgen Übersichtstabellen und Zusammenfassung der festgestellten Kennzeichen und typischen Eigenschaften der bearbeiteten Texte. Es ist ein Versuch, zumindest einen kleinen Teil von unerforschten Gebieten zu untersuchen und damit auch mehr oder weniger deutliche Lücken im Rahmen der fachsprachlichen Forschung zu schließen.

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Abb. – Abbildung

d. h. – das heißt

EU – Europäische Union

Nr. – Nummer

sog. – sogenannt

usw. – und so weiter

z. B. – zum Beispiel

THEORETISCHE GRUNDLAGEN

1 FACHSPRACHE UND GEMEINSPRACHE

1.1 Allgemeines zu den Begriffen der Fach- und Gemeinsprache

Es gibt nicht nur eine sprachliche Variation, die man in Leben verwendet. Der Sprachgebrauch ist von Mensch zu Mensch unterschiedlich, was auch mit alltäglichen Situationen zusammenhängt. Diese einzelnen Formen bezeichnet man als Varietäten. Als Beispiele kann man Alltagssprache, Mediensprache, Verwaltungssprache oder Literatursprache nennen. Die Varietät, mit welcher man in den Fachbereichen in Kontakt kommt, nennt sich Fachsprache.¹

Dieser Begriff selbst erweckt ständige Diskussionen bei Sprachwissenschaftlern und z. B. auch auf dem nahen Terminus der Sondersprache wird oft Kritik geübt, wegen ihrer Verhinderung von Interaktion zwischen Fachsprache und Gemeinsprache. Sie umfasst beispielsweise die Sprache von Jägern und Studenten und nähert sich eher der Gemeinsprache, die sich auf Verschlüsselung richtet. Die Fachsprache orientiert sich, im Gegensatz zu Allgemeinsprache, hauptsächlich auf die Deutlichkeit und Eingängigkeit.²

Bei Fachsprachen werden andererseits die den Text beeinflussenden Unterschiede oder die Sprache berücksichtigt. Konkret also die Bedeutung der Wörter verändernden Eigenschaften und auch der Fakt, welchen Platz die Vokabeln im Sprachsystem einnehmen. Wichtig bei der Frage nach dem Ursprung ist, dass die Fachsprache von der Gemeinsprache hervorgeht, jedoch nicht alleine existieren kann. Bei der Beschreibung verschiedener Themen sind beide dieser Kommunikationsmittel verwurzelt. Es geschieht aber dank immer neuer Verbreitung von Fachgebieten, dass in manchen Fällen die lexikalische Struktur ziemlich veraltet wirkt. Ein interessanter Fakt ist auch der größere Umfang bei der Fachsprache als bei der Gemeinsprache.³ STEINHAUER skizziert ebenfalls die Idee von KALVER-KÄMPER, der die beiden Termini Fachsprache und Gemeinsprache beurteilt und kommt zu dem Schluss von unvollständigen und ungenauen Begrenzungen.⁴ Anhand der unterschiedlichen

¹ Vgl. KONTUTYTĖ, Eglė. *Einführung in die Fachsprachenlinguistik*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2017, S. 6.

² Vgl. FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. 4. Auflage. Tübingen: Francke Verlag, 1991, S. 11.

³ Vgl. STOLZE, Radegundis. *Fachübersetzen – Ein Lehrbuch für Theorie und Praxis*. 3. Auflage. Berlin: Frank & Timme GmbH, 2013, S. 42–43.

⁴ Vgl. STEINHAUER, Anja. *Sprachökonomie durch Kurzwörter. Bildung und Verwendung in der Fachkommunikation*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2000, S. 59.

Auffassungen der einzelnen Autoren ist gut die „chaotische“ Entwicklung des Faches erkennbar.

Die Diskrepanz zwischen beiden Begriffen herrscht auch darin, dass die Gemeinsprache allen Mitgliedern des Sprachsystems gleichwertig dient. Wohingegen die Fachsprache nur auf ein enges Interessengebiet abzielt. Der Wortschatz der Gemeinsprache ist auf der großen sprachlichen Basis gegründet, was mit Fachsprache fast nicht vergleichbar ist, Nuancen sind auch in qualitativen Unterschieden ersichtlich.⁵

MENTRUP plädiert für einen abweichenden Gesichtspunkt. Die Fachsprache wird nicht von Personen, sondern von der Sache bestimmt, also stehen die Fachleute nicht an erster Stelle. Berücksichtigt werden auch unterschiedliche Wahrnehmungen von einzelnen Disziplinen, ihre Stellung im Rang und der Vergleich mit neu entstandenen Fachrichtungen.⁶ Fachsprache basiert vor allem auf der genaueren Definition festgestellter Beschreibung. Dies hat Einfluss auf zahlreiche Bereiche der Disziplin, wie z. B. ihre Umrisse in der Fachrichtung bestimmt werden, oder auch die Stellung zu ähnlichen fremdsprachlichen Texten.⁷ Andere Eigenschaften, Charakteristika und problematische Aspekte werden in den folgenden Unterkapiteln ausführlich analysiert.

1.2 Charakteristik der Fachsprache

Der Terminus **Fachsprache** erscheint nicht als einzig gültige Bezeichnung dieses linguistischen Teils der Sprachwissenschaft, man kann Begriffen wie **Fachjargon** oder **Fachchinesisch** begegnen. MÖHN und PELKA berücksichtigen in erster Linie die Bedürfnisse der Sprecher. Der Bezug auf die konkrete „fachliche“ Situation wird hier deutlich. Diese Handlung hat dann die Verwendung von geeigneten und zugleich auch charakteristischen Ausdrücken zur Folge.⁸

Fachsprachen (auf Englisch „special“ oder „technical languages“) schließen auch solche Benennungen als Technolekte, im Kontext von Sprachwissenschaft Beruf-, Arbeit-, Handwerk-, Sonder- oder Teilsprache, ein. Dieser Teilung entspricht die

⁵ Vgl. DROZ, Lubomir und Wilfried SEIBICKE. *Deutsche Fach- und Wissenschaftssprache. Bestandsaufnahmen. Theorie. Geschichte.* Wiesbaden: Oscar Brandstetter Verlag KG, 1973, S. 1.

⁶ Vgl. MENTRUP, Wolfgang. *Überlegungen zur lexikographischen Erfassung der Gemeinsprache und der Fachsprachen.* In: *Interdisziplinäres Deutsches Wörterbuch in der Diskussion.* Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann, 1978, S. 48–49.

⁷ Vgl. MÖHN, Dieter. *Fach- und Gemeinsprache. Zur Emanzipation und Isolation der Sprache.* In: *Fachsprache und Gemeinsprache. Texte zum Problem der Kommunikation in der arbeitsteiligen Gesellschaft.* Frankfurt am Main: Verlag Moritz Diesterweg, 1975, S. 34.

⁸ Vgl. MÖHN, Dieter und Roland PELKA. *Fachsprachen. Eine Einführung.* Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1984, S. 5–10.

Vorstellung, dass die bezeichneten Gegenstände immer einer bestimmten Teilung in verschiedenen Sprachgruppen unterliegen. Die Isolation von der Gemeinsprache ist hier erkennbar, die Ausdrücke formen dann ein eigenes System von Sprache.⁹ Die Autoren bringen in dieser Sprachdisziplin im Allgemeinen ähnliche Anschauungen des Fachgebiets, in einzelnen Werken treten aber wichtige Unterscheidungen zutage, die in den folgenden Seiten präsentiert werden.

BUßMANN definiert die Fachsprache in ihrem Lexikon wie folgt: diese Varietät, die meistens die berufsspezifischen Sachbereiche und Tätigkeiten betrifft, muss vor allem präzise und erfolgreiche Kommunikation vermitteln. Der strukturelle Aufbau ist differenziert, die Ausdrücke werden nicht von Konnotationen verwendet in der Gemeinsprache beeinflusst. Es gibt mehr als 70 000 solcher fachsprachlichen Elemente. Abweichungen von allgemein betrachteten Regeln zeigen sich bei Komposition – im Bereich von Präfixen, Fremdwörter usw. Im Rahmen der Syntax herrscht die Nominalisierung und Stellung des Sprechers am Rand vor, die Textebene wird von Kohäsion und Kohärenz gestaltet. Der Nachdruck wird auch auf ökonomisches Äußern und Informationsvermittlung gelegt, typisch ist auch eine hohe Varietät von Textsorten.¹⁰

VOSS und STOLLEIS betrachten die Fachsprache aus einer anderen Perspektive. Es erscheint die Wahrnehmung dieser Sprechart eher als Sonderbildung, die immer für das „Fach“ entwickelt wurde und die zum Verständnis innerhalb einer Disziplin führt. Ein weiterer Aspekt ist der Versuch, sich von anderen Berufsfeldern abzugrenzen. Sie stehen in enger Verbindung mit Soziolekten, die einzelne Sozial- oder Interessengruppen betreffen. Beeindruckende Beispiele solcher Berufssprachen sind Jäger, Ärzte oder Juristen. Heutzutage kann man auch über die Sprache der EU-Verwaltung oder die Internetsprache sprechen. Man kann sie als Fachsprache einordnen, weil sie als Verständigungsmittel dient und teils auch zur Berufssprache gehört.¹¹

„Die ‚Fachsprachen‘ sind keine Sprachen im umfassenden Sinn, sondern eher Anreicherungen der ‚Haupt-Sprache‘ mit speziellen Worten, Fachtermini, Wendungen und Abkürzungen, mit deren Hilfe die Verständigung rasch gelingt und die zusätzlich

⁹ Vgl. FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. 4. Auflage. Tübingen: Francke Verlag, 1991, S. 11.

¹⁰ Vgl. BUßMANN, Hadumod. *Lexikon der Sprachwissenschaft*. 3. Auflage. Stuttgart: Alfred Kröner, 2008, S. 186.

¹¹ Vgl. VOSS Julia und Michael STOLLEIS. *Fachsprachen und Normalsprache*. Göttingen: Wallenstein Verlag, 2012, S. 7.

den für die Insider angenehmen Nebeneffekt haben, dass sie einen Sprachzusammenhang bilden, der die Nichtfachleute ausschließt. Man weiß sofort, wer ‚vom Fach‘ ist und wer nicht.“¹² Wenn man die Fachsprache mit einem Wort dezidiert definieren sollte, dann müsste man nur eine Eigenschaft wählen und zwar Heterogenität. Die Auswahl von Sprachmitteln, die inklusiv des Textes Verwendung finden sollten, sind auch von außersprachlichen Faktoren beeinflusst. Öfter genutzte Passivformen und Nominalisierung sind nicht nur die einzigen Merkmale. Die Fachsprachen tendieren auch zur Bildung von langen Substantivgruppen.¹³

VOSS und STOLLEIS erwähnen folgenden Gesichtspunkt: Die Fachsprache leitet vor allem berufstätigen Leuten Beistand. Oft ist sie von der Normalsprache nicht abzugrenzen, d. h. die Termini vom Fachbereich benutzen die Sprecher in der Alltagssprache und gleicher Fall tritt auch in umgekehrter Situation ein. Bei Fachsprachen selbst kommt es ständig zum Wandel und Entwicklung, sie nehmen neue Vokabeln oder Ausdrucksformen an. Eine wichtige Fähigkeit bei Fachleuten ist auch das Können, die Informationen in Gemeinsprache zu „übersetzen“. Beispielsweise bei Erklärung der Problematik dem Leiter bzw. dem Vorgesetzten (also aktiv beherrschen). Die Kenntnis von fachlich orientierter Sprache kann auf die Nichtfachleute auch ernst und seriös wirken, damit steigt die Wahrnehmung solcher Personen. Vor allem in der Geschichte wurden Ausgebildete als ernstzunehmende Persönlichkeiten betrachtet (Ärzte, Advokaten).¹⁴

MÖHN und PELKA sehen die Fachspezifikation aus einer anderen Perspektive an, den Nachdruck legen sie auf die Ausbildung im Fach und auf die mit dem Beruf zusammenhängende Tätigkeit. Sprachlich wird sie dann im Rahmen der sprachlichen Mittel manifestiert. Als wichtigstes Bedürfnis wird die erfolgreiche Verwirklichung der Kommunikation wahrgenommen. Was die Fachsprache betrifft, ist das Hauptmerkmal die Sachlichkeit, die eingehalten werden sollte. Zu erwähnen ist auch die Verbindung und Zusammenarbeit zwischen praxisorientierter und theoretisch-fachlicher Fachsprache, dank deren dann bestimmte Prozesse z. B. im Betrieb beendet werden können. Hierbei ist auch die Stellung in der Arbeitsgruppe oder das Maß von

¹² Ebd. VOSS Julia und Michael STOLLEIS. *Fachsprachen und Normalsprache*. Göttingen: Wallenstein Verlag, 2012, S. 7.

¹³ Vgl. RICHART, José Rodríguez und Gisela THOME. *Fachsprachenforschung und -lehre: Schwerpunkt Spanisch. Internationales Kolloquium an der Universität des Saarlandes, Saarbrücken, 6.–8. November 1980*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1982, S. 15.

¹⁴ Vgl. VOSS Julia und Michael STOLLEIS. *Fachsprachen und Normalsprache*. Göttingen: Wallenstein Verlag, 2012, S. 8.

Kompetenzen zu erwägen. Bemerkenswert sind dann für die Autoren vor allem die beträchtlichen Unterschiede zwischen einzelnen Arten von Fachsprachen. Sie stellen in Frage, ob man die Sprache der Handwerker mit der Kommunikation von Wissenschaftlern unter einem Terminus der Fachsprache einordnen kann, wenn sie unvergleichbar sind. Sie teilen die fachbezogene Sprache in verschiedene Subklassen, die dann einzelne Kriterien erfüllen. Diese Subklassen finden ihre Einordnung auch in der „Gesamtsprache“.¹⁵

Als die vielleicht bekannteste Definition der Fachsprache wurde nach KONTUTYTĖ die Beschreibung von HOFFMANN (1984) bezeichnet:¹⁶ „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 (und die Popularisierung der fachlichen Inhalte sowie den Kontakt zu bestimmten Nicht-Fachleuten) zu gewährleisten.“¹⁷

Damit ein Text als Fachtext bezeichnet werden kann, muss er verschiedene Kriterien erfüllen, wie z. B.:

- mit einem Fachbereich zusammenhängen,
- die Informationen von mindestens einem Experten kommen,
- er sollte Fachinhalte vermitteln,
- er soll über einen spezifischen Fachwortschatz verfügen,
- einige Texte können dank häufiger Verwendung von bestimmten grammatischen Mitteln typisiert werden,
- kann spezielle Textmerkmale aufweisen¹⁸

In den Fachkreisen herrscht der Konsens darüber, dass die Fachgebiete einer bestimmten innerlichen Gliederung unterliegen. Solche Teile sind dann durch bestimmte Merkmale gekennzeichnet und veranschaulicht verschiedene Kataloge und im Alltag verwendete Listen (z. B. fachliche Texte in der Bibliothek). Ergänzend anzufügen ist auch die Tatsache, der seltenen Verwendung von Abstraktheit. Den Fachtext selbst sieht man als tätigkeitsspezifische Gegebenheit, die von genau

¹⁵ Vgl. MÖHN, Dieter und Roland PELKA. *Fachsprachen. Eine Einführung*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1984, S. 10–14.

¹⁶ Vgl. KONTUTYTĖ, Eglė. *Einführung in die Fachsprachenlinguistik*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2017, S. 6.

¹⁷ Ebd. HOFFMANN, Lothar. *Kommunikationsmittel Fachsprache*. Berlin: Akademie-Verlag, 1984, S. 53.

¹⁸ Vgl. KONTUTYTĖ, Eglė. *Einführung in die Fachsprachenlinguistik*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2017, S. 6.

festgelegten Kriterien vorher konventionalisiert wurde. Nicht zu vernachlässigen ist auch die reale Situation, in der die Kommunikation abläuft. Ausführlich berücksichtigt muss ebenfalls das Fachwissen und die Zugehörigkeit des Sprechers zu konkreten sozialen Schichten. GLÄSER trägt folgende Zitation vom Fachtext heran:¹⁹ „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.“²⁰

FLUCK nimmt in dieser Problematik unterschiedliche Stellungen ein und zwar, obwohl es so unproblematisch scheint, den Begriff der Fachsprache zu definieren, ist man bisher zu keinem endgültigen Ergebnis gekommen. Zu diesem Problem trägt die Kontrastierung zur Gemeinsprache bei, und zugleich auch die Abdeckung von abwechslungsreichen Bereichen, von Technik, Wirtschaft oder Handwerk. Davon resultiert eine Bezeichnungsvielfalt, weil in diese Kategorie auch die Übergangsformen gehören. Ein besonderes Merkmal der Fachsprachen ist die Verwendung eines speziellen Wortschatzes, welcher immer von der konkreten Fachbranche gebildet wird. Manche Ausdrücke gehen ohne Schwierigkeiten in die Gemeinsprache über. Zugleich kommen hier in verschiedener Verwendungsfrequenz die gemeinsprachlichen grammatischen Formen vor, z. B. aus der Morphologie oder Syntax.²¹

Weitere Eigenschaften, die herangetragen werden, sind Kürze, häufigere Verwendung von abstrakten Konstruktionen, oft realisiert wird auch unpersönliche Gestaltung von Texten und bei manchen Textsorten steht der Autor ganz im Hintergrund. Hierbei werden Kennzeichen von kultureller Identität oder die Form des Textes subsumiert – mündliche oder schriftliche.²²

Die Schlüsseigenschaften von Fachwörtern sind die Exaktheit bei der Bestimmung dieser Begriffe, sie sollten eine möglichst eindeutige Benennung haben. Andererseits führte es zu einer Überschätzung von Syntax, die nicht so genau definiert sein muss. Die Unbestreitbarkeit der Fakten liegt darin, dass die wesentlichen

¹⁹ Vgl. GLÄSER, Rosemarie. *Fachtextsorten im Englischen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1990, S. 16–17.

²⁰ Ebd., S. 18.

²¹ Vgl. FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. 4. Auflage. Tübingen: Francke Verlag, 1991, S. 11–12.

²² Vgl. THÖRLE, Britta. *Fachkommunikation im Betrieb. Interaktionsmuster und berufliche Identität in französischen Arbeitsbesprechungen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2005, S. 41.

Informationen der Aussage im Fachgebiet gerade die Fachwörter beinhalten. Die Charakteristik von Fachsprachen ist natürlich auch von der syntaktischen Seite abhängig. Im Gegensatz dazu erscheinen aber Theorien, dass bei Fachsprachen die Syntax keine Rolle spielt, weil sie nur als eine Ansammlung von Fachwörtern im Ganzen als Terminologie genannt wird. Diese Termini werden dann in verschiedenen fachorientierten Wörterbüchern und Lexiken gesammelt, immer wieder ergänzt und korrigiert. Die Anzahl von solchen Wortelementen gewinnt mit der Zeit an Umfang. Allerdings muss man mit dem Begriff der Syntax vorsichtig arbeiten. Es heißt nämlich nicht, dass die Fachsprachen mit einem eigenen syntaktischen System oder eigener Grammatik disponieren, jedoch kommt es hier zu einer häufigeren Bevorzugung von Mitteln der Gemeinsprache, die aber manchmal speziell benutzt werden muss.²³

Die Fachsprache ist in der alltäglichen Kommunikation zu finden. Sie unterscheidet sich zwar durch bestimmte Merkmale (Lexik, Grammatik) und auch wenn wir keine Experten sind, treten wir jeden Tag mit ihr in Kontakt (z. B. technische Beschreibung einer Sache). Die Sprache selbst reagiert täglich auf neue Impulse und wird erneuert.²⁴

Einige Autoren sehen die Frage der Charakteristik von Fachsprachen als einen wirklich problematischen Aspekt an. KOHN zieht die verschiedenen Einsehensarten in Erwägung und vergleicht einzelne Definitionen mit Autoren, die sich mit diesem Thema befassen. Danach kommt er zu der Meinung, dass in dieser linguistischen Disziplin zwar schon bedeutende Fortschritte gemacht wurden, trotzdem ist der Terminus nicht eindeutig definiert. Vorhanden sind die Beispiele von unterschiedlichen Quellen: mal ist die Fachsprache die Gesamtheit der sprachlichen Mittel, mal als Sprachsystem, dann wieder als Verwendung der Sprache wahrgenommen. Er unterstützt die These, dass alle Beschreibungen und Theorien irgendwie einen gleichen Grundkern haben, andererseits wirken aber die Definitionen seiner Ansicht nach zu unklar.²⁵

FLUCK stößt auch im Vorwort seines Werkes *Fachsprachen* auf Mängel in diesem linguistischen Bereich. Positiv bewertet er das wachsende Interesse an dieser Disziplin allgemein, deutlich erkennbar ist z. B. die Erhöhung von verschiedenen, sich

²³ Vgl. FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. 4. Auflage. Tübingen: Francke Verlag, 1991, S. 12.

²⁴ Vgl. KNIFFKA, Gabriele und Thorsten ROELCKE. *Fachsprachenvermittlung im Unterricht*. Paderborn: Ferdinand Schöningh, 2016, S. 14–15.

²⁵ Vgl. KOHN, Kurt. *Fachsprache, Fachtext, Fachwissen. Theoretische Grundlagen einer übersetzungsorientierten Fachsprachenforschung*. In *Fachsprache als System, Fachsprache als Gebrauchstext*. Neuchâtel: F. Redard & S. Wyler (Bulletin CILA, Num. Spécial 45), 1987, S. 6.

mit diesem Thema beschäftigenden, Kongressen (Fachsprachen-Symposien in Wien, Bielefeld, Bordeaux usw.). Die Entstehung neuer Literatur hat seiner Meinung nach dazu beigetragen, dass die Theorien, Ergebnisse und Kenntnisse des Faches besser charakterisiert und begrenzt wirken.²⁶

Eine kritisierende Bemerkung fügt GLÄSER an, was die unvollständige Definition vom Begriff der Fachsprache anbelangt. Sie zitiert auch die Meinung von KALVERKÄMPER, wo er ganz dezidiert die Fachsprache und fehlende Bestimmung bewertet. Weiterhin äußert er die Überraschung darüber, dass im allgemein wahrgenommenen Kontext dieses Wort ganz problemlos benutzt wird und die Sprachwissenschaftler bisher nicht zur Übereinstimmung gekommen sind, was der Terminus eigentlich alles beinhaltet. Seiner Meinung nach erscheint dieses Phänomen bei vielen in der Wissenschaft verwendeten Begriffen. Andererseits äußert er auch die Verwunderung darüber, wie dieses Fach so verbreitet und weiterentwickelt sein konnte. Den Diskussionen obliegen auch andere problematische Faktoren wie die Abgrenzung gegenüber anderen Sprachvarietäten – Soziolekt, Slang usw.²⁷

1.3 Bestimmung von Fachsprachen

ROELCKE vertritt die Ansicht, dass die Art wie die Fachsprache bestimmt wird, darauf beruht, von welchen wissenschafts- und sprachtheoretischen Voraussetzungen sie abhängig ist. In jeder fachlichen Kommunikation entstehen die Grundelemente gleich wie weitere Elemente, die verknüpft sind. Zusammenhänge entstehen unter den Produzenten (der Fachtext kann in schriftlicher oder mündlicher Form sein), zwischen diesen Texten selbst und Rezipienten. Für den Produzenten besteht dann die Möglichkeit, die Produktion und Rezeption des Textes unter Kontrolle zu bringen. Die Textrezeption repräsentiert dann den aktiven Prozess, bei dem der Rezipient den Inhalt des Textes selbst abändert. Natürlich verläuft die Kommunikation keinesfalls nur in einer Richtung oder im Kreis von zwei Menschen, sie kann gleich mehrere Rezipienten umfassen (Fall der Rezipientengruppe) oder gar unter mehreren Produzenten entstehen. Oft passiert es auch, dass die Beteiligten an der Kommunikation die Rolle Produzent-Rezipient wechseln, der Verlauf begibt sich dann in mehreren Richtungen. Jeder

²⁶ Vgl. FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. 4. Auflage. Tübingen: Francke Verlag, 1991, S. 9.

²⁷ Vgl. GLÄSER, Rosemarie. *Fachtextsorten im Englischen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1990, S. 14.

Teilnehmer disponiert dann über ein eigenes System von Zeichen und Weltkenntnissen und das alles sind weitere Merkmale, die die Fachsprache beeinflussen.²⁸

Diesen Fakt vernachlässigt auch GLÄSER nicht, in Verbindung mit diesem erwähnt sie die Ausrichtung an wirkliche Adressaten, die schon konkretes Wissen und Erfahrungen im Fach haben und die dann die Texte auf bestimmten Niveau und mit geeigneten sprachlichen Mittel verfassen können. Hier sind noch weitere Elemente realisiert, es hängt von der absolvierten Bildung ab – auf einige Leser können verborgene Emotionen wirken.²⁹

ROELCKE vertritt die Meinung, dass sich mindestens drei Typen von Fachsprachenkonzeptionen unterscheiden lassen. Als erstes erwähnt er *das systemlinguistische Inventarmodell*, hauptsächlich aus den Anfängen der Fachsprachenforschung von der Mitte des 20. Jahrhunderts bis in die 70er Jahren verbreitet. Die Ausrichtung von diesem System zielt auf gemeinsame Zeichensysteme der Rezipienten und der Produzenten ab. Das Charakteristikum der Fachsprache selbst liegt dann in der Behauptung, dass sie in fachsprachlichen Kontexten verwendet wird. Als zweites zu nennen ist *das pragmalinguistische Kontextmodell*, wo die Verbreitung in den 80er und 90er Jahren stattgefunden hat. Die vorbringende Konzeption schiebt den Schwerpunkt des Interesses näher zu den Fachtexten, sie betont auch die kotextuellen und kontextuellen Zusammenhänge. In diesem Fall werden verschiedene Verhältnisse der Kommunikation (konkrete Produktion und Rezeption) berücksichtigt. Fachsprachen werden hiernach nicht als Zeichensystem ermöglichende fachliche Kommunikation wahrgenommen, sondern eher als fachliche Interaktion realisierende Äußerungen. Im *dritten Modell* sind als essenzielle Personen der Produzent und der Rezipient zu bezeichnen. Die Kommunikation selbst befindet sich dann im Vordergrund der Forschung. Dieses kognitionslinguistische Funktionsmodell nimmt auch intellektuelles und emotionales Vermögen von Kommunikationsbeteiligten bei fachsprachlichem Interesse in Betracht.³⁰

Wenn man den Fachwortschatz analysieren will, muss man seine Aufmerksamkeit auf einzelne Fachwörter oder sog. Termini richten. Hierbei ist es auch nötig, dass man den ganzen Fachwortschatz bzw. Terminologie in Betracht nimmt. ROELCKE erwähnt folgende Teildisziplinen, die in dieser Sprachwissenschaft

²⁸ Vgl. ROELCKE, Thorsten. *Fachsprachen*. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010, S. 13.

²⁹ Vgl. GLÄSER, Rosemarie. *Fachtextsorten im Englischen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1990, S. 21.

³⁰ Vgl. ROELCKE, Thorsten. *Fachsprachen*. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010, S. 14.

vorkommen. Dazu gehören Fachsprachenlinguistik, Terminologielehre, Fachlexikographie/Terminographie, Definitionslehre, Lexikalische Semantik, Begriffs- und Wortgeschichte, Sprachdidaktik und Quantitative Linguistik. Diese sind nicht nach der metawissenschaftlichen Klassifikation aufgestellt, sondern nach Arbeitsfeldern, die sich auf die Sprache beziehen und zugleich einen Zusammenhang mit der fachlichen Lexik bilden.³¹

STOLZE stößt auch auf die Problematik der unklaren Begrenzung zwischen Praxis und Theorie. Unter Praxis versteht sie gezielte Aktivitäten im Beruf und dazu sind Menschen mit breitem Wissen über das Fach ein notwendiger Bestandteil. Im Unterschied zu Laien gewannen die Experten die Informationen dank ihrer Ausbildung, sie handeln nicht intuitiv. Die dieses Milieu begleitenden Eigenschaften sind dann die Professionalität und die Fähigkeit von Selbstkritik. Außerdem stößt sie auf die Bedingung von Forschung, die die Theorien unterstützen sollten. Es gibt aber auch Bereiche, wo man die theoretischen Erkenntnisse mit dem Experiment nicht unterstützen kann. Die Qualität des Textes wird im Zusammenhang mit dem Autor, dem Typ des Textes und dem Fach verändert.³²

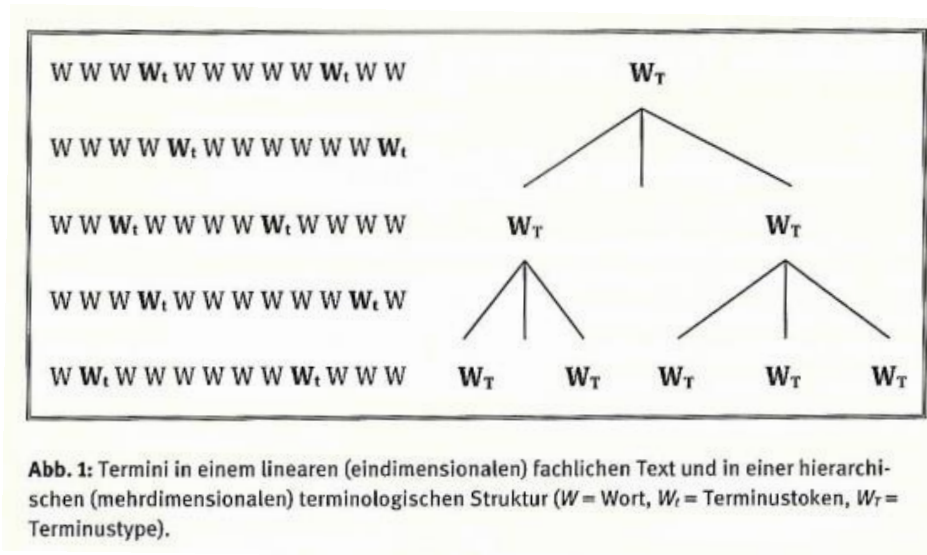
Andererseits muss man noch weitere Aspekte betrachten. Das Problem, wie der Fachwortschatz im Text konstruiert wird, kann nicht außer Acht gelassen werden und vor allem wie er in einem fachlichen Text implementiert wird. Anschaulicher zeigt es ein Schema (Abb. 1). An der linken Seite gibt es auf der Abbildung einen Fachtext, der eine lineare Wortfolge (W) bildet. Diese Folge läuft in vielen Sprachen eindimensional in der Richtung von links nach rechts. Im Deutschen kann man sie als „ununterbrochene Sequenzen von Buchstaben“ bezeichnen. Es kann in dieser linearen Wortfolge eine Terminologie als System von Termini (W_T) in einer Reihe von Textwörtern (W_i) beinhalten. Es werden dann eine hierarchische oder andererseits auch nicht-hierarchische (auch Bezeichnung als zwei- oder mehrdimensional ist möglich) Sprachstruktur offenbart, die in der Abbildung rechts in der Form des Baumschemas vorkommen. Wenn man die eindimensionale Konzeption des Textes und den nicht-hierarchischen Aufbau der Terminologie in Betracht nimmt, entsteht die Frage, wie ein

³¹ Vgl. ROELCKE, Thorsten. *Definitionen und Termini: quantitative Studien zur Konstituierung von Fachwortschatz*. Berlin: De Gruyter, 2013, S. 1.

³² Vgl. STOLZE, Radegundis. *Fachübersetzen – Ein Lehrbuch für Theorie und Praxis*. 3. Auflage. Berlin: Frank & Timme GmbH, 2013, S. 17–18.

solcher Fachwortschatz im Text strukturiert und eingefügt werden kann. Man kann ähnliche terminologische Konstruktionen auch Terminologisierung nennen.³³

Abbildung 1



FLUCK hingegen registriert bei der Definition von Fachsprache als Funktionalstil einige problematische Aspekte. Wie schon oben erwähnt wurde, der Hauptzweck der Fachsprachen, der allgemein akzeptiert wird, ist den Wortschatz verständlich in verschiedenen Sachgebieten und Bereichen bereitzustellen, die dann zur Verständigung führt. Diese Begriffe sollten dann in möglichst präziser und ökonomischer Form vorkommen. Bei den Fachsprachen kann dann das sprachliche Zeichensystem mit dem instrumentalen Merkmal geschaffen werden.³⁴

FLUCK bezieht sich in seinem Werk auch auf die Theorie der Schriftsprache von Bohuslav HAVRÁNEK, der Sprache aus der polyfunktionalen Sicht betrachtet. Er zerteilt dieses Zeichensystem in mehrere Stilschichten, nimmt ihn als besonderen Stiltyp oder auch funktionalen Sprachstil wahr.³⁵ „Stil meint dabei das der Textgestaltung zugrunde liegende Prinzip der Auswahl, Anpassung und des Gebrauchs sprachlicher Mittel, das heißt – komprimierter und abstrakter gesagt – Stile sind die Prinzipien der Organisation von Realisationen des Sprachsystems“.³⁶

³³ Vgl. ROELCKE, Thorsten. *Definitionen und Termini: quantitative Studien zur Konstituierung von Fachwortschatz*. Berlin: De Gruyter, 2013, S. 1–2.

³⁴ Vgl. FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. 4. Auflage. Tübingen: Francke Verlag, 1991, S. 13.

³⁵ Vgl. ebd., S. 13.

³⁶ Ebd., S. 13.

HAVRÁNEK unterscheidet vier funktionale Kategorien in geselliger Kommunikation:

1. *vorwiegend kommunikativer Stil* – vor allem im Alltag (es betrifft der Umgangssprache),
2. *fachlich-praktischer Stil* – hauptsächlich in öffentlicher Kommunikation (z. B. die Arbeitssprache),
3. *wissenschaftlich-theoretischer Stil* – angewendet in der Wissenschaftskreisen (auch Wissenschaftssprache genannt),
4. *ästhetischer Stil* – vorwiegend in der Dichtung und Literatur.³⁷

Der Fachsprache selbst betreffen die fachlich-praktischen und wissenschaftlich-theoretischen Stile, die in zwei funktionellen Schichten erscheinen. Bestimmt werden sie dann als Funktionsträger. Diese Theorie von HAVRÁNEK stößt jedoch auf die Grenzen der tschechischen Sprache und nennt aufgrund dessen eine einsichtige Bedeutung. Das ist auch der Grund für oft erhobene Kritik und Modifikationen von diesem Gesichtspunkt. VACHEK wirft andere Sichtweisen in die Diskussion – die Sprache im Allgemeinen respektiert verschiedene Normen, aber auch Realisationen des Sprachsystems. Er teilt die Stile wie folgt auf: bei der Schriftsprache der funktionale Stil und bei gesprochener Sprache der funktionale Redestil. Die Existenz von schriftlicher und auch mündlicher Form ist nachweisbar, beispielsweise in traditionellen Bereichen wie Handwerk-, Fischer- oder Zimmermannssprache. Beim Definieren von Fachsprachen müssen beide Aspekte zusammen in Betracht genommen werden.³⁸

Zu Bedenken ist schließlich auch die soziale Seite der Sprache. Diese Theorie stellt Erhard BARTH in seinem Artikel *Fachsprachen* vor. Er vertritt die Ansicht, dass man eher als linguistische Realisation den sozialen Konventionen folgt. Die Steuerung des sprachlichen Verhaltens in dieser Richtung antwortet dann der Charakteristik der Fachsprache im Sinne: Sprachgebrauch als funktionaler Typ. Einzelne Arten von Fachsprachen werden je nachdem definiert, welcher Teil im ganzen System im Fachgebiet vertreten wird.³⁹

Unter den Autoren kann man schwierig Konsens finden, jeder hat seine „eigene“ Definition von Fachsprache. Wilhelm SCHMIDT betrachtet auch die gesellschaftliche

³⁷ Vgl. HAVRÁNEK, Bohuslav. *Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura*. In: *Spisovná čeština a jazyková kultura*. Praha: Melantrich, 1932, S. 16–18.

³⁸ Vgl. FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. 4. Auflage. Tübingen: Francke Verlag, 1991, S. 13–14.

³⁹ Vgl. BARTH, Erhard. *Fachsprache. Eine Bibliographie*. In: *Germanische Linguistik*. 3. Heft. 1971, Hg. von Stechow von Arnim. Braunschweig: Vieweg Verlag, 1971, S. 218.

Bedeutung von Fachsprachen. Er versteht sie als optimalisierendes Mittel, welches die Verständigung in einem Fachbereich unter Leuten bewirkt, die diese Art von Sprache beherrschen. Charakteristisches Merkmal ist dann ein spezieller Fachwortschatz und spezifische Normen bei der Auswahl der gemeinsprachlichen Lexeme und Grammatik. Es ist aber nicht möglich, sie als eigenständige Form von Sprache zu erfassen, sie wird nämlich durch ständig neue erscheinende Fachtexte aktualisiert. Ihr Kern ist immer der gemeinsprachliche Wortbestand.⁴⁰

Essentiell ist auch die Angabe, dass man unter Fachtexten auch fachsprachliche Rede einrechnet, im Unterschied zur Gemeinsprache, worunter man solche Elemente wie Standardsprache, umgangssprachliche Ausdrücke oder Dialekt einreicht. Ergänzend ist anzufügen, dass einige Sprachwissenschaftler Fachsprache mit der schriftlichen oder mündlichen Form konnotiert haben, was die Neigung von diesen Sprachwissenschaftlern prägt. Die Beschränkung dieses Terminus auf die Wissenschaftssprache hebt gerade die schriftliche Gestaltung vor.⁴¹

1.4 Gliederung von Fachsprachen

1.4.1 Horizontale Gliederung

Im Fachsprachenbereich gibt es zwei Typen von Gliederung – die horizontale und vertikale. Im ersten Fall geht es um Fächergliederungen und Fachbereichseinteilungen, die oft unbeeinflusst von innersprachlichen Erscheinungen verwirklicht werden. Hier spielen eine Vielzahl von Bedingungen eine große Rolle. Dies bewirkt, dass die entsprechende Gliederung schwer zu gestalten ist, sie ist von verschiedenen wissenschafts- und fachgeschichtlichen Erwägungen bedroht.⁴² HOFFMANN betont die Typologisierung von einzelnen Gebieten der Kommunikation, bestimmte Ordnung und Kategorisierung. Seiner Meinung nach wird dieser Prozess nie wirklich zu Ende gebracht, ständig neu entstehende Disziplinen werden im System einbezogen.⁴³

In seinem Buch erwähnt ROELCKE die Einteilung von STEGER. Gegliedert wurden drei, sich fachlich und sprachlich, unterscheidende Bereiche, die zugleich die größte Anerkennung in der Fachlinguistik haben. Hinsichtlich der Sprache unterscheidet

⁴⁰ Vgl. SCHMIDT, Wilhelm und Johanna SCHERZBERG. *Fachsprachen und Gemeinsprache*. In: *Sprachpflege* 4. Heft. 1968. Hg. von Bibliographischen Institut. Leipzig, 1968, S. 67.

⁴¹ Vgl. FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. 4. Auflage. Tübingen: Francke Verlag, 1991, S. 15.

⁴² Vgl. ROELCKE, Thorsten. *Fachsprachen*. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010, S. 30.

⁴³ Vgl. HOFFMANN, Lothar. *Kommunikationsmittel Fachsprache*. Berlin: Akademie-Verlag, 1984, S. 58–59.

man Fachsprachen der Wissenschaft (Mathematik, Biologie, ...), der Technik (Elektrotechnik, Informatik, ...) und der Institutionen (politische und juristische Fachsprache, ...). Es ist keine schwere Aufgabe die Wissenschaftssprache abzugrenzen. Kompliziert durchzuführen ist es bei anderen, mehr spezialisierten Sprachen (z. B. bei wissenschaftstheoretischen Texten). Kopulative Merkmale für alle sind jedoch, dass das Formen von Theorien sowie deren sprachlichen Vermittlung und Einigkeit die Hauptrolle spielen, aus diesem Grund wird die Wissenschaftssprache auch als Theoriesprache bezeichnet. Bei der Techniksprachen ringt man mit mehreren Schwierigkeiten. In Kreisen der Fachsprachenlinguistik hat man sich aus diesem Grund darauf geeinigt, dass man unter Technik solche Bereiche versteht, in welchen man menschlich geschaffene Geräte unter bestimmten Zweck eingesetzt hat.⁴⁴

In dieser Gliederung unterscheidet man die diversen gebrauchten Sprachmittel, dank denen sich die konkreten Fachsprachen von anders fokussierten Fachterminologie unterscheiden, wovon dann die einzelnen Charakteristiken hervorgehen. HOFFMANNs Meinung nach lässt sich auf keinen Fall über Fachsprache als einen separaten Bereich sprechen, sie ist eng mit Gemeinsprache verflochten.⁴⁵

Neben den drei erwähnten Grundfachsprachen werden noch weitere horizontale Fachsprachengliederungen differenziert. Sie können diese mit ergänzender oder verallgemeinernder Art und Weise vervollständigen. Dementsprechendes Beispiel findet man bei KALVERKÄMPER, der neben Wissenschafts-, Technik und Institutionensprache noch Wirtschaftssprache und Konsumtionsprache anführt. Diese zwei neuen Teile versteht er als sachlich und sprachlich selbstständig.⁴⁶

Dementsprechend dazu kann auch die Meinung von FLUCK berücksichtigt werden, der die Existenz von mehreren nebeneinander auftretenden Fachsprachen unterstützt. Es handelt sich um ein verbreitetes Sprachsystem, dessen Kern mehr als dreihundert Fachsprachen bildet. Die Größe dieser Zahl rührt in der Verständigung dieses Zeichensystems: in Verbindung mit diesem findet er mehr als 300 Arten. Betrachtet werden muss jedoch, dass er nicht die einzelnen Fachsprachen aufzählt, wie Wirtschaft oder Medizin, sondern die konkreten Teile wie sie auch in getrennten Ebenen verschiedener Bereiche erscheinen. Gesondert betrachtet werden dann

⁴⁴ Vgl. ROELCKE, Thorsten. *Fachsprachen*. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010, S. 31–33.

⁴⁵ Vgl. HOFFMANN, Lothar. *Kommunikationsmittel Fachsprache*. Berlin: Akademie-Verlag, 1984, S. 58–59.

⁴⁶ Vgl. ROELCKE, Thorsten. *Fachsprachen*. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010, S. 31–33.

beispielsweise deren Bestandteile wie Marketing oder Immunologie. Diese Basis erschweren zusätzlich regionale und dialektale Verschiedenheiten.⁴⁷

1.4.2 Vertikale Gliederung

Die vertikale Gliederung von Fachsprachen folgt den kommunikativen Ebenen innerhalb eines einzelnen Faches. Man vertritt die Meinung, dass jeder Fachbereich einen eigenen Kommunikationsraum verfügt, wo man verschiedene allgemeine und spezifische Aspekte findet. Wenn abstrakte, theoretische oder allgemeine Themen vorkommen, dann verweist dies auf eine höhere fachliche Ebene. Falls der Nachdruck auf praktische und konkrete Beschreibungen im Vordergrund steht, handelt es sich um die niedrigere Ebene.⁴⁸

HOFFMANN ist der Meinung, dass die vertikale Gliederung vom Niveau und Grad der Fachlichkeit bestimmt wird. Er klassifiziert die Fachsprache in fünf Kategorien, die man jedoch mit Bedacht betrachten muss. Denn es wird nicht immer ermöglicht, alle Kriterien zu erfüllen, z. B. im Unterschied zwischen theoretischer Wissenschaft und materieller Produktion im Betrieb. Große Abhängigkeit besteht auch von der konkreten Situation. Mit einem anderen Grad an Fachlichkeit sprechen beispielsweise die Ärzte untereinander und mit den Patienten. Hier werden auch die gemeinsprachlichen Ausdrücke subsumiert.⁴⁹

Nach ROELCKE kommt eine von den bekanntesten Fachsprachengliederungen vom HEINZ ISCHREYT im Werk *Studien zum Verhältnis von Sprache und Technik*, aus den 60er Jahren. Er unterscheidet drei abstrakte Fach- und Sprachebenen, und zwar: Wissenschafts-, fachliche Umgangs- und Werkstattsprache. Wissenschaftssprache (auch Theoriesprache genannt) dient zur Kommunikation unter Spezialisten, zur Forschung und Entwicklung. In solchen Textsorten überwiegt die schriftliche Form.⁵⁰

1.5 Geschichte der Disziplin

Auch über solch klar gestelltes Thema, wie die Geschichte der Fachsprache aussehen kann, erscheinen verschiedene Ansichten der Sprachwissenschaftler. MÖHN und PELKA führen folgende Hauptinformationen an: Mit Fachsprache setzen sich alltäglich nicht nur Fachleute in Verbindung, sondern auch die „geläufigen“ Bürger. Die

⁴⁷ Vgl. FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. 4. Auflage. Tübingen: Francke Verlag, 1991, S. 16.

⁴⁸ Vgl. ROELCKE, Thorsten. *Fachsprachen*. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010, S. 34.

⁴⁹ Vgl. HOFFMANN, Lothar. *Kommunikationsmittel Fachsprache*. Berlin: Akademie-Verlag, 1984, S. 64–65.

⁵⁰ Vgl. ROELCKE, Thorsten. *Fachsprachen*. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010, S. 30.

Tradition des Interesses über dem berufsbezogenen Wortschatz tritt schon in der Zeit von Brüder Grimms zutage. Spätere Werke spezialisieren sich auf die Fachsprache, vor allem aus der etymologischen Sicht.⁵¹

Auf der anderen Seite vertritt RICHART die Meinung, dass der Bereich der Fachsprache im Interesse der Sprachwissenschaftler schon seit Beginn des 19. Jahrhunderts steht. Damals hat man sich aber nur auf die lexikalische Ebene der Sprache beschränkt. In dieser Epoche beginnt Fachsprache zum selbständigen Subsystem mit eigener Terminologie zu neigen. Auch alle anderen Teile wurden herangezogen und man hat darüber nachgedacht, was zu einzelnen Basisstufen einzuordnen ist und wie man sich mit horizontaler und vertikaler Gliederung auseinanderzusetzen hat. Primäres Objekt dieses Bestandteils der Sprache sind zahlreichen Bereiche, von der Wissenschaft über technisch orientierte Fächer bis zur Herstellung der Produkte. Die Grundgegenstände werden dann von Texten gebildet, von allen ihren sprachlichen Komponenten. Innerhalb der Fachsprache kommt es zu ständiger Aktualisierung, ähnlich wie im ganzen Sprachsystem. Von der Seite der Praxis wird sich um eine Vervollständigung der Erkenntnisse bemüht. Einigen Sektoren beziehen schon eine große Menge an Sammelinformationen (wie z. B. Literaturwissenschaft, Ökonomie, Pädagogik) ein, bei anderen sind die Quellen noch nicht so weit durchforscht und die Fundamente noch nicht so ernst wahrgenommen. In den 80er Jahren dokumentiert man bei der didaktischen Fachsprachenforschung das fehlende ausgiebige Durchforschen der Disziplin. Den Erwachsenen ist es im Beruf nicht ausreichend ermöglicht, in die Fachsprache ihres Faches tiefer durchzudringen und die Basismaterialien im Ganzen darzustellen hat sich als schwer durchführbar erwiesen. Dabei ist es empfehlenswert, die Daten nicht nur von quantitativer, sondern auch von qualitativer Sicht zu revidieren und zugleich sich darum zu bemühen, die einzelnen Subkategorien besser durchzuarbeiten.⁵²

Später orientierte sich diese Disziplin eher an der konkreten Verwendung und Bildung der Einheit von Vokabular (z. B. Verkäufersprache), es kommt zu einer beginnenden Isolation einzelner Fachteile. Heutzutage scheint die Mitarbeit der Linguisten und Techniker als vorteilhaft, es ermöglicht den Wissenschaftlern mehr in

⁵¹ Vgl. MÖHN, Dieter und Roland PELKA. *Fachsprachen. Eine Einführung*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1984, S. 1.

⁵² Vgl. RICHART, José Rodríguez und Gisela THOME. *Fachsprachenforschung und -lehre: Schwerpunkt Spanisch. Internationales Kolloquium an der Universität des Saarlandes, Saarbrücken, 6.–8. November 1980*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1982, S. 1–3.

die Problematik einzudringen.⁵³ THÖRLE macht im Zusammenhang mit der Entwicklung auch auf die funktional-stilistische Forschung von Prager Schule aufmerksam. Das Interesse ist dann auf praktisch orientierte Aspekte der Sprache gerichtet, was eigentlich von Anfang an bestanden hat.⁵⁴

GLÄSER bewertet die Entwicklung der Fachsprache in letzter Zeit sehr positiv. Dies liegt daran, dass man sich früher nur mit konkreten Ebenen wie Morphologie, Syntax oder Lexik befasst hat, heute werden sie eher als komplexe Einheiten untersucht und analysiert und auch neue Methoden sind in Usus gekommen (z. B. die Sprachstatistik wird häufig zu den Analysen verwendet).⁵⁵

Das Augenmerk der Sprachwissenschaftler, aber auch der Öffentlichkeit hat die Fachsprache erst zu Beginn des 20. Jahrhunderts gewonnen. RICHART bestätigt das primäre Interesse der Wissenschaftler in dieser Zeit eher an der Entstehung und Entwicklung des Wortschatzes, als an anderen Aspekten und betont zugleich den Aspekt der einzelnen nationalen Forschungen in diesem lexikologischen Kreis.⁵⁶

1.6 Arten der sich zum analysierten Korpus beziehenden Fachsprachen

In den analysierten Texten wäre es auch möglich, viele Belege auch zu anderen Typen der Fachsprachen zu finden. Für eine bessere Übersichtlichkeit wird man sich hier aber an der dominanten Fachsprache orientieren und zwar auf die Fachsprache der Technik, der Chemie und der Ökologie, deren Elemente am meisten ersichtlich sind.

1.6.1 Fachsprache der Technik

Im Laufe der Zeit ist es auch auf dem Gebiet der Fachsprache der Technik zu Änderungen gekommen, es wird nicht nur die Seite der theoretischen Beschreibungen betrachtet, sondern es wird auch die Praxis in Erwägung gezogen. Das Bedürfnis, die selbstständige Fachsprache in einem konkreten Bereich zu haben, ergab sich aus der Wichtigkeit dieses Faches, der theoretischen und praxisorientierten Kenntnisse und den Informationen, welche Experten im internationalen Austausch gewonnen haben.⁵⁷

⁵³ Vgl. MÖHN, Dieter und Roland PELKA. *Fachsprachen. Eine Einführung*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1984, S. 2.

⁵⁴ Vgl. THÖRLE, Britta. *Fachkommunikation im Betrieb. Interaktionsmuster und berufliche Identität in französischen Arbeitsbesprechungen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2005, S. 39.

⁵⁵ Vgl. GLÄSER, Rosemarie. *Fachtextsorten im Englischen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1990, S. 2.

⁵⁶ Vgl. RICHART, José Rodríguez und Gisela THOME. *Fachsprachenforschung und -lehre: Schwerpunkt Spanisch. Internationales Kolloquium an der Universität des Saarlandes, Saarbrücken, 6.–8. November 1980*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1982, S. 1.

⁵⁷ Vgl. FREY, Christa et al. *Deutsche Fachsprache der Technik. Ein Ratgeber für die Sprachpraxis*. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie, 1975, S. 15.

Die Grundeinheiten sind hier die intakten Termini, sie vermitteln und beinhalten die Informationen und dank ihnen kommt es zur Realisation von verschiedenen Beziehungen. Andererseits sind sie aber nicht fähig, allein zu funktionieren, trotzdem erfüllen sie meistens eindeutige Bedeutung auch außerhalb vom Fach. Diese Kontextautonomie wird von präzisiertem Definieren begleitet und zusammen organisieren sie den Text. Zur schriftlichen Form gehören auch redundante Elemente, beispielsweise die einleitenden Ausdrücke wie *bitte, schauen Sie dieses Bild an*. Auch der neutrale, nicht-expressive Wortschatz wird bevorzugt. Von den gemeinsprachlichen Texten unterscheiden sich die fachbezogenen Texte vor allem mit größerer Vertretung an Substantiven, Adjektiven und Partizipien. Im Vergleich zum Passiv befinden sich die finiten Verben auch auf der untergeordneten Ebene. Die am häufigsten angewandte Bildung von Wörtern ist die Komposition, gefolgt von der Derivation (Gestaltung durch Präfigierung und Suffigierung) und von Abkürzungen. Je länger die Termini sind, eine desto präzisere Beschreibung wird bei ihnen vollzogen. Andererseits kann es aber zur Ineffektivität führen, es handelt sich dann um zu viel komplexe Wortelemente. Was die Fremdsprachen betrifft, werden zu den deutschen Wörtern problemlos die fremden Teile angefügt und ist von dem Sprachgefühl abhängig, aber auf viele Sprecher wirken solche Bildungen heutzutage ganz neutral.⁵⁸

FLUCK macht auch auf weitere Besonderheiten von Fachtexten aufmerksam. Auffällig ist die Nutzung der 3. Person Singular und vor allem, dass Präsens oft von Präpositionen begleitet wird. Wichtig zu erwähnen ist auch, dass die Fachwörter in vielen Fällen feste, situative Bezogenheit benötigen.⁵⁹

Determiniert ist sie durch Eigenschaften wie Kausalität, Notwendigkeit der objektiven, präzisen und exakten Beschreibung, Übersichtlichkeit der Daten und der klaren Definition von Fakten.⁶⁰

Üblicherweise erscheinen hier deutsche trenn- und untrennbare Präfixe wie *an-, ab-, be-, über-, unter-* oder auch negative Äußerungen mit *nicht-, un-* oder Suffixe *-bar,*

⁵⁸ Vgl. FREY, Christa et al. *Deutsche Fachsprache der Technik. Ein Ratgeber für die Sprachpraxis*. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie, 1975, S. 18–53.

⁵⁹ Vgl. FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachdeutsch in Naturwissenschaft und Technik. Einführung in die Fachsprachen und die Didaktik/Methodik des fachorientierten Fremdsprachenunterrichts (Deutsch als Fremdsprache)*. Heidelberg: Julius Groos Verlag, 1985, S. 13.

⁶⁰ Vgl. STOLZE, Radegundis. *Fachübersetzen – Ein Lehrbuch für Theorie und Praxis*. 3. Auflage. Berlin: Frank & Timme GmbH, 2013, S. 42.

-arm, -artig, -e, -d, -en, ... Zu den fremdsprachigen Wortgruppen können z. B. Präfixe *a-*, *ad-*, *de-*, *ep-* und Suffixe *-al*, *-at*, *-esis*, *-il*, ... beigefügt werden.⁶¹

1.6.2 Einzelne sprachliche Ebenen

Auch wie bei anderen Arten der Fachsprachen liegt die größte Bedeutung in der lexikalischen Ebene, deren Kern die Termini die erfüllende Funktion der Informationsträger haben. Oft sind die Begriffe fest an den Kontext gebunden, der Bezug auf eine konkrete Bedeutung ist dann hoch. Bei vielen Wörtern sind andere Eigenschaften realisiert, wie z. B. eine deutliche und ökonomische Struktur. Es wird sich auch um eine möglichst präzise Beschreibung bemüht. Ebenfalls beobachtet wird die Fähigkeit der Anpassung im System, also wie die einzelnen Begriffe zusammen funktionieren. Das alles ist eng mit dem Gesichtspunkt der Objektivität verbunden, die Fachtermini sollten eine streng neutrale Wirkung erzielen. Alle diese Tendenzen vereinen sich und transformieren sich in Definitionen. Im Bereich der morphologischen Ebene kann man auch Unterschiede in den Pluralbildungen finden, wie beispielsweise bei dem fachlichem Ausdruck *Muttern* und gemeinsprachlichem *Mütter*. Von fremdsprachigen Präfixen und Suffixen verdienen die Erwähnung vor allem die lateinischen und griechischen Elemente. Im Rahmen der Ableitung erscheinen in Bezug auf die Wortarten bei Bildungen alle möglichen Formen. Beeindruckende Beispiele sind hier bei Substantiven die Suffixe *-ung*, *-ik*, *-tät*, ... bei Adjektiven *-bar*, *-mäßig*, *-frei*, ... bei Verben *-ieren*, *-isieren*, ... Auf der syntaktischen Ebene wird das oft angewandte Passiv noch von Infinitiv- und Partizipialkonstruktionen ergänzt. Des Weiteren tendieren die Texte zum nominalisierenden Aufbau. Was Nebensätze betrifft, herrschen hier am häufigsten die *dass*-, *Konditional*- und *Kausalsätze* vor. Im Zusammenhang mit der Kompliziertheit der Texte gibt es aber insgesamt einen großen Anteil an einfachen Sätzen. Nicht vernachlässigbar sind auch zahlreiche attributive Konstruktionen.⁶²

1.7 Fachsprache der Chemie

Die Fachsprache der Chemie und der Ökologie ist für die Analyse relevant, doch im Vergleich mit der Fachsprache der Technik oder Werbesprache steht sie mehr am Rand. Inklusiv des Faches der Chemie tritt das Bedürfnis der exakten Beschreibung

⁶¹ Vgl. FREY, Christa et al. *Deutsche Fachsprache der Technik. Ein Ratgeber für die Sprachpraxis*. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie, 1975, S. 60–150.

⁶² Vgl. FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachdeutsch in Naturwissenschaft und Technik. Einführung in die Fachsprachen und die Didaktik/Methodik des fachorientierten Fremdsprachenunterrichts (Deutsch als Fremdsprache)*. Heidelberg: Julius Groos Verlag, 1985, S. 32–73.

und festen Definition von Begriffen zutage. In puncto der Meinungen von verschiedenen Fachleuten, beschreiben JANICH und PASARROS die Sprache der Chemie als unscharf definiert und auch das Wissen auf dem Gebiet ist eher unbefriedigt ausgewertet. Manche Probleme sind unvollständig dokumentiert und es erscheinen bestimmte Mängel, oft herrscht Unbestimmbarkeit vor. Der Bereich der Chemie erfüllt am besten die Kriterien für die Bezeichnung Experimentalwissenschaft, weil sie z. B. im Vergleich mit Physik am meisten von Experimenten belegt sein muss. Auch der Abstraktionsgrad der Chemie ist geringer als beispielsweise bei der Mathematik, die mehr theorieorientiert ist. Mit dieser Praxisbezogenheit hängt aber keinesfalls zusammen, dass die chemischen Texte ein niedrigeres fachliches Niveau aufweisen. In einigen Fällen kann man zu dem Schluss kommen, dass konkrete Situationen nur schwer mit der Fachsprache der Chemie skizzierbar sind. Zur höheren Komplexität führen die präzis definierten Begriffe, um die man sich in letzter Zeit bemüht.⁶³

Das Interesse an der Chemie ist schon im Alten Griechenland verwurzelt. Paradoxerweise lässt sie sich aber mit moderner Chemie gar nicht vergleichen. Früher ging es eher um die geheimen Praktiken als um allgemein anerkannte Wissenschaft, erst im 17. Jahrhundert begann sich diese Fachrichtung dank durchgeführter Experimente zu etablieren. Großenteils wird die chemische Fachsprache dem Zeichensystem zugeordnet, vor allem von der Zeit der Einführung des Periodensystems der Elemente wurden viele problematische Faktoren abgeschafft und die Nomenklatur besser spezifiziert. Hauptprinzip ist hier, dass man einen festen Wortstamm hat und dazu die entsprechenden Suffixe und Präfixe zuordnet. Die Personen, die sich in diesem Fach orientieren, sind dann fähig die chemischen Eigenschaften abzuleiten.⁶⁴ Suffixe, die auftreten sind z. B. *-an* (Propan), *-id* (Chlorid), *-at* (Chlorat), *-it* (Sulfit), ... Selbstverständlich sind auch verschiedene Symbole und Ziffern, die die fachlich geformte Nomenklatur begleiten. Im Laufe der Zeit kam es zu einem ständigen Wachstum.⁶⁵

⁶³ Vgl. JANICH, Peter und Nikolaos PSARROS. *Die Sprache der Chemie. 2. Erlenmeyer-Kolloquium zur Philosophie der Chemie*. Würzburg: Königshausen und Neumann, 1996, S. 1–24.

⁶⁴ Vgl. STEINHÄUER, Anja. *Sprachökonomie durch Kurzwörter. Bildung und Verwendung in der Fachkommunikation*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2000, S. 100–104.

⁶⁵ Vgl. BLUMENTHAL, Gert, LINKE Dietmar und Siegfried VIETH. *Chemie. Grundwissen für Ingenieure*. Wiesbaden: Teubner, 2006, S. 9–12.

1.8 Fachsprache der Ökologie und des Umweltschutzes

1.8.1 Problematik des Erforschungsgrades der Fachsprache des Umweltschutzes

Im Rahmen dieser Fachsprache treten mehrere problematische Aspekte zur einheitlichen Typologisierung auf. Dieses Fach ist relativ jung und der Umfang ist noch beschränkt. Was daraus hervorgeht, ist, dass das Gebiet der Ökologie und dass des Umweltschutzes bisher nur grob und oberflächlich erforscht wurde. Im Unterschied zu anderen Wissenschaften spielen hier die in der Gesellschaft und politischen Kreisen auftretende Diskussionen eine unentbehrliche Rolle. Die Begriffe Fachsprache der Ökologie und des Umweltschutzes sind in der Fachliteratur oft nicht spezifisch genug festgesetzt und die Unterschiede verschwimmen, in manchen Kontexten werden sie also als Synonyme angesehen. Allgemein problematisch ist, diese Fachsprache im Rahmen der horizontalen Gliederung. Im Fall von Biologie oder anderen verwandten Disziplinen, scheint es einfacher zu sein, die Abgrenzung umzusetzen. Manche Autoren sehen sie nämlich oft noch als Subdisziplin vom gerade erwähnten Fach. Klar definiert ist zurzeit auch der Unterschied zwischen Ökologie und Umweltschutz selbst. Zwischen den beiden Bereichen läuft ein ständiger Austausch von gemeinsprachlichen und fachsprachlichen Strukturen ab. Das Grundvokabular kommt aus der Gemeinsprache, und in Bezug auf die Fachsprache werden die Wörter und Fachbegriffe neu konnotiert und auch die Bedeutung wird oft erweitert. LIIMATAINENS Auffassung nach ist dieses Gebiet jedoch nur minimal durchforscht und nur wenige, sich zu diesem Thema beziehende Werke sind publiziert. Als Schlüsselbeitrag erwähnt sie *Die Fachsprache der Ökologie im 20. Jahrhundert* von HAß-ZUMKEHR (1998).⁶⁶ Diese Thematik wird im nächsten Unterkapitel näher beschrieben und vor allem den Ansichten von HAß-ZUMKEHR gewidmet.

1.8.2 Kurzer Exkurs in die Geschichte

Wie schon oben erwähnt wurde, rühren die Probleme daher, dass diesem sprachlichen Gebiet bisher nicht so großes Interesse gewidmet wurde. Aber seit den 70er Jahren kommt es zu einer Verbesserung und diese Fachdisziplin gewinnt die Aufmerksamkeit von Wissenschaftlern wie HAß, KLUTE oder JUNG. Trotz der mangelnden Erforschung lässt sich die Grundbasis teilweise ableiten, auch wenn hier

⁶⁶ Vgl. LIIMATAINEN, Annikki. *Untersuchungen zur Fachsprache der Ökologie und des Umweltschutzes im Deutschen und Finnischen*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, 2008, S. 30–31.

Schwierigkeiten auftreten, wie z. B. keine nähere Forschung im sozialen und institutionellen Bereich dieser Fachgeschichte.⁶⁷

MORGENTHALER übt in seinem Buch Kritik zur Stellung, die von TREPL vertreten wird, der nach seiner Theorie behauptet, dass man Ökologie gar nicht zu Leitwissenschaften zählen kann. TREPL sieht sie immer als Fachdisziplin der Biologie an, die mit keiner Methodik disponiert, und sie wird von ihm eher pejorativ als „Forschungsgemeinde“ benannt. Seiner Meinung nach ist dieses Fach als heterogen klassifizierbar.⁶⁸ MORGENTHALER distanziert sich von dieser Ansicht und stellt Ökonomie als alle nötigen Kriterien erfüllende Wissenschaft dar.

Die Grundlage des Faches ergeben sich vor allem von der europäischen Tradition von Naturkunden, die sich mit der Beobachtung von Naturgegebenheiten beschäftigten. Die Anfänge der modernen Ökologie werden um das Jahr 1800 gerechnet. Die Benennung selbst, bis heute häufig in Zitaten vorkommend, wurde im Jahr 1866 erst vom Biologen Ernst HAECKEL verwendet. Im Verlauf des 19. Jahrhundert findet die Disziplin die Verbreitung im deutsch- und englischsprachigen Raum. Weil die Beliebtheit in der Welt immer anwächst, entstehen schrittweise Fachzeitschriften, die sich mit diesem Thema befassen und an anerkannten Kongressen für die wissenschaftliche Öffentlichkeit vorgestellt werden. Nach dem ersten Weltkrieg gewinnt die praxisorientierte Ansicht an Bedeutung, es spiegelt sich die Themenauswahl an verschiedenen Methoden des Kampfes mit Schädlingen ab. Bis zu dieser Zeit besteht der Kreis des Interesses vor allem aus einzelnen Organismen, nach dem zweiten Weltkrieg sind unter wichtigen Merkmalen der Wissenschaft auch die gesellschaftlichen und politischen Einflüsse eingereicht. Die gegenwärtige Situation wird wie folgt präsentiert: Ökologie als Teildisziplin der Biologie, die mit einem buntem Wissenschaftsspektrum zusammenhängt, Verflechtung einzelner Bereiche ist im großen Maße beachtlich. Offensichtlich dient sie auch zur Bereicherung von verwandten Kreisen wie Chemie oder Geographie. In dem Universitätsraum beginnt auch Ökologie

⁶⁷ Vgl. HAß-ZUMKEHR, Ulrike. *Die Fachsprache der Ökologie im 20. Jahrhundert*. In: *Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft*. 1. Halbband. Berlin: de Gruyter, 1998, S. 1363.

⁶⁸ Vgl. MORGENTHALER, Erwin. *Von der Ökonomie der Natur zur Ökologie. Die Entwicklung ökologischen Denkens und seiner sprachlichen Ausdrucksformen*. Berlin: Erich Schmidt, 2000, S. 64–65.

eine Rolle zu spielen und das Interesse an bisher fernen Fächern, wie Philosophie, zu wecken.⁶⁹

In den Anfängen dieser Disziplin haben breites Bildmaterial und Fotografien Verwendung gefunden, mit der Zeit sind dann zahlreiche Schemen, Graphiken und Diagramme hinzugekommen. Nicht ausgeschlossen sind auch mathematischen Symbole, chemische Formeln und ähnliche Elemente.⁷⁰

1.8.3 Nähere Charakteristik der Fachsprache der Ökologie

Das gleiche Prinzip wie bei Fachsprachen allgemein gilt auch hinsichtlich dieser Subdisziplin. In der Fachsprache der Ökologie und des Umweltschutzes kommt es zwischen dem fachlichen Bereich und der Gemeinsprache ständig zum Austausch von verschiedenen Ausdrücken. Der ganze Wortschatz dieses Faches beruht also auf der Gemeinsprache, mit Übergang in den fachlichen Sektor können die Wörter ein wenig modifiziert werden, die Bedeutung kann verschoben werden oder verengt werden.⁷¹

Was die lexikalische Ebene betrifft, ist es keine Überraschung, dass in den sich auf diese Problematik orientierenden Texten das Substantiv *die Umwelt* in verschiedenen Komposita vorkommt. Nach Untersuchungen von LIIMATAINEN wächst auch die Beliebtheit von lateinischen oder griechischen Elementen, was zu einem internationalen Verständnis führt. Es überwiegen die Präfixe *hydro-*, oder *geo-*, bei Suffixen ist es z. B. *-id*. Wie es schon im Deutschen üblich ist, werden häufig die Komposita, deren zweiter Teil von Adjektiv oder Partizip gebildet ist, verwendet. Für attributive Konstruktionen eignen sich auch die Begriffe, die aufgrund der Konversion entstehen. In adjektivischen Bildungen sind dann die anderen Termini wie *bio*, *eko*, *recycling* oder *müll* beinhaltet.⁷²

HAB-ZUMKEHR trägt in seinem Beitrag die These von umfangreicher Interdisziplinarität dieser Fachsprache heran. Die Ausdrücke sollten für die Leute, die Grundkenntnisse in der Naturwissenschaft haben, auch relativ allgemein plausibel sein. Nach der Meinung der Fachleute tendiert sie aber zu Uneinigkeit. Dazu obliegt auch die Tatsache der unklaren Grenze zwischen wissenschaftlichem und praktischem (oder sich

⁶⁹ Vgl. HAB-ZUMKEHR, Ulrike. *Die Fachsprache der Ökologie im 20. Jahrhundert*. In: *Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft*. 1. Halbband. Berlin: de Gruyter, 1998, S. 1365.

⁷⁰ Vgl. ebd., S. 1368.

⁷¹ Vgl. LIIMATAINEN, Annikki. *Untersuchungen zur Fachsprache der Ökologie und des Umweltschutzes im Deutschen und Finnischen*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, 2008, S. 31.

⁷² Vgl. ebd., S. 32–33.

an die gesellschaftliche Kommunikation orientierendem) Stil, denn oft werden beide Aspekte in Texten realisiert.⁷³

1.8.4 Einzelne sprachliche Ebenen dieser Varietät

Eine nicht unwichtige Rolle vertreten in der lexikalischen Ebene die Ausdrücke mit lateinischer Herkunft, einige sind in verschiedenen Nationalsprachen schon so eingebürgert, dass man sie Europäismen nennen kann, z. B. *Klimax*; viele wurden assimiliert. Weitere Inspiration hat der Wortschatz auch in der englischen Sprache geschöpft. Übliche Charakteristiken sind Synonymie oder polysemantische Bedeutungen, weil sich das Fach in so großem Maße überschneidet und im Unterschied zu anderen Disziplinen sehr multiplikativ wirkt, Oft sind die einzelnen Begriffe nicht hundertprozentig klar definiert. Synonymie entsteht am meisten dadurch, dass für einen Terminus mehrere Bezeichnungen von unterschiedlichen Subdisziplinen der Fachsprache der Ökologie zur Verfügung stehen und es nicht bestimmt wurde, welcher am Besten zu dem entsprechenden Fall passt. Wie es schon in der deutschen Sprache üblich ist, sind die häufigsten vorkommende Wortarten Substantive, dann folgen Adjektive und Adverbien. Verben bilden wegen ihrer niedrigen Spezifität nur einen kleinen Teil der Fachtexte. Zum Grundvokabular gehören die Vokabeln wie *Prozess*, *System*, *Ökologie*, *Faktor*.⁷⁴

Bei Betrachtung der morphologischen Aspekte überwiegen die Suffixe *-ung*, *-isch* oder *-xen*. Das Wortelement, das oft zu finden ist, ist das englische Substantiv *environmental*. Die Syntax neigt zu Ähnlichkeiten mit biologischen und mathematischen Wissenschaften. Es gibt verschiedene Muster, die Verwendung von Verben ist begrenzt und nicht bedeutungstief – *sein*, *haben*, *lieben*, *stehen*, *bilden*. Damit hängt auch die überwiegende Einreihung des Nominalstils zusammen, der die Vollverben fast nie nutzt, sondern gerade die Hilfsverben oder Grundverben, weil in Fachtexten die oft vertretene Substantive Bedeutung tragen. In dem Satzbau manifestiert sich die Parataxe, die Kausal- und Objektsätze erscheinen nur wenig.⁷⁵

⁷³ Vgl. HAß-ZUMKEHR, Ulrike. *Die Fachsprache der Ökologie im 20. Jahrhundert*. In: *Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft*. 1. Halbband. Berlin: de Gruyter, 1998, S. 1366.

⁷⁴ Vgl. ebd., S. 1366–1367.

⁷⁵ Vgl. ebd., S. 1368.

2 WERBUNG

Dieses Kapitel setzt sich mit dem Terminus der Werbung auseinander und wird aus verschiedenen Ansichten vorgestellt. Bezüglich des analysierten Materials werden in dieser Arbeit auch Grundcharakteristika und -beschreibung skizziert, weil gerade mit diesem Ziel der Vermittlung der Information die das Korpus bildenden Prospekte von einzelnen Firmen und Produkthersteller geschaffen wurde.

Der Werbung begegnet man auf jedem Schritt, sie erfüllt gleich zwei Ziele – erstens spricht sie breite, kollektive Gruppen an und zweitens stellt sie den Kampf der Unternehmer dar, Kunden für sich zu gewinnen. Sie stellt sich als Aufgabe, nicht nur über neue Produkte, sondern auch z. B. über Dienstleistungen zu informieren.⁷⁶ Konkretisiert werden muss aber zugleich auch, dass die Werbung sich um das Beeinflussen der Interessierten bemüht, auf keinem Fall geht es um den reinen Einfluss bei der Entscheidung der Käufer. Andererseits sind Werbematerialien immer ausführlich durchdacht und mit einem bestimmten Ziel auf Wirkung verfasst.⁷⁷

Die Vermittlung der Informationen durch die Werbung ist ebenfalls sehr beachtlich. Die Adressaten müssten sich ca. 35 bis 40 Sekunden mit der Werbung befassen, um alle in Druckperiodiken eingeführten Auskünfte aufzunehmen. Realistisch gesehen ist man in solchen Fällen höchstens zwei Sekunden aufmerksam. Es ist damit zu rechnen, dass der Umfang der Informationen in elektronischen Medien noch markanter wird. Insgesamt kommen nur höchstens 5 % der veröffentlichten Werbeinformationen bei den Empfängern an, der Rest bleibt auf der Strecke. Vergleichbares gilt es auch bei speziellen Zielgruppen, die sich eher mit Fachzeitschriften beschäftigen. Jede Gruppe hat aber andere Interessen und z. B. Ärzte oder industrielle Einkäufer können einer Angelegenheit nicht viel Zeit widmen, sie leiden unter Zeitdruck, d. h. sie müssen nur stark selektierte Informationen aufsuchen. Üblich ist es auch, dass die Schöpfer der Werbung den Fachleuten mehr Aufmerksamkeit widmen, als dem normalen Publikum. Der Anteil der absorbierten Informationen erreicht aber gleiches Niveau.⁷⁸

Der Werbung wird heutzutage ein riesiger Einfluss auf die gegenwärtige Produktion und Funktionieren der Gesellschaft zugeschrieben. Sie gestaltet den Kern

⁷⁶ Vgl. HEUN, Thomas. *Werbung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2017, S. 2.

⁷⁷ Vgl. JANICH, Nina. *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH, 2013, S.18–19.

⁷⁸ Vgl. KROEBER-RIEL, Werner und Franz-Rudolf ESCH. *Strategie und Technik der Werbung: verhaltens- und neurowissenschaftliche Erkenntnisse*. 8. Auflage. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer, 2015, S. 22.

verschiedener Bereiche, zugleich kümmert sie sich um die Garantie von Arbeitsplätzen. Kritik wird jedoch an anderen Eigenschaften geübt, oft wird nicht die objektive Übertragung von Informationen und Manipulation mit Kunden erwähnt. Die Beeinflussung, vor allem von Kindern, kann sich sogar irgendwann negativ auswirken. Von dieser Abhängigkeit kann man sich aber nicht befreien, die Werbung lässt sich nicht verbieten und der Mensch muss eigene Strategien finden, um sich zu wehren. SOWINSKI vertritt auch den Standpunkt der möglichen Verarmung unseres Lebens, im Fall der Nicht-Existenz der Werbung, die neue Impulse mit sich bringt.⁷⁹

In der Gesellschaft werden die Wirkungen der Werbung Tag für Tag reflektiert, sie folgt immer einem bestimmtem Werbeinteresse und kämpft um die Gewinnung der Gunst von potentiellen Kunden. Das Spektrum der Ausrichtung kann breit wie eng spezifiziert sein, mit der Werbung lässt sich je nach Anforderung arbeiten. Ein guter Slogan, oder beziehungsweise etwas gut merkbares kann kontinuierlich auf die Konsumenten wirken und ihr Treue noch mehr vertiefen. FRIEDRICH zitiert auch HEMMI, die die dauerhafte Gestaltung der Werbung betont, ihrer Meinung nach geht es kaum um eine realistische Idee. Jeder Schritt, jeder Botschaft, die den Text vermitteln soll, wird in Details durchdacht und sorgfältig ausgearbeitet.⁸⁰

BUßMANN betrachtet die Werbesprache als Form, die meistens für die Zwecke des öffentlichen Informierens über ein Produkt oder eine Dienstleistung genutzt wird. Man sieht sie nicht als eine Varietät des Sprachsystems an, weil es bei ihr zu ständigen Änderungen kommt, sie ist nicht fest fixiert, also bildet sie den selbständigen Stiltypen nicht. Kennzeichnend ist die verborgene appellative strategische Funktion. Die Schöpfer der Werbung bemühen sich um eine bestimmte Wirkung auf unser Gedächtnis, sie versuchen verschiedene Emotionen und Assoziationen hervorzurufen. Dazu dienen unterschiedliche Verfahren – Spiel mit Wörtern, Neologismen, Slogans, ... Die Werbesprache kann dann leicht feste Gewohnheiten oder Stereotypen zerstören.⁸¹

Die Schöpfer der Werbung sollten mehrere Gesichtspunkte in Betracht nehmen. Was man eigentlich durch sie erreichen will, ist, dass die Werbung beeindruckend und plausibel wird. Das Hauptaugenmerk sollte vor allem auf die Richtigkeit und Aktualisierung von Auskünften gelegt werden. Das Ergebnis der Wirkung muss immer

⁷⁹ Vgl. SOWINSKI, Bernhard. *Werbung*. Tübingen: Niemeyer, 1998, S. 1.

⁸⁰ Vgl. FRIEDRICH, Silke. *Deutsch- und englischsprachige Werbung. Textpragmatik, Medialität, Kulturspezifität*. Berlin: Frank & Timme GmbH, 2015, S. 13–18.

⁸¹ Vgl. BUßMANN, Hadumod. *Lexikon der Sprachwissenschaft*. 3. Auflage. Stuttgart: Alfred Kröner, 2008, S. 790.

in Bezug zu einer konkreten Situation erfüllt werden. Notwendig ist das Fesseln der Aufmerksamkeit von potentiellen Kunden und hauptsächlich die Klarheit darüber, dass gerade dieses Unternehmen für sie die beste Alternative ist. Zielführend ist auch das Auslösen von positiven Emotionen. Erst nach dem positiven Einfluss auf die Rezipienten entscheiden sich diese, mehr über die erhaltenen Fakten zu erfahren. Zur Empfehlung erscheinen dann mehrere Gesichtspunkte. Nicht nur der Aspekt der Qualität soll die Umworbene anlocken, sondern auch das Gefühl, dass genau ihre Bedürfnisse angesprochen werden und essentiell ist auch ihre Befriedigung. Zu diesem Zweck kommen verschiedene Mottos und Zitate zum Einsatz.⁸²

Immer wichtigerer Bestandteil von fachlichen Texten sind auch die konkreten Namen von Firmen und Hersteller der Produkte. Ein gewisser Konsens herrscht ebenfalls über die Verständlichkeit der Werbung, weil dies gerade das Ziel bei Veröffentlichung der Informationen über einer Firma ist. Den Werbungsschöpfern geht es hauptsächlich darum, mögliche Assoziationen in uns zu erwecken und so die Emotionen auszulösen (Erinnerungen an Kindheit, Liebe ...). Nachdruck wird hier auf das fachliche Vokabular gelegt, in diesem Zusammenhang werden aber nur die „Scheintermini“ appliziert – zwar mit den einige Eigenschaften von Fachwortschatz erfüllenden Faktoren, aber gar nicht als vollständige Termini wahrgenommen. Sorgfältig ausgewählt werden auch solche Wörter, die in bestimmter Weise positiv konnotiert werden, wenn z. B. wissenschaftlich überprüft ist, kann man gleich mehr Treue von Kunden erwarten.⁸³

Durch die ständige Veränderung unsere Welt, kommt es auch in anderen Bereichen zum Wandel, beispielsweise in der Werbung. Noch in den 60er Jahren nahmen Texte die wichtigste Rolle beim Erwecken des Interesses von Kunden ein, gegenwärtig stehen vor allem Bilder und Fotos im Vordergrund. Geschriebene Informationen treten in den Hintergrund, das Bildmaterial gewinnt gerade die Oberhand. Merkbar ist der beschleunigte Verlauf der Kommunikation, verursacht hauptsächlich durch Online-Medien. Das Bild hat in der Werbekommunikation eine bedeutende Rolle. Vor allem die elektronischen Medien sind hier essentiell. Das visuelle Bild thront im Fernsehen, im Hörfunk dann das akustische Bild, das durch

⁸² Vgl. KROEBER-RIEL, Werner und Franz-Rudolf ESCH. *Strategie und Technik der Werbung: verhaltens- und neurowissenschaftliche Erkenntnisse*. 8. Auflage. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer, 2015, S. 58–59.

⁸³ Vgl. GIPPER, Helmut. *Fachsprachen in Wissenschaft und Werbung. Erkenntnisgewinn und Irrführungen*. In: *Fachsprachen und Gemeinsprache. Jahrbuch 1978 des Instituts für deutsche Sprache*. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann, 1979, S. 131–137.

Musik vermittelt wird. Mit der breiten Verwendung des Internets sind noch völlig neue Möglichkeiten entstanden. Dank Dominanz der Medien entsteht im wirklichen Leben Konkurrenz, dieser Effekt ist auch in Bezug auf persönliche Gedanken und Gefühle sichtbar. Die Wahrnehmung der Bilder von interessierten Menschen bei konkreter Werbung ist auch deutlich größer, als bei Texten, die die Aufmerksamkeit der Leser im solchen großen Maß nicht fesseln. Die bildhafte Kommunikation erweist auch weitere Vorteile. Erstens muss man bei Aufnahme der Bilder weniger Energie und Mühe anwenden, andererseits wird man sich so angezeigte Informationen auch schneller und mit besserem Erfolg merken.⁸⁴

Einzelne Länder wenden immer größere finanzielle Mittel für Werbung auf und die Unterstützung dieses Gebietes steigt enorm an. Oft orientieren sich einige Werbematerialien auf konkrete Bereiche, wie z. B. Kataloge oder Prospekte im Bereich Tourismus. Von der Mehrheit der Betroffenen wird aber vor allem die Nutzlosigkeit der aufgewandten Kosten kritisiert.⁸⁵ Ob man mit dieser Tatsache zustimmt, oder nicht, ist in diesem Fall ganz unwichtig, die Werbung gewinnt immer mehr an Kraft und breitet sich aus. Es betrifft alle unternehmerischen Kreise, auch Hersteller unterliegen jetzt der Notwendigkeit, mit der Werbung zu beginnen. Immer mehr neue und unbekannte Firmen schalten sich in diesem breiten System ein. Es ist heutzutage keine Seltenheit, dass auch Vertreter von ausländischen Märkten im binnenländischen Markt als einzelnen Nationen funktionieren. Jedes Subjekt tendiert dazu, die möglichst beste Vorstellung der Firma zu präsentieren und innovativ zu sein. Alle diese Faktoren verursachen eine beträchtliche Menge an Informationen.⁸⁶

In der letzten Zeit ist von allen Seiten die Überlastung oder der Überschuss an Informationen sichtbar, und dieser wird als weitreichender Aspekt betrachtet. Das große Angebot der Informationen kann man heute nicht insgesamt wahrnehmen und in sich aufnehmen, einige Auskünfte bleiben unbeachtet im Raum hängen. Der erste wichtige Schritt ist dabei, immer die Informationsmenge festzustellen, einzelne Einheiten, die man zum gesuchten Thema hat. Zweites muss von dem Initiator der Werbung die Menge der tatsächlichen Informationen bestimmt sein, die wirklich von dem Leser wahrgenommen werden. Das kann man mit empirischen Messungen erzielen. Drittens

⁸⁴ Vgl. KROEBER-RIEL, Werner und Franz-Rudolf ESCH. *Strategie und Technik der Werbung: verhaltens- und neurowissenschaftliche Erkenntnisse*. 8. Auflage. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer, 2015, S. 17–25.

⁸⁵ Vgl. SOWINSKI, Bernhard. *Werbung*. Tübingen: Niemeyer, 1998, S. 1.

⁸⁶ Vgl. HARTWIG, Heinz. *Das Wort in der Werbung*. München: Verlag Karl Thiemig, 1974, S. 15.

muss man die konkrete Stelle auswählen, die man sich beim Lesen merken sollte. Des Weiteren ist zu bedenken, auf welches Publikum die Werbung oder Nachricht abzielt. Nicht alle Abonnenten und Kaufenden, die Zeitungen, Zeitschriften oder andere Publikationen lesen, werden sich beispielsweise für die Sportrubrik interessieren. Und auch diese werden die Informationen noch weiter selektieren. Es gibt eine sehr hohe Anzahl an Informationen, welche kein Mensch absorbieren kann und immer weiter wächst. Ein Beispiel hierfür ist, dass eine Wochenausgabe der New York Times mehrere Informationen zur Verfügung stellte, die ein Mensch während seines Lebens in 17. Jahrhundert ergreifen konnte. Dazu trägt das, sich immer verbreitende, Angebot der Quellen der Informationen und Medien bei. Die Bedeutung des Internets bleibt natürlich nicht zurück. Allein Google hat im Jahr 2000 eine Milliarde Webseiten registriert, im Jahr 2007 ist dieser Wert bereits auf eine Billion URLs gestiegen. Aber wie auch die Forschung der neuronalen Wissenschaftler nachgewiesen hat, dringen in unser Bewusstsein nur 0,004 % aller Informationen ein. Es kann dann leicht passieren, dass die Botschaft der Werbung entweder gar nicht erfüllt wird oder das Verständnis und die Wirkung vernachlässigt werden. Die Experten rechnen in Zukunft mit einer noch höheren Erweiterung der Werbemittel. Man darf diesen Zustand aber nicht mit dem möglichen, von der Werbung bewirkenden, Stress verwechseln. Der Mensch ist ein freies Wesen, das selbst Entscheidungen trifft, ob er seine Zeit diesen Textsorten widmen wird, oder nicht. Eine andere Situation kann entstehen, wenn jemand eine Idee beim ausführlichen Durchlesen der Informationen z. B. von Werbetexten bekommt, von 20 Reiseprospekten eine Reise plant und schließlich auch bucht. Das menschliche Gehirn kann so viele Daten nicht verarbeiten und wird dann unweigerlich unter Druck gesetzt. Der Informationsüberschuss ist eng mit der gegenwärtigen Lebensart verbunden.⁸⁷

2.1 Technischer Werbetext

Gerade diese Art von Werbetexten passt am meisten zu dem analysierten Korpus, aus diesem Grund werden sie hier auch genauer beschreiben. Man versucht in dieser Arbeit die im Bereich von Kunststoffrecycling entstandenen Prospekte zu analysieren. Nur GLÄSER hat in ihrem Werk die Kategorie der technischen Werbetexte

⁸⁷ Vgl. KROEBER-RIEL, Werner und Franz-Rudolf ESCH. *Strategie und Technik der Werbung: verhaltens- und neurowissenschaftliche Erkenntnisse*. 8. Auflage. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer, 2015, S. 20–23.

näher charakterisiert, darum werden die Eigenschaften und Typologisierung von solchen Texten weiterhin vor allem von dieser Autorin vorgestellt.

Eine große Menge von technischen Anlagen, Produkten und Mechanismen, die neu auf dem Markt erscheinen, werden für die richtige Nutzung von Konsumenten mit detaillierten Anleitungen ergänzt. Diese dienen nicht nur den Fachleuten, sondern oft auch der Allgemeinbevölkerung. Praktisch anwendbar sind sie nicht nur bei der Bedienung selbst, aber z. B. auch bei Reparaturen.⁸⁸ Die Werbung ist im Kreis der breiten Öffentlichkeit präsent, trotzdem kann dabei das Abzielen auf eine engere Gruppe von Adressaten nicht übersehen werden. Dabei können die Fachtermini von verschiedenen Kreisen auch die Funktion der Verbindungskomponenten zwischen ihrem Fachbereich und Gemeinschaft erfüllen.⁸⁹

Im Fachsprachenlinguistik bestand lange der Konsens darüber, dass der Autor im Hintergrund steht oder er aufgrund der bewerteten Kriterien und Spezifika des Fachtextes am Rande steht. Aus der Forschung hat sich aber ergeben, dass dies nicht bei allen Textarten realisierbar ist und es existieren Ausnahmen, wie Gesetzestexte und technische Werbetexte. Und gerade die Kategorie der technischen Werbetexte erfüllt in größtem Maße die Kriterien zum Charakterisieren des Materials, das zur Analyse herangetragen wurde. Den Autorenstil beeinflusst dann Gesamtgestaltung des Textes (z. B. Typographie) oder ausgewählte Bilder und ergänzende Elemente.⁹⁰

Die Bezeichnung selbst subsumiert alle Arten von Werbetexten, die im Zusammenhang mit dem Bedürfnis der Informationsübergabe in verschiedenen spezialisierten Periodiken und Katalogen publiziert werden. Ihr Hauptzweck ist, die Experten über neue Erkenntnisse, Entwicklungen von fortschrittlichen Methoden oder neu gefundenen progressiven Stoffen zu informieren. Fast immer zielt die Problematik auf ein konkretes Fachpublikum ab. Das Spektrum von diesem veröffentlichten Material beinhaltet Fachrichtungen von Medizin bis zur Meteorologie. Man kommt mit Werbetexten jeden Tag im Kontakt, auch solche kurzen Beschreibungen, die über die richtige Verwendung von Kosmetik informieren, rechnet man in diese Kategorie. Die Verallgemeinerung dieser These stößt auf verschiedene Schwierigkeiten und einen einheitlichen Konsens zu finden, ist fast unmöglich. Die Veröffentlichungen werden für

⁸⁸ Vgl. SATZGER, Axel, VAŇKOVÁ Lenka und WOLF Norbert Richard. *Fachkommunikation im Wandel. The changing landscape of professional discourse*. Ostrava: Universitas Ostraviensis, 2015, S. 161.

⁸⁹ Vgl. FRIEDRICH, Silke. *Deutsch- und englischsprachige Werbung. Textpragmatik, Medialität, Kulturspezifika*. Berlin: Frank & Timme GmbH, 2015, S. 15.

⁹⁰ Vgl. GLÄSER, Rosemarie. *Fachtextsorten im Englischen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1990, S. 20.

den ausländischen und inländischen Markt bestimmt, und jede Firma oder jeder Schöpfer der Werbung kann abweichende Erfordernisse erreichen. Dazu dienen zahlreiche ökonomische und Werbestrategien und paradoxerweise hängt mit der Fachrichtung, auf welcher es zielt, auch das Niveau von Fachsprachlichkeit zusammen. Fundierung von Daten und ihre detaillierte Beschreibung, Anzahl von Fachausdrücken, Eignung der Bilder und ihre Beziehung und Relevanz zum Text. Die Möglichkeit die Auskünfte zu überprüfen, das alles sind Elemente, die die Texte zwingend erfüllen müssen. Im Gegensatz dazu, ist das Ziel von kommerzieller Werbung, nur die Aufmerksamkeit zu fesseln und suggestives Interesse auszulösen. Die Titel enthalten überraschenderweise oft keine Fachbegriffe, sondern sie bemühen sich um das Erwecken von Aufmerksamkeit. Auch das Stellen von Fragen, elliptische Konstruktionen, Parenthesen oder Anaphern ist sehr häufig. Bei den Konsumenten wird das Interesse entweder direkt angeregt oder es werden verschiedene metaphorische Impulse zu den Rezipienten gesendet. Üblicherweise werden nur solche Abkürzungen geklärt, die großen Bezug zum Text haben und bei denen sich auch der geübte Leser unsicher sein könnte, was die Ausdrücke wirklich bedeuten. Überwiegend wird die 1. Person Plural verwendet, wodurch man die potentiellen Kunden direkt ansprechen kann. Überhaupt nicht zu finden ist andererseits die 1. Person Singular, die Texte wären dann zu subjektiv gewesen und dafür ist hier kein Platz. Auch Passivformen sind in diesem Fall nicht in solchem Maße präsent wie in anderen Fachtexten. Belebende Elemente können auch klassische oder modifizierte Phraseologismen sein. Mittel, die die Ausdrucksdichte der Texte bestärken, sind elliptische Wendungen. Weitere entsprechende Stilfiguren sind beispielsweise Parenthesen oder Nachträge. Die Texte tendieren hier zur Informationsdichte, zugleich beinhalten sie aber einen großen Anteil an positiv bewertenden Klischees, in der Mühe um eine möglichst beste Vorstellung der Firma. In zahlreichen Texttypen dominieren vor allem die beschreibenden Passagen.⁹¹

HOFFMANN reiht ähnliche Texte in Kategorie mit niedriger Stufe von Abstraktheit ein, die Syntax ist nicht fest determiniert bedingt, insgesamt findet man eher einen kleineren Anteil an Fachtermini. Gegliedert werden die an Konsum und Verbrauch von Produkten orientierten Konsumentengruppe.⁹² Auch bei technischen Werbetexten ist das Hauptziel, die Leser gefangen zu nehmen. Sie sind also von

⁹¹ Vgl. GLÄSER, Rosemarie. *Fachtextsorten im Englischen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1990, S. 249–255.

⁹² Vgl. HOFFMANN, Lothar. *Kommunikationsmittel Fachsprache*. Berlin: Akademie-Verlag, 1984, S. 187.

typographischen Möglichkeiten der Schöpfer, sowie von Farben und Fähigkeiten den Text gut zu gestalten und übersichtlich zu machen, beeinflusst. Weil es sich um so unterschiedliche Texttypen in dieser Gruppe handelt, ist es auch schwer eine übergeordnete Makrostruktur zu charakterisieren, jeder einzelner Text verfolgt variable Spezifika. Es gibt aber Merkmale, die in manchen Fällen auftauchen: Titel, kurze Beschreibung, zu welchem Thema sich der Text bezieht, Betriebsname und andere Kontakte der Firma. Fakultativ zu finden sind auch ideenreiche Slogans (möglich auch metaphorisch oder sprachspielerisch geäußert) und Informationen, wie man das präsentierte Produkt erwerben kann. Es überwiegen beschreibenden Textteile, die die Interessenten über die Vorteile des Kaufs von Produkten oder Dienstleitungen überzeugen. Das Hervorheben von guten Eigenschaften wird häufig durch Adjektive geäußert.⁹³

⁹³ Vgl. GLÄSER, Rosemarie. *Fachtextsorten im Englischen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1990, S. 251.

PRAXISORIENTIERTER TEIL

3 ANALYSE DER AUSGEWÄHLTEN TEXTE

3.1 Methodologie des Analyseverfahrens

Alle in der vorliegenden Arbeit verwendeten Materialien kommen von der internationalen *Fakuma Messe*, die sich auf Kunststoffverarbeitung und entwickelte Technologien im Bereich dieser Stoffe orientiert, und die bis auf Ausnahmen alle zwei Jahre in Friedrichshafen stattfindet. An diesem Ereignis von internationaler Bedeutung nahmen im letzten Jahr (2018) mehr als 1 900 Aussteller teil. Auf dieser Kunststoffrecyclingmesse zielt man vor allem auf Spritzgießen, (im Weltvergleich gilt gerade dieser Bereich für meist professionelles Treffen von verschiedenen Institutionen und Subjekten). Extrusionstechnik, Thermoformen, 3D-Printing und Bearbeitung und Verarbeitung von einzelnen Kunststoffstoffen und neuer Technologien und im Fach entwickelten Methoden gehören zu den wesentlichen und reizvollsten Themen. Wer aber geglaubt hat, dass diese Veranstaltung nur bei Fachleuten Interesse weckt, irrt sich, denn es kommen immer viele Laienbesucher aus der Öffentlichkeit, die einfach über die Problematik der Kunststoffe etwas erfahren möchten.⁹⁴

Die in dieser Arbeit verwendeten Texte, die das untersuchte Korpus darstellen, sind ursprünglich deutsche Originale, meistens wurden sie für die Messe angefertigt und oft wurden sie auch in mehrsprachigen Varianten – überwiegend im Englischen, ausgefertigt. Unternehmensnamen werden in der Analyse vermieden, weil sie für die Verwendung von einzelnen fachlichen Mitteln keine Rolle im Text spielen, die Fachlichkeit ist durch die Autoren bedingt und nicht durch die einzelnen Firmen.

Jeder der Analyse unterzogenen Texte wird nach gleichem Prinzip revidiert. Man fängt mit der allgemeinen Beschreibung und einem gesamten Eindruck vom Text an, anschließend kommt die Analyse im Rahmen einzelner sprachlicher Ebenen (textuelle, stilistische, lexikalische und morphologische). Nach dem textuellen Bereich folgen die Bereiche mit konkreten typischen oder spannenden Erscheinungen. Für die richtige Bestimmung wurden die Online-Wörterbücher DUDEN und DWDS (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache) benutzt. Im Anhang werden dann immer die zwei ersten Seiten von jedem Prospekt platziert, auf der beigefügten CD findet man die Prospekte in kompletter Fassung.

⁹⁴ Vgl. Einleitung. FAKUMA, Online im Internet: URL: www.fakuma-messe.de. [Abrufdatum: 31.01.2019].

3.2 Textuelle Ebene

Zur textuellen Ebene zählt man verschiedene Faktoren, das Hauptaugenmerk wird der Makrostruktur und Kohärenz des Textes gewidmet. Bei allen ist auf die visuelle Gliederung großes Gewicht gelegt, das zur Übersichtlichkeit während des Lesens verhilft. Die Eigenschaften der Texte werden komplett an die Anforderungen der technischen Werbetexte angepasst. Im Vordergrund steht der, von den nachfolgenden Unterkapiteln begleitende Haupttitel, gefolgt von der Beschreibung des Produkts, Technologie oder von anderen Informationen. Essenziell sind hier die Bildanhänge, oft ergänzt durch eine tabellarische Übersicht und angeführte Kontaktangaben der Firma. Präferiert wird die Struktur, die mit dem Titel beginnt, an den dann einzelne Absätze anschließen. Das farbliche Spektrum ist sehr bunt, oft treten in einem Material auch verschiedene Farbtöne auf. Der Titel und Untertitel sind fett hervorgehoben, die Größe der Schrift ist von Text zu Text unterschiedlich, trotzdem herrscht die Regel der einfachen Lesbarkeit.⁹⁵ Auch innerhalb von Absätzen wird oft mit Farben oder Zentrierung der Beschreibung gespielt. Ziel der Texte ist es, die Firma möglichst attraktiv vorzustellen, dem Leser alle wichtigen Informationen auf dem Silbertablett anzubieten und das Interesse zu erwecken. Sie nicht nur für die Inhaber oder Geschäftsführer bestimmt, sondern auch für sich in diesem Bereich orientierende Geschäftsmänner oder andere Arbeiter. Die vorherigen Kenntnisse sind also ein notwendiger Faktor. Hier bildet der informative Stil den Kern der Texte. Die Sprachwissenschaftler ordnen sie den Texten der Konsumtion zu.

Früher war das Ansehen der Texte als Ganzes am Rande des Interesses der Sprachwissenschaftler, trotzdem kam es zur Änderung. Einzelne Absätze und Textelemente bilden sprachliche Einheiten, die übergeordnet sind. Von schon bekannten Angaben lassen sich die neuen ableiten, es wird im Rahmen der Thema-Rhema-Struktur erfüllt und die Sätze lassen sich nach einem bestimmten Prinzip der Hierarchie begutachten. Es wird davon ausgegangen, dass alle diese Texte logisch aufgebaut und gegliedert werden und fehlerlos bei Gestaltung der Werbetexte sind.⁹⁶

⁹⁵ Vgl. SATZGER, Axel, VAŇKOVÁ Lenka und WOLF Norbert Richard. *Fachkommunikation im Wandel. The changing landscape of professional discourse*. Ostrava: Universitas Ostraviensis, 2015, S. 162.

⁹⁶ Vgl. HOFFMANN, Lothar. *Kommunikationsmittel Fachsprache*. Berlin: Akademie-Verlag, 1984, S. 230–231.

3.3 Syntaktische Ebene

In technischen Werbetexten wird mit einer längeren Wirkung gerechnet, als bei strikt wissenschaftlichen Fachtexten. Meistens sprechen sie ein breiteres Publikum an und erfüllen mit der Verwendung bestimmter Mittel auch einen konkreten Zweck und zwar die Zuneigung der Kunden zu gewinnen. In diesem Bereich werden dann oft sprachlich-ökonomische Äußerungen angewandt, gefolgt von einem gewissem Grad an Abstraktion. Der Verfasser tritt in fachlichen Texten in den Hintergrund, doch kann er mit der 1. Person Plural „wir“ als Vertreter der ganzen Gesellschaft bezeichnet werden. Dies wird bei der Präsentation von einzelnen Firmen auch verlangt. Für die Bedürfnisse der Autoren ist es zwingend erforderlich, dass der Leser gut darüber informiert ist, wem die Materialien gehören. Man möchte in solchen Texten auch einen „höheren“ Stil subsumieren, und zieht dafür mehrere sprachliche Mittel heran. Oft auftauchend sind Indefinitpronomen *man*, Passivformen oder Passiversatzformen, sein + zu Konstruktionen, reflexive Fügungen, Konjunktiv I und II, nominale und verbale Ausdrücke, Ellipsen, erweiterte Attribute und Funktionalverbgefüge.⁹⁷

3.4 Lexikalische Ebene

Die lexikalische Ebene lässt sich als Grundlage, die die Fachsprache bildet, bezeichnen. Der Fachwortschatz ist das Merkmal, in einem Fachtext oder bei einer Fachkommunikation, das gleich die Aufmerksamkeit weckt und auch der klaren Abgrenzung der Disziplin von anderen Erscheinungsformen der Sprache hilft. Dazu passt auch die Tatsache des wissenschaftlichen Interesses in den Anfängen der Forschungen. Gerade auf dieser Ebene, wie schon in Kapiteln, die sich der Geschichte des Faches widmen, besprochen wurde und bis heute die Schlüsselrolle darstellt.⁹⁸

In diese Ebene obliegt ein breites Spektrum von Typen von einzelnen Ausdrücken, gebildet durch Derivation, Konversion oder Komposition – die in der Häufigkeit den ersten Platz besetzt. Die deutschen und fremden Suffixe bei Substantiven (im Fall der Wortbildung) sind vor allem: *-anz, -är, -at, -ent, -erie, -ie, -istik, -ition, -heit, -keit, -ostik, -ung, ...* Bei Adjektiven dann: *-arm, -bar, -ei, -frei, -ig, -il, -lich, -los, -siv, ...* Konkrete Beispiele im Bereich der technischen Werbetexte

⁹⁷ Vgl. FREY, Christa et al. *Deutsche Fachsprache der Technik. Ein Ratgeber für die Sprachpraxis.* Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie, 1975, S. 179–215.

⁹⁸ Vgl. MÖHN, Dieter und Roland PELKA. *Fachsprachen. Eine Einführung.* Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1984, S. 14.

erbringen dann die Daten, die in der Analyse gefunden wurden. Eine wichtige Rolle spielt auch die Übernahmen von anderen Sprachen oder Fremdwörter.⁹⁹

Die nähere Richtung auf die in untersuchten Texten oft erscheinenden Anglizismen deuten auch bestimmte Arten in diesem Bereich, die sich in dieser Gruppe zeigen. Der Einfluss einer anderen Sprache ist entweder direkt oder indirekt. Des Weiteren passen sich die Anglizismen an das Deklinationssystem der anderen Sprache in größerem oder kleinem Maße an, oder es kommt zu anderen Änderungen, und im letzten Fall bleiben sie in der Originalform. Häufig vertreten sind auch sog. Mischverbindungen, bei denen ein Teil des Wortes übersetzt wurde und der andere unverändert bleibt. Ein Beispiel hierfür ist *Wissenschaftsteam*, solche Elemente können gleich mehrere Komponenten beinhalten, die Varietät ist hier groß und so entstehen auch aus vielen Wörtern zusammengesetzte Komposita. Die übernommenen Verben tendieren oft zur schwachen Deklination. Mit Ausnahme von dem Hilfsverb *haben* in der Perfektform. Die meisten Adjektive lassen sich einfach ins deutsche Deklinationssystem einordnen. Die bei Substantiven überwiegende Erscheinung in Pluralform ist die Endung *-s* oder *-es*. Allgemein lässt sich auch nicht behaupten, welchem Genus die Ausdrücke meistens folgen, markanter in dieser Gruppe sind aber Neutrum und Maskulin.¹⁰⁰

3.5 Morphologische Ebene

In dieser Ebene sind eher vereinzelte Erscheinungen präsent, die Häufigkeit von typischen morphologischen Elementen (im Gegensatz zur Gemeinsprache) ist gering. Zu finden sind dann vor allem quantitative Unterschiede. Die Schwierigkeiten resultieren von bestimmten selektierten grammatikalischen Mustern, die oft nur selten appliziert werden, aber es wird gerade dann die Frequenz des Vorkommens oder der Verwendung in konkreten Situationen betrachtet. Klarheit über solche Charakterzüge wird immer Bezug zur Standardsprache geschaffen. Für das Erreichen möglichst effektiver, sprachlich-ökonomischer, adäquater und objektiver Äußerung lassen sich gerade solche funktionale Sprachmittel in den Text einordnen.¹⁰¹

⁹⁹ Vgl. FREY, Christa et al. *Deutsche Fachsprache der Technik. Ein Ratgeber für die Sprachpraxis*. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie, 1975, S. 72–120.

¹⁰⁰ Vgl. ALLENBACHER, Peter Kurt. *Anglizismen in der Fachlexik. Unter Berücksichtigung mündlichen Belegmaterials in der Fachsprache des Fernsehens*. Frankfurt am Main: verlag neue wissenschaft, 1999, S. 24–70.

¹⁰¹ Vgl. ROELCKE, Thorsten. *Fachsprachen*. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010, S. 78–79.

3.6 Phonetische Ebene

Im Rahmen von dieser sprachlichen Ebene lassen sich in Bezug auf die Texte, die der Analyse untergezogen wurden, keine Schlussfolgerungen ziehen, weil alle in geschriebener Form herangetragen wurden und die phonetischen Aspekte nur bei gesprochener Ausdrucksweise untersucht werden können.

TEXT 1 – Analyse

Der erste Text ist ein guter Repräsentant der Gruppe von technischen Werbetexten. Auf den ersten Blick ist dieses Prospekt gut strukturiert, die Titel sind in blauer Farbe akzentuiert und mit dem begleitenden Logo der Firma ist jede Schlagzeile ergänzt. Der Bildanhang ist sehr abwechslungsreich, viele Technologien erfüllend. Eine gut überlegte Strukturierung ist auch anhand von einzelnen Absätzen sichtbar, alle Informationen knüpfen logisch aneinander an. Die Betonung von subjektiven Fähigkeiten der Firma sticht gleich am Anfang des Textes heraus, die ständige Erwähnung des Possessivpronomens „unser“ kann auf die Leser sogar einen störenden Einfluss haben, z. B. *unser Unternehmen, unser Maschinenpark, unsere Materialien* ... Bei Kontaktangaben wurden Schriftzeichen wie das @-Zeichen bei der E-Mail-Adresse benutzt, hier ist auch ein QR-Code vorhanden.

Was den Satzbau betrifft, überwiegen einfache Sätze, oft von bewertenden Attributen oder ergänzenden Begriffen erweitert. Im Allgemeinen sind die einzelne Texteinheiten kürzer. Ein Beispiel des Relativsatzes: *Mit unserer flachen Hierarchie, optimal aufeinander abgestimmten Prozessen und einem gut ausgebildeten Team haben wir einen Kostenvorteil, den wir gern an Sie weitergeben.* Auch um-zu Konstruktionen sind zu finden: *Um auf Ihre Bestellungen flexibel und termingerecht reagieren zu können, produzieren wir im 4-Schicht-System an bis zu 365 Tagen im Jahr.* Interessant ist hier auch das direkte Ansprechen von Kunden mit dem Pronomen *Ihre*, das Interesse am Lesen erwecken kann.

Es sind auch andere, für fachbezogene Texte typische Mittel präsent, und zwar z. B.:

- Zustandspassiv – *Für die Zukunft sind weitere zehn Maschinen mit einer Schließkraft von bis zu 1.700 geplant. [...] sind [...] ausgestattet., [...] ist [...] zertifiziert.*
- Vorgangspassiv – *Alle Produkte werden nach Ihren Wünschen konfektioniert, verpackt und weltweit termingerecht geliefert.*

- Nominalisierung – *die Bestellung, die Produktion, das Montieren, die Aufbewahrung, die Umspritzung*
- Attributive Ketten – **Lokale und global ansässige Unternehmen [...]. Unser moderner und breitgefächerter Maschinenpark.**
- Funktionsverbgefüge – *Kundenservice steht in Mittelpunkt. [...] stehen wir Ihnen gern mit Rat und Tat zur Seite. Gerne erfüllen wir auch individuelle Kundenwünsche [...]. Gerne beraten wir Sie bei der Auswahl des richtigen Materials für Ihr Produkt.*

Die einzelnen Ausdrücke werden sorgfältig gewählt, um das einwandfrei Ansehen und eine möglichst positive Werbung der Firma zu vermitteln. Wenn man „für die Zukunft“ den Kauf von neuen Technologien erwähnt, ist dies ein klares Signal für ein aufstrebendes Unternehmen. Andererseits weisen z. B. die Adjektive *weltweit* und *termingerecht* auf internationalen Einfluss und vernachlässigtes Verhalten der Firma hin. Die verwendeten Arten der Passive zeigen einen bestimmten Abstand des Autors und die Bemühung das professionelle Aussehen der Texte zu vertiefen.

Im Rahmen der lexikalischen Ebene ist die an der häufigsten vertretenen Bildung von Spracheinheiten, wie es schon in Grundlagen der deutschen Sprache festgesetzt ist, die Komposition und es gibt hier gleich mehreren Kategorien:

- in der Gemeinsprache verwendete und verständliche Komposita – *die Sensorik- und Elektroindustrie, der Kostenvorteil, die Qualitätssicherung, die Qualitätsmerkmale, die Qualitätsabteilung, der Erfahrungsschatz, die Kundenanforderungen*
- eng fachbezogene substantivische Komposita – *die Präzisionsspritzgussteile, die Spritzgussmaschine mit einer Schließkraft, der Kunststoffspritzguss, das Konditionierbecken, der Verbreiterungsparameter, das Spritzgusswerkzeug, das Produktionsrückstellmuster*
- eng fachbezogene adjektivische Komposita – *glasfaserverstärkte, UV-stabilisierte und flammgeschützte Materialien, breitgefächerter Maschinenpark, energieintensives Unternehmen*
- den Bindestrich beinhaltende Komposita – *2-Komponenten-Verfahren, 4-Schicht-System, Kamera-System, UV-stabilisiert*
- ein englisches Element enthaltene Komposita – *Kundenservice, Know-How, Roboter-Handling, Werkzeug-Full-Service, Auftragsstart, Thermoplaste*

Glasfaserverstärkt oder *flammgeschützt* sind ausgezeichnete Beispiele für Verbindung des Verbs in Partizip II und des Substantivs in einem Kompositum. Wenn man bei Adjektiven bleibt, bemerkt man noch weitere Arten. Einerseits in Verbindung mit Hauptwörtern (*termingerecht, umfangreiche Erfahrungen, energieintensives Unternehmen*), andererseits mit Adverbien (*vollautomatisch, breitgefächertes Maschinenpark, langjährig*). Bei einer substantivierten Komponente findet man auch die Kombination von Adjektiv, Substantiv und Verb – *das Heißluftschweißen*.

Bei Komposita sieht man auch die Bemühung um die Einordnung von positiven qualitativen Zeichen in den Text (*die Qualitätssicherung, der Erfahrungsschatz*). Oft sind auch Elemente präsent, die durch folgende Wortbildungsarten entstehen:

- Derivation – zu erwähnen sind z. B. Substantive, Adjektive, aber auch Verben, wie *ansässig, abgestimmt, ausgebildet, die Bestellung, die Umspritzung, farbig, sich befinden, kontinuierlich, die Schlagzähigkeit, die Dokumentation*
- Konversion – *das Unternehmen, das Montieren, das Verschrauben, das Verkleben*

und Abkürzungen und deren Arten:

- eigentliche Abkürzungen – z. B. (zum Beispiel), *GmbH* (Gesellschaft mit beschränkter Haftung), *t*, (Tonne), *kg* (Kilogramm), *g* (Gramm), *DIN EN ISO* (Deutsches Institut für Normung, Europäische Norm, International Organization for Standardization), *Tel.* (Telefon)
- fachbezogene Abkürzungen – *ABS* (Acrylnitril Butadien Styrol), *PA* (Polyamid), *PC* (Polycarbonat), *PE* (Polyethylen), *PMMA* (Polymethylmethacrylat), *POM* (Polyoxymethylen), *PP* (Polypropylen), *PS* (Polystyrol)
- Abkürzung in Erstgliedern von Komposita – *UV-stabilisiert* (Ultraviolettstabilisiert)

Im untersuchten Material sind auch reine Fachtermini zu finden: [...] *alle gängigen Thermoplaste* [...] und *thermoplastische Elastomere.*, [...] *Ihre Bauteile aus Polyamid* [...]. Die Buntheit des Wortschatzes wird noch ergänzt mit den aus englischen Elementen gebildete Komposita, mit oder ohne Bindestrich: *Know-How, Roboter-Handling, Kamera-System, Qualitätsmanagementsystem, Energiemanagementsystem* oder fremdsprachige Wörter wie englisches *Team* oder französische *Ressourcen* – hier der deutschen Deklination angepasst. Subsumiert sind auch die Wörter fremden Ursprungs, z. B. aus dem Französischen – *Präzision, lokal, individuell, kritisch*, aus

dem Lateinischen – *Qualität, optimal, flexibel, reagieren*, aus dem Griechischen dann *Elastomer, Polyamid*.

Nicht zu vergessen ist hier das Partizip Perfekt – *optimal aufeinander abgestimmten Prozessen, gut ausgebildetes Team, strukturierte Dokumentation* oder Partizip Präsens – *laufende Produktion, vorbeugende Wartung*. Für das Erzielen eines besseren Images der Firma wurden hier auch Superlative eingereiht – [...] *bietet [...] ihren Kunden Präzisionsspritzgussteile in höchster Qualität*. Auf der Ebene der Morphologie wurde sonst nur eine Abweichung gefunden, beim aus dem Französischen kommenden Wort *Ressourcen*. Im Französischen wird Plural mit der Endung *-s* gestaltet, hier ist der deutsche Einfluss sichtbar.¹⁰² Des Weiteren wurde eine umfangreiche Skala von adjektivischen Suffixen beobachtet: *-ig (global ansässige Unternehmen, selbst kurzfristige Änderungsfragen, ein langjähriger Erfahrungsschatz, farbig)*, *-bel (flexibel, mit sensiblen Oberflächen)*, *-tal (horizontal)*, *-kal (vertikal)*, *-mal (optimal, maximal)*, *-tisch (vollautomatisch, kritische Qualitätsmerkmale, optisches Kamera-System)*, *-klar (glasklar)*, *-ell (manuell)*, *-lich (kontinuierliche Werkeselbstprüfung)*. Sonst wurden keine anderen Unterschiede zur Gemeinsprache bemerkt.

TEXT 2 – Analyse

Prospekt Nr. 2 orientiert sich graphisch an der Farbe grün, begleitet wird es nicht nur von Fotografien der Firma selbst, sondern auch vom Prozess der Herstellung und einzelnen Typen der Waren. Für eine einfacherer Orientierung, in der zur Verfügung stehenden Information, werden die Angaben in einer übersichtlichen Tabelle gesammelt und der Standort der Firma auf der Landkarte Deutschlands aufgezeichnet. Die Differenzierung zum TEXT 1 wurde hier durch eine zweisprachige Version erlangt, die auf Deutsch (in schwarzer Farbe) und auf Englisch (in grüner Farbe) in einem Dokument auftreten. Ein großer Akzent wird auf die Teilung des Textes gelegt, die Absätze werden deutlich voneinander abgetrennt, und insgesamt gibt es viele Aufzählungen mit verschiedenen Arten von Spiegelstrichen.

Die Firma möchte die Kunden gleich mit dem Motto auf der ersten Seite gefangen nehmen – *Ihr zuverlässiger Partner für Kunststoffgranulate!* Die Aussage *zuverlässiger Partner* weist auf die Vertrauenswürdigkeit des Unternehmens hin, das

¹⁰² Vgl. Ressource. DUDEN, Online im Internet: URL: <https://www.duden.de/rechtsschreibung/Ressource>. [Abrufdatum: 14.11.2018].

Ausrufezeichen verstärkt beim Leser die Richtigkeit dieser Äußerung. Die Textgliederung gestaltet sich auf gleicher Weise wie im Text zuvor: Titel – Untertitel – Text. Gesprochen wird in 1. Person Plural, die Firma bezeichnet sich bei der Vorstellung als „wir“. Das &-Zeichen kommt hauptsächlich bei Schlagzeilen in kopulativen Verbindungen vor: *Rohstoffe & Entsorgung, Kunden- & Lieferantenbetreuung*. Hier wird auch mit Fettschrift, realen Fotografien und tabellarischen Übersichten gearbeitet.

Der Großteil der Sätze hat eine einfache Struktur, es sind nur zwei Arten von Nebensätzen vorhanden und zwar ein Relativsatz – *Für die Durchführung der reinen Logistikdienstleistung steht uns ein Netzwerk sorgfältig ausgewählter Logistikpartner zur Verfügung, die wir insbesondere auf die Attribute Zuverlässigkeit und Termintreue verpflichtet haben.* und ein Kausalsatz – *Durch die Qualitätssicherung findet ein ‚echtes‘ Recycling statt, da die Produkte als Substitut für Neuware wieder in den Kreislauf der Kunststoff verarbeitenden Industrie zurückgeführt werden.* Realisiert wurde auch eine um-zu Konstruktion – *Um unsere Kunden und Lieferanten intensiv und persönlich vor Ort betreuen zu können, [...].* Ebenfalls erscheint hier sporadisch (im Vergleich zu anderen Fachtexten) das Passiv:

- Zustandspassiv – *Alle Aktivitäten sind auf Dauerhaftigkeit und Nachhaltigkeit ausgerichtet. Seit 1997 ist [...] als Entsorgungsfachbetrieb zertifiziert.*
- Vorgangspassiv – *Gegründet wurde [...] 1991 [...]. Vor der Weiterverarbeitung [...] werden [...] überprüft. Erst nach [...] werden sie [...] freigegeben. Die Ware wird [...] geliefert.*
- Passivumschreibung – *Der Wert [...] lässt sich in der Regel [...] messen.*
- Nominalisierung – *die Homogenisierung, die Optimierung, die Zertifizierungen, die Compoundierung, die Kundenorientierung*
- Attributive Ketten – *ein international ausgerichtetes Unternehmen mit einem weitreichenden Netz*
- Funktionsverbgefüge – *Heute bilden [...] die tragenden Säulen des Unternehmers. Für die Durchführung [...] steht uns ein Netzwerk [...] zur Verfügung, [...]. [...] sind wir jederzeit in der Lage, die Wünsche und Bedürfnisse [...] zu erörtern.*

Auch hier wird die ganze Reihe durch Komposition entstehenden Begriffen präsent. Die Mittel der Derivation realisieren sich bei üblichen Wortarten mit

verschiedenen Präfixen und Suffixen, bei der Gestaltung der Substantive dominiert das Suffix *-ung*, was sich im Fall der Beispiele bei der Nominalisierungen beobachten lässt, weiter auch die Endung *-keit* (*die Gegenseitigkeit, die Nachhaltigkeit*), *-heit* (*die Zufriedenheit, die Freiheit*) und *-tion* (*die Produktion, die Innovation*). Trennbare und untrennbare Vorsilben ziehen sich im ganzen Text durch (*verarbeiten, überprüfen, freigeben*). Andere Beispiele der Derivation – *zuverlässiger Partner, weitreichendes Netz, Vormaterialien*. Weitere Suffixe bei Adjektiven: *-ell* (*individuell*), *-lich* (*sämtlich*), *-isch* (*mechanisch, technisch*), *-ig* (*langjährig*). In diesem Text springt vor allem die Menge von abgeleiteten weiblichen Substantiven ins Auge. Bei den zur Komposition zugehörigen Ausdrücken findet man gleich mehrere Typen:

- in der Gemeinsprache verwendete und verständliche Komposita – *die Qualitätssicherung, die Logistikdienstleistung, der Außendienstmitarbeiter, die Kundenorientierung, die Geschäftsbeziehungen, Automobil-, Bau-, Konsumgüter- und Verpackungsindustrie*
- eng fachbezogene substantivische Komposita – (bei Beschreibung einzelner Möglichkeiten bei Laboruntersuchung) *der Füllstoffgehalt, die Steckspannung und -dehnung, die Schlagzähigkeit, die Kerbschlagzähigkeit, das Farbmessgerät*, (und dann bei dem Angebot der Firma selbst) *die Einfärbung, die Lohngranulierung, -compoundierung, -einfärbung, -vermahlung*
- eng fachbezogen adjektivische Komposita – *maßgeschneiderten Compounds, sortenreine Produktionsabfälle*
- den Bindestrich beinhaltende Komposita – *Labor-Prüfmöglichkeiten, E-Modul, FTIR-Spektrometer, Labor- Folienextruder, Labor- Spritzgussmaschine, Labor-Extruder, Service-Angebot*
- ein englisches Element enthaltene Komposita – *Recycling-Lösungen, Recycling-Kunststoffen, Ressourcen- und Umweltschonung, Kunststoffrecycling, Qualitätsmanagement, Energiemanagement, Servicedienstleistungen, Service-Angebot, Labor- Folienextruder*

In analysiertem Text wurden häufig fachterminologische Vertreter gefunden, einige verstehen auch Laien, die anderen nicht – *Folien, Fasern, Vliesstoffe, Granulate, Compounds, Mahlgüter, Entsorgungsfachbetrieb, NT-Ware, Regranulaten, Oktabins, Big Bags, Silofahrzeugen, Vicat, Shorenhärte, Randstreifen, Agglomerate*. Einen markanten Einfluss nimmt hier das Englische ein, bei vielen Termini wurde die

deutsche Variante gar nicht realisiert, auch bei der Pluralbildung wurde das -s erhalten (*Compounds, Oktabins, Big Bags*). Eine kleine Anpassung lässt sich z. B. am Wort *Oktabin* beobachten, das in der Originalsprache mit *c* geschrieben wird. Zu finden sind auch Gallizismen – *Büro, Kunststoffbranche, finanziell*, Latinismen – *Innovation, Stabilität, Folie*, Gräzismen *Basis, Spektrometer* oder auch ein Hispanismus – *Silo*. Das Partizip Perfekt – *international ausgerichtetes Unternehmen, zugekaufte Granulate, ausgewählter Logistikpartner* und Präsens – *die tragenden Säulen, weitreichendes Netz, aus dem Kunststoff verarbeitenden Industrie* sind hier auch häufig vertreten. Abkürzungen werden ebenfalls in großem Maß repräsentiert, einige wiederholen sich wie *DIN EN ISO*, andere erscheinen neu. Für die Unternehmer scheint es aber wichtig zu sein, den Lesern alle möglichen Zertifizierungen vorzustellen:

- eigentliche Abkürzungen – *GmbH* (Gesellschaft mit beschränkter Haftung), *bzw.* (beziehungsweise), *u.a.* (unter anderem), *PLZ* (Postleitzahl), *Fon* (Telefon), *http* (hypertext transfer protocol)
- fachbezogene Abkürzungen (größtenteils englischen Ursprungs) – *HDPE* (High Density Polyethylen), *LDPE* (Low Density Polyethylene), *MFR/MVR* (Melt Flow Rate/Melt Volume Rate), und eine aus dem Deutschen – *KrW-/AbfG* (Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz), es folgen schon erwähnte *PP, ABS, PC*
- Abkürzung in Erstgliedern von Komposita – *NT-Ware* (Neuware ohne Typisierung), *E-Modul* (Elastizitätsmodul), *FTIR-Spektrometer* (Fourier-Transformations-Infrarotspektrometer)

Wenn man beide Texte objektiv vergleicht, wirkt der Text 2 auf die Leser positiver, aus dem Grund des umfangreichen Grades an Fachlichkeit. Man bemüht sich um eine gute Vorstellung des Unternehmens, und verwendet dabei keine „abgenutzten“ Phrasen und Redewendungen, sondern benutzt eine große Menge an fachbezogenen Termini und Abkürzungen, die ihre Grundlage oft im Englischen haben. Der Gesamteindruck wirkt wirklich professionell und alles ist durch Mittel der Werbung miteinander verbunden. Andererseits mutet die häufigere Erwähnung des Namens der Firma etwas störend an, man könnte ihn an vielen Plätzen weglassen.

TEXT 3 – Analyse

Man kann sagen, dass der Werbetext dieser Firma auf den ersten Blick sehr übersichtlich wirkt, das ganze Material ist in grüner Farbe abgetönt und ergänzt durch hochwertige, bunte und auf Detail ausgerichtete Fotografien. Im Unterschied zu

vorherigen Texten variiert hier die Arbeit mit Fettschrift, in den Schlagzeilen kommt es zur ausschließlichen Betonung durch Farben, einige Angaben in Tabellen werden durch Änderung der Schriftstärke hervorgehoben. Die Textgliederung ist hier ebenfalls logisch aufgebaut, keine Unterschiede sind zu finden, unter den Schlagzeilen folgen einzelne Absätze, stellenweise erscheinen auch nummerierte Aufzählungen oder graphisch abgegrenzte Texte. Der Bildanhang und die tabellarisch bearbeiteten Daten strahlen große Übersichtlichkeit und fachliche Darbietung aus, für Laien ist auch die Darstellung von einzelnen Produkten interessant. Zur Klarheit bei der Orientierung im Text verhilft auch der durchnummerierte Inhalt. Als störend anmutend ist der nicht als Blocksatz formatierte Text, diese Seite wurde eventuell etwas vernachlässigt, es gewinnt damit eine Art „zerstreuter“ Form. Verfasst wurde das Dokument auf Deutsch, die englischen Wörter sind im Text häufig verflochten, die Autoren bemühen sich um ein internationales Image der Firma.

Es gibt hier Haupt- und Nebensätze, oft weit erweitert, was in manchen Fällen die Botschaft in eine unübersichtliche Ebene rücken kann. In diesem Fall noch in Kohärenz mit Klammern und Abkürzungen: *Diese betreffen unter anderen die Bereiche Klima (u.a. ressourcenschonende Produktion), Wasser (u.a. Sicherstellung der Wasserversorgung), Energie (u.a. Sicherstellung der Energieversorgung), Gesundheit (u.a. diagnostische Verpackungen), Nahrungsmittel (u.a. hochqualitative Pflanzennährstoffe) sowie Abfall & Recycling (sinnvolle Nutzung und Wiederverwertung von (Kunststoff-)abfällen)*. Wegen der Kompliziertheit dieses Satzes wären hier andere Varianten für geeignetere Gliederung des Textes zu empfehlen, wie z. B. die Aufzählung mit Spiegelstrichen.

Vertreten sind in großem Maß Relativsätze – *Die Ambition, die [...] antreibt, lautet [...]. [...] erhält vermischte Kunststoffe [...], die positiv auf PE und PP vorsortiert sind.*, dann vereinzelt die Temporalsätze – *Für [...] wird das Material [...] gewaschen und [...] getrocknet, bevor es [...] gelangt.*, weiter dass-Sätze – *Die sorgfältige Endkontrolle [...] stellt sicher, dass [...] gewünschte Qualität aufweisen.*, Finalsatz und Relativsatz in einem Satzgefüge – *Damit die Vorsortierung [...] funktioniert, stellt [...] zur Verfügung, das Verbraucher [...] informiert.*, und eine um-zu Konstruktion *Unsere [...] Mitarbeiter unterstützen die Kunden [...], um unsere Granulate [...] anzupassen*. Dank gut durchdachtem Satzbau und den Nebensätzen ergibt sich auch Verwendung von Passiv und weitere charakteristische Elemente der technischen Werbetexte:

- Zustandspassiv – *Seit 1994 werden [...] recycelt. Zuletzt wird das Material in vier Extrudern verdichtet, aufgeschmolzen, gefiltert, entgast, homogenisiert und schließlich granuliert.* Auch in der Verbindung mit Modalverb – *Ausgangsstoffe [...], denen vor der Weiterverarbeitung der Sauerstoff entzogen werden muss. Das Material kann je nach Verfügbarkeit angeboten werden.*
- Vorgangspassiv – *Gebrauchte Kunststoffe [...] sind für Vertretung [...] geeignet., [...], die positiv auf PE und PP vorsortiert sind.*
- Nominalisierung – *die Sammlung, die Sortierung, die Filtrierung*
- Attributive Ketten – *Seitdem hat sich das Unternehmen technologisch kontinuierlich weiterentwickelt [...]. [...] finden über Deutschland hinaus in zahlreichen weiteren europäischen Ländern [...].*
- Funktionsverbgefüge und phraseologische Wendungen – *Unsere Vertriebsmitarbeiter stehen bereit. Sie finden Ihren Ansprechpartner unter [...]. Damit die Vorsortierung vor Ort gut funktioniert, stellt [...] zur Verfügung, [...]. Bei Interesse an diesem Produkt freuen wir uns auf Ihre Anfrage! Unsere Außendienstmitarbeiter stehen Ihnen zur Beratung jederzeit gern zur Verfügung.*

Auch in diesem Fall wird das Unternehmenssubjekt in der 1. Person Plural bezeichnet, das Possessivpronomen *unser* wird dem Leser nicht so markant im Unterbewusstsein aufgedrängt. Manche Passagen werden mit Ausrufezeichen betont, was die Emotionen unterstreicht. Die Vertrauenswürdigkeit versucht man hier auch durch verschiedene Bezeichnungen zu visualisieren wie: *[...] ist ein zuverlässiger Lieferant auch großer Mengen in gleichbleibenden Qualitäten* oder mit Superlativ zu erzielen – *mit größter Sorgfalt*. Bei einigen Texten ist auch die Verwendung der Vergangenheitsformen unterschiedlich, die die Abgeschlossenheit ausdrückt, was im Zusammenhang mit der Entwicklung der Firma eher merkwürdig wirkt: *Seitdem hat sich das Unternehmen technologisch kontinuierlich weiterentwickelt und ist heute einer der Technologieführer in Europa im Bereich der Verwertung vermischter Kunststoffabfälle*. Zugleich wird die heutige Situation erwähnt, die jedoch die ständigen Innovationen im Bereich nicht hindern. Hier würde vielleicht eine geeignetere stilistische Formulierung passen (z. B. in Präsens), weil jedes Unternehmen sich um eine konstante Verbesserung von verwendeten und angebotenen Technologien bemüht und dieser Prozess sich immer weiterentwickelt. Bei Derivation treten im Vordergrund

wieder die weiblichen Suffixe (-ung, -keit, -tion) auf, bei Konversion dann z. B. *das Unternehmen, der Abnehmer, das Waschen, das Trennen, das Trennverfahren*.

Die zur lexikalischen Ebene gehörenden Komposita nehmen auch in diesem Prospekt ein breites Spektrum ein:

- in der Gemeinsprache verwendete und verständliche Komposita – *umweltfreundlich, die Wasserversorgung, die Energieversorgung, die Kunststoffabfälle, kunststoffverarbeitende Betriebe, das Schwesterunternehmen, die Kunststoffteile, Nebenprodukte der Neuwarenherstellung, die Produktinformationen, das Recyclingmaterial, die Weiterverarbeitung, die Kunststoffprodukte*
- eng fachbezogene substantivische Komposita – *die Kunststoffverpackungen, die Spritzgussprodukte, die Gewerbebetriebe und kommunale Sperrmüllsammlungen, die Staubsaugerdüsen, die Hartkunststoffprodukte, die Polymerzusammensetzung, die Extrusions- und Spritzgusstypen, die Kunststoffpaletten*
- eng fachbezogene adjektivische Komposita – *ressourcenschonende Produktion, hochqualitative Pflanzennährstoffe, klimaschädliche Treibhausgasemissionen, werkstoffliches Recycling, heißkanalfähig, trennscharfe Aufbereitungstechnik, zylinderförmig*
- den Bindestrich beinhaltende Komposita – *Polyolefin-Regranulate, Spritzguss-Produkten, Re-Granulat, CO₂-Äquivalente, Polyolefin-Reinheit, anspruchsvolle Endverbraucher-Produkte*
- ein englisches Element enthaltene Komposita – *Kunststoffpellets, Shore-Härte, Bobby-Cars*

Was die terminologischen Grundlagen betrifft, erscheinen hier auch neue Fachwörter: *Polyolefine, Kohlenmonoxid, Extruder, Polyethylen und Polypropylen, Silicon, Acryl* oder auch neue Arten der Farben *transparent, transluzent, transluzent-dunkel* sind hier aufgezählt. Eine bedeutsame Stelle wird hier durch englische Ausdrücke und Slogans verwirklicht – *the Upcyclers, Keep Discovering, Value Creation through Innovation, Primärressourcen, Bobby-Cars, Charpy, Slogan, Input*. Realisiert wird hier wieder das -s bei Pluralbildungen, andere Wörter werden an das deutsche Deklinationssystem angepasst – z. B. *Additiven* (Nominativ Plural). Wenn man

die anderen Sprachen in Betracht zieht, stößt man auch auf viele Wörter aus dem Lateinischen – *innovativ, kontinuierlich, Impressum*, aus dem Griechischen – *Chemikalie, Thema, Technologie*, aus dem Französischen – *Ambition, kontrollieren, Palette*, aus dem Italienischen – *Kanister, Tastatur*. Bei zusammengesetzten Adjektiven gibt es Varianten mit Substantiv – *zylinderförmig, ressourcenschonende Produktion, sinnvolle Nutzung, kunststoffverarbeitende Betriebe* und Adverbien – *hochqualitative Pflanzennährstoffe, hochwertiger Polyolefin, gleichbleibe Qualität*. Die Häufigkeit der Partizipien Perfekt – *gebrauchte Kunststoffverpackungen, vermischte Kunststoffabfälle, gegebenen Anforderungen, geeignete Kunststoffabfälle*, oder Partizipien Präsens – *vorkommende Eisenerze, in gleichbleibenden Qualitäten, leicht fließende Re-Polyolefin* ist auch nicht vernachlässigbar. Bei Abkürzungen lassen sich auch zahlreiche Arten finden:

- eigentliche Abkürzungen – *GmbH* (Gesellschaft mit beschränkter Haftung), *g* (Gramm), *kg* (Kilogramm), *mm* (Minimeter), *cm* (Zentimeter), *m* (Meter), *min* (Minute), *kJ* (Kilojoule), *C* (Grad Celsius), *MPa* (Megapascal), alle physikalischen Einheiten gehören zu tabellarischen Darstellungen und ergänzen die gemessenen Werte
- fachbezogene Abkürzungen – *Schmelzfließindex MFI* (Melt Flow Index), *PE-HD* (polyethylene high-density), *PP, DIN EN ISO*
- Abkürzung in Erstgliedern von Komposita – *REACH-* (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals), *ROHS-* (Restriction of the use of certain Hazardous Substances in electrical and electronic equipment) und *CLP-Verordnung* (Classification, Labelling and Packaging), *IR-Trocknungswaage* (Infrarot Trocknungswaage), *NIR-Technik* (Nahinfrarot-Technik), *IBC-Blasen* (Intermediate Bulk Container-Blasen)

Die morphologische Ebene wird nicht durch typische Merkmale der Gemeinsprache gekennzeichnet, eine bunte Skala ist hier präsent. Beispielsweise bei der Auswahl von Suffixen bei Adjektiven: *-iv (innovativ, hochqualitativ), -voll (sinnvoll), -lich*, die sich oft im ganzen Text befinden (*gesellschaftlich, klimaschädlich, werkstofflich*), *-isch (europäisch, technologisch), -nah (haushaltnah), -al (kommunal), -isch (thermisch)*.

Die Beispiele beweisen die Notwendigkeit der Kenntnis von Fachbegriffen aus dem Bereich des Recyclings, weil man sonst den Text nicht hundertprozentig verstehen kann. Dank der Struktur und künstlerischen Verarbeitung des Textes gewinnt der Leser

ein positives Bild der Firma. Größtenteils liegt dies auch daran, dass dieses Prospekt von einer auf Design spezialisierten Agentur geschaffen wurde.

TEXT 4 – Analyse

Den größten Schwerpunkt auf die repräsentativen Materialien liegt das Prospekt der Gesellschaft Nr. 4. Insgesamt drei beidseitig bedruckte Folien sind in einer bunten Mappe platziert und bei Berührung stellt man fest, dass es sich nicht um normales Papier handelt, sondern es erinnert an Plastikmaterial. Der ganze Ordner ist deutsch-englisch, englische Teile trennt man durch Farbentrennung in hellblauen und grünen Tönen, begleitetet von Kursivschrift. Die graphische Bearbeitung lässt sich als sehr gelungen bewerten, im Text wird mit Fettschrift und Aufzählung gearbeitet. Sonst wird hier die typische Teilung von Titel und Absatz angewendet. Auf den „Folien“ sind die Schlagzeilen auf Englisch angeführt wie z. B. *Flame Retardant Compounds* oder *Technical Compounds*, auf der inneren Seite kommen ganze Sätze vor – *Wenn aus der Idee ein gutes Produkt wird* oder sogar auf die langjährige Tradition verweisende elliptische Äußerung – *Seit über 30 Jahren in Zusammenarbeit mit Unternehmen und deren Produkten*. Zu bemerken ist auch, dass diese Aussage nicht ins Englische übersetzt wurde. Das verwendete Motto bemüht sich darum, die Firma in den Augen der Kunden in ein besseres und zuverlässigeres Licht zu schieben: *Wir hören unseren Partnern einfach immer gut zu; für uns ist das ganz selbstverständlich..., ...weil uns ein einfacher Compound nicht genug ist*. Die Schrift selbst ist nicht im Blocksatz formatiert, was dem Gesamteindruck etwas schadet. Im Gegensatz zu anderen analysierten Prospekten werden hier die Kontaktinformationen auf jeder Folie angeben.

In diesem Fall variiert auch der Satzbau, wenn man ihn mit anderen Texten vergleicht, werden hier längere Satzeinheiten verwendet, die zugleich durchdacht sind – *Die Formel [...], national und international patentiert, wirkt sich wie folgt auf das Endprodukt aus: Verzögerung und Zündung; Reduzierung der Flammzeit [...]*. Bei diesem Musterbeispiel ist auch eine elliptische Konstruktion zu finden. Die große Anzahl von erweiterten Sätzen und Hauptsätzen (auch mehrere in einem Satzgefüge) begleiten auch ausführliche Aufzählungen. Vertreten sind Parenthesen – *Unsere Compounds werden nur auf spezifische Anfragen der Kunden, **nach Additivierung der Basispolymere, meistens PP**; entwickelt, was durch [...] erreicht wird*. Der hier erwähnte Nebensatz gehört zur Gruppe von Subjektsätzen, sonst wird das Satzspektrum relativ lang, z. B. gibt es Relativsätze *Ebenso wird kein saurer Rauch erzeugt,*

der [...] für die Korrosion [...] verantwortlich ist., weiter ein Lokalsatz *[...] ein Labor mit modernsten Geräten eingerichtet, wo [...] durchgeführt werden.*, ein Kausalsatz *Es wird als Granulat hergestellt [...], da keine Staubteilchen in die Luft austreten.*, ein dass-Satz *Das Zusammenwirken [...] bewirkt, dass [...].* mehr als nur ein einfacher Compound anbieten kann. Es folgen dann um-zu Konstruktionen [...], **um** somit ein funktionelles und preiswertes Produkt **zu** erzielen. und Infinitiv sein-zu *Es ist unser wichtiges Anliegen, neue Materialien **zu** erforschen und sie **zu** entwickeln, [...].* Die Raffinesse des Textes bewirkt öfter verwendetes Passiv (aber im Vergleich zu anderen Texten orientiert man sich hier nur auf Zustandspassiv) und weitere fachtextuelle Merkmale:

- Vorgangspassiv – im Präsens: *[...] professionelle Lösungen **gefunden werden.***, *In unserem modernen Labor **werden** neue Materialien **studiert** [...].*, im Präteritum: *Gleichzeitig **wurden** die optischen Merkmale **verbessert** und das Gewicht [...] **reduziert**,* mit Modalverb: *Weiterhin **konnte** [...] **entwickelt werden**, [...].* und in der Perfektform *Unsere [...] Compounds **sind** in verschiedenen Anwendungsbereichen **getestet worden** [...].*
- Nominalisierung – *die Compounding, die Polymeradditivierung, die Optimierung, die Additivierung*
- Attributive Ketten – *konkrete, zuverlässige und professionelle Lösungen, Kein saurer, giftiger, korrosiver und schwarzer Rauch*
- Funktionsverbgefüge und phraseologische Wendungen – *Wir hatten immer ein **offenes Ohr für unsere Partner** [...]., [...] **zur Verfügung stehen.**, Unsere Firma hat [...] **Aufmerksamkeit auf die Entwicklung** [...] **gerichtet.***

Es wurden auch Perfekt und Präteritum als Vergangenheitsformen verwendet. *Wir hatten immer ein offenes Ohr für unsere Partner und gemeinsam haben wir innovative und wettbewerbsfähige Lösungen gefunden.* Der ganze Text hat einen neutralen Charakter, einen störenden Effekt rufen jedoch Possessivpronomen *unser* hervor, die sich fast in jedem Absatz befinden. Sonst wird 1. Person Plural verwendet. Zum Anwerben von möglichen zukünftigen Partnern erwähnt man hier auch Adjektive in Superlativ wie *Zusammenarbeit mit den **größten** PP- und Additivherstellern* oder *Labor mit **modernsten** Geräten eingerichtet, am **besten** geeigneten Verarbeitungstechnologien.* Nutzung finden auch Partizip Präsens (*entsprechende Produkte, die Anwendungsgebiete sind folgende*) und Perfekt (das richtig *additivierte*

Compound, der *verwendeten* Additive) gefunden. Auch in diesem Text stützen sich zahlreiche Sprachmittel auf unterschiedliche Präfixe und Suffixe (*die Extrusion, die Flexibilität, die Vorschrift, halogenfrei*) und durch Konversion entstehende Elemente (*wichtiges Anliegen, das Spritzgießen, das Ermessen*). Eine größere Repräsentanz nehmen wieder weibliche Endungen ein, vor allem *-ung* und zusammengesetzte Ausdrücke:

- in der Gemeinsprache verwendete und verständliche Komposita – *die Kundenberatung, die Anwendungsfragen, die Produktionsprozesse, die Anwendungsgebiete, die Verarbeitungstechnologie, die Haushaltsgeräte, die Langzeitforschung, die Produktcharakterisierung*
- eng fachbezogene substantivische Komposita – *die Polymeradditivierung, die Compoundproduktion, der Additivhersteller, die Polymermodifikation, die Dünnflüssigkeit, das Flammenschutzmittel, die Dosiergeräte, die Polymerisationsprozesse, die Thermostabilität*
- eng fachbezogene adjektivische Komposita – *keine polybromierte Biphenyle, flammhemmenden Effizienz, additivierte Compound, flammhemmenden Compounds*
- den Bindestrich beinhaltende Komposita – *die Techno-Polymere, Kosten/Qualitäts-Verhältnis, UE-Vorschriften*
- ein englisches Element enthaltene Komposita – *mineralbehafteten PP-Compounds, Flammenschutz-Masterbatch*

Genauso wie bei den vorher analysierten Materialien kommt es auch hier zur Bildung von Eigenschaftswörtern in Verbindung mit Hauptwörtern: ***mineralbehafteten PP-Compounds, wettbewerbfähige Lösungen, schalldämmend*** und ebenso reich ist die Fachterminologie – *Polymere, Vicat, Extrusion, Compounds, Basispolymere, Extruder, Antimonoxyd*, und Arten der Verarbeitungsmethode durch Adjektive ausgedrückt – *glatt, gerillt, schalldämmend*. Das alles verbindet noch der bunte Wortschatz von Lehnwörtern lateinischer (*optimale Dispersion, reduzieren, momentan*) griechischer (*charakteristisch, Elektronik*), französischer (*funktionell, Möbel*) und vor allem englischer Herkunft, wo die einzelnen Elemente sogar in der Originalform stehen (*naturalmente compound, flame retardant Masterbatches, spunbond* = Spinnvlies, *kein Blooming, Performance, Know-how* (in vorherigen Texten wurde dieser Anglizismus mit großem *H* geschrieben, im DUDEN-Wörterbuch findet man aber nur die Variante

mit kleinem *h*, man kann sich im Fall des Bindestriches entscheiden, ob man ihn benutzt, oder nicht¹⁰³), auch übernommene fremde Endungen *-s* oder *-ing* z. B. *Compounds, Compounding*. Englischen Ursprungs sind auch viele Abkürzungen:

- Eigentliche Abkürzungen – *etc.* (et cetera), *usw.* (und so weiter), *Tel.*
- fachbezogene Abkürzungen – *PP, HDT, TNT* (Trinitrotoluol), *PBB* (Polybrominated biphenyl), *PBDE* (Polybromierte Diphenylether), *CEI* (Commission électrotechnique internationale), *UL94 Zertifikat* (Yellow Card – Tests zur Brennbarkeit von Kunststoffen für Teile in Geräten und Anwendungen)
- Abkürzung in Erstgliedern von Komposita – *UE-Vorschriften*

In Bezug auf diesen Text muss die nationale Angehörigkeit der Firma erwähnt werden, und zwar handelt es sich um einen italienischen Unternehmer. Was etwas überraschend wirkt, ist die Verwendung der französischen Abkürzung *CEI* (Commission Electorale Indépendante) im Zusammenhang mit europäischen Richtlinien. Im englischen Teil wurde die internationale Variante *IEC* (International Electrotechnical Commission) einbezogen, was für das breite Publikum verständlich ist. Im revidierten deutschen Text wurden auch mehrere Tippfehler übersehen, die Abkürzung *EU* zu *UE-Vorschriften* – der Fehler kann auch durch den nebenliegenden englischen Absatz überprüft werden, wo er schon richtig angeführt ist. Das Gleiche tritt bei Kunststoffbezeichnungen *Plymere, Polymermodifikation* statt *Polymere, Polymermodifikation* auf, was den gesamten professionellen Eindruck bei zukünftigen Partnern erschwert. Sonst ergeben sich auf der morphologischen Ebene keine Unterschiede zur Gemeinsprache. Der Bereich der Suffixe bei Adjektiven bleibt auch relativ variabel: *-isch* (*spezifisch, thermisch, technisch, mechanisch*), *-tisch* (*charakteristisch, optisch*), *-lich* (*fortschrittlich*), *-ell* (*funktionell*), *-ig* (*einzigartig*). Visuell wirkt dieses Prospekt am meisten vertrauenswürdig und erfüllt die Funktion des Interesseerweckens sehr gut. Möglicherweise sollten sich die Marketingabteilungen gerade in diese Richtung der allgemeinen Verständlichkeit, ergänzt durch eine große Anzahl an fachlichen Details und interessanten Werbematerialien, begeben.

¹⁰³ Vgl. Know-how. DUDEN, Online im Internet: URL: https://www.duden.de/recht-schreibung/Know_how. [Abrufdatum: 27.2.2019].

TEXT 5 – Analyse

Auch dieser Unternehmer wählte für seine Repräsentation der Firma die Kombination von Ordnern mit Begleitmaterialien. Die farbliche Variation geht von dem Firmenlogo aus (von dunkelroten Tönen über orangene, gelbe und dazu kommt die Verbindung mit grau hinzu) und sie zieht sich durch dem ganzen Prospekt. Für eine bessere Anschaulichkeit der angebotenen Produkte werden vier beidseitige Listen hinzugefügt. Die Fotografien beinhalten weitere mögliche Bearbeitung des Kunststoffmaterials und einen klar gestalteten Titel, der die Verarbeitungsmethode beschreibt. Sonst folgt hier eine typische Textgliederung, es erscheinen in den Schlagzeilen weiße Großbuchstaben, oder Überschriften im roten Rahmen. Stellenweise findet auch Fettschrift ihre Verwendung. Einzelne Absätze unterliegen nicht dem Blocksatzformat und der ganze Text wird in der 1. Person Plural verfasst. Das Possessivpronomen *unser* wird hier entsprechend verwendet. Um Aufmerksamkeit zu gewinnen, platzierte man auf die Rückseite die Äußerung: *Wir sind scharf auf Ihre Anfragen! Rufen Sie direkt an. Telefon [...]. Wir machen Ihnen ein gutes Angebot.* Es wurde zugleich um das Bild von Chili-Paprikaschoten ergänzt, das in der Form des englischen Wortes *HOT* dargestellt ist (Abb. 2), was die Kunden zu einer schnelleren Reaktion bewegen soll – ob es den Zweck erfüllt, ist allerdings fraglich. Man versucht hier mit dem Hinweis auf Ökologie positive Gefühle auszulösen – *Unser Schwerpunkt liegt auf Technischen Kunststoffen [...] vermarktet werden. So geht nichts verloren – der Umwelt zuliebe.*

Abbildung 2



Die Grundlage des Satzbaues bilden zum großen Teil erweiterte einfache Sätze, in einem Satzgefüge erscheint ein Relativsatz – *Unser Schwerpunkt liegt auf Technischen Kunststoffen, die [...]* und es gibt hier eine Satzverbindung, die zwei

Hauptsätze beinhaltet. Eine sehr verbreitete Zeitform ist das Perfekt [...] *hat sich auf die Vermarktung von [...] spezialisiert [...]*., das Passiv hat andererseits nur einen Repräsentanten. Zu finden sind weitere fachsprachliche Elemente wie Nominalisierung oder Funktionsverbgefüge, doch keine attributiven Ketten wurden eingeordnet – das ganze Prospekt hat eine ziemlich einfache Struktur:

- Vorgangspassiv – [...], *die von uns als Neuware [...] vermarktet werden.*
- Zustandspassiv – ®-Produkte **sind** *markenrechtlich vom jeweiligen Hersteller gestützt.*
- Nominalisierung – *die Dosierung, die Abrundung, die Niederlassung*
- Funktionsverbgefüge und phraseologische Wendungen – *Unser **Schwerpunkt** liegt auf [...]. Wir **setzen** uns für Ihre **Belange** ein.*

Auch in diesem Text wurde wieder ein breites Spektrum von abwechslungsreichen sprachlichen Mittel zur Wortbildung gefunden. Die Beispiele der Derivation sind folgende – *die Vermarktung, die Vertretung, die Entformungshilfen, zuverlässig, die Schnelligkeit, der Hersteller.* Stellenweise sind auch die Suffixe *-fähig (leitfähig), -lich (markenrechtlich), -haft (namhaft)* präsent. Was die Zusammenfassung des Textes betrifft, sind häufig Wörter auffällig, deren Bestandteil der Begriff *Kunststoff* ist. Im Gegensatz zu anderen analysierten Texten wurden keine fachbezogenen adjektivischen Komposita, aber auch keine mit Bindestrich oder englischen Fundament gefunden. Der eingegrenzte Kreis der gefundenen Komposita sieht folgendermaßen aus:

- in der Gemeinsprache verwendete und verständliche Komposita – *das Lieferprogramm, die Medizintechnik, die Maschinenteknik, die Waffentechnik, die Weiterverarbeitung, der Wirtschaftsraum, die Werkzeugkonstruktion*
- eng fachbezogene substantivische Komposita – *die Granulatform, das Antistatikum, der Kunststoffspritzguss, der Kunststoffvertrieb, die Kunststoffgranulaten*

Obwohl keine englischen Komposita vorkommen sind, erscheinen häufig Wörter mit englischem Ursprung – *Hot, Moulds, Additive, Mould Flow Analyse, Rapid Prototyping Werkzeugkonstruktion, fair, Plast, Distributor.* Verhältnismäßig gleich vorkommend sind auch Latinismen – *technisch, der Stabilisator, das Prospekt,* Gräzismen – *die Dosierung, das Lieferprogramm, elektrisch,* Gallizismen – *hochkonzentriert.* Natürlich begleiten den Text die in diesem Fachbereich gewöhnliche Termini wie *Technische Kunststoffe, Regranulate, Compound, Granulate.* Minimal

vertreten ist das Partizip II (*nach Kundenwunsch hergestellte Materialien, geprüfte Regranulate*), das Partizip I kommt gar nicht vor. Ein kleines Spektrum füllen auch die, vor allem auf Arten der einzelnen Kunststoffmaterialien beschränkte Abkürzungen aus:

- Eigentliche Abkürzungen – *u.v.a.* (und viele andere), *kg*, *max.* (maximal), *to.* (Tonne), *Co.* (Company), *usw.*
- Fachbezogene Abkürzungen – *PA6* (Polyamid 6), *PA66* (Polyamid 66), *PBT* (Polybutylenterephthalat), *PC-ABS*, Herstellergebilde mit *WPZ*, *LTD* (limited)
- Abkürzung in Erstgliedern von Komposita – *UV-Stabilisatoren*

Nicht aufschlüsselbar bleibt die Abkürzung *WPZ* – hier versuchte ich in allen möglichen Quellen zu recherchieren, aber mit keinem Erfolg. In diesem Fall habe ich auch in Fachkreisen nachgefragt, trotzdem bin ich zu keiner sinnvollen Antwort gekommen. Eine ähnliche Situation entsteht auch bei dem abgekürzten *to.*, aus dem Kontext ist klar, dass hier die Tonnen gemeint sind (*t*) – *Wir fertigen [...] Werkzeugformen von 50 kg bis max. 20 to.*, aber bei Überprüfung der Abkürzung wurde immer nur die Bezeichnung *t* gefunden. Beachtet wurden auch die internationalen Symbole ® (Registered Trade Mark) oder ™ (Unregistered Trademark). Der Verfasser des Textes hat anscheinend ebenfalls nicht alle neuen Regeln der Deutschen Rechtschreibung in Betracht gezogen, weil z. B. im Kompositum mit Zahlangabe *15jährige Erfahrungen* der Bindestrich fehlt.¹⁰⁴ Man kann allgemein sagen, dass der Text eher für ein breites Publikum bestimmt ist.

¹⁰⁴ Vgl. Schreibweise von Ziffern mit -jährig und -Jährige. KORREKTUREN.DE, Online im Internet: URL: https://www.korrekturen.de/kurz_erklaert/schreibweise_von_ziffern_mit_-jaehrig_und_-jaehrige.shtml. [Abrufdatum: 23.02.2019].

3.7 Zusammenfassende Übersicht fachsprachlicher Spezifika der untersuchten Texte

Im Bereich der technischen Werbetexte lassen sich mehrere, oft verwendete, gemeinsame Charakteristika finden. Der Grundgedanke von jedem Prospekt ist die Gestaltung von Informationen in einer möglichst interessanten Form, die neuen Kunden anlockt und die bestehenden Kunden darin versichert, dass sie einem guten Lieferanten der Dienstleistungen folgen. Im Fall, dass Werbetexte das breite Publikum ansprechen möchten, kommt es zu einem niedrigen Grad an Fachlichkeit. Andersherum nimmt die Terminologie zu, wenn sich das Unternehmen an die richtigen Fachleute richtet, dies hängt dann von einzelnen Firmen ab. Es lohnt sich also, das Geld und die Geduld zu investieren.

In diesem Zusammenhang spielen Übersichtlichkeit und Gestaltung des Gesamtkonzeptes eine große Rolle. Jeder Vertreter (egal ob die Materialien von der Gesellschaft selbst oder von einer Werbeagentur gefertigt wurden) legt großen Wert auf den Bildanhang. In den meisten Fällen geht es um sehr hochwertige Bilder, ergänzt durch eine breite Skala von Tabellen und schematischen Übersichten. Den schlechtesten Eindruck hinterlässt der Text Nr. 5, wo unscharfe Konturen bei einzelnen Produkten einen störenden Effekt haben. In puncto Textgliederung unterliegen alle Fassungen der logischen Struktur und richten sich nach dem Prinzip Titel – (Untertitel) – Absatz. Vernachlässigt wirken die Texte, die das Blocksatzformat nicht verwenden (wie im Fall der Texte 3, 4, 5). Als allgemein verbreitet hat sich die Eingliederung von verschiedenen Mottos erwiesen, was nur beim ersten Text nicht in solchem Maß angewendet wurde. Als am beliebtesten hat sich die Redewendung *zur Verfügung stehen* herausgestellt, vielleicht möchten die Firmen damit die Offenheit und Hilfsbereitschaft bei den Handlungsprozessen zeigen. Andererseits möchte nicht jeder denselben Phraseologismus in den Text einordnen, man wählt also ähnliche Äußerungen wie: *Kundenservice steht im Mittelpunkt. [...] stehen wir Ihnen gern mit Rat und Tat zur Seite. Gerne erfüllen wir auch individuelle Kundenwünsche [...]. Gerne beraten wir Sie bei der Auswahl des richtigen Materials für Ihr Produkt.* Ein verbreiteter Konsensus herrscht auch im Gebrauch von vor allem auf Qualitätssicherung und Verlässlichkeit konzentrierenden, positiv bewertenden Adjektiven (*hochqualitative Pflanzennährstoffe, Bestellungen flexibel und termingerecht reagieren zu können*).

Wenn man die fachorientierten Texte in Betracht zieht, hebt man meistens Fachlichkeit und Kompliziertheit hervor. Im Fall der technischen Werbetexte ist dies

aber nicht so, weil sie sich auch in Richtung Business orientieren, und die genannten Gesichtspunkte stehen nicht an der ersten Stelle der textuellen Produktion des Autors. Hier befindet sich vor allem das Fesseln der Aufmerksamkeit bei den Kunden, der Hinweis auf sehr gute Eigenschaften und Fähigkeiten der Firma und klare Weitergabe der Informationen im Vordergrund. Suggestiv positiv wirken auf die Leser auch die Anspielungen auf die lange Tradition der Firma, Erwähnungen über geplante neue Technologien und Maschinen, mit welchen man sich weiterentwickeln möchte oder Unterstützung im Bereich der Forschung. Dafür werden auch hauptsächlich einfache (manchmal erweiterte) Sätze präferiert, stellenweise tritt eine Satzverbindung mit zwei Hauptsätzen zutage. Wenn man die Aufmerksamkeit auf Nebensätze richtet, besteht eine merkliche Dominanz bei Relativsätzen mit dem Relativpronomen im Nominativ. Es folgen Kausalsätze mit Konjunktionen *weil* und *da*, im Text 3 findet man noch vereinzelte Beispiele der Temporal- und dass-Sätze, im Text 4 ist dann ein Lokalsatz und ein sein-zu Satzgefüge zu finden. Außer im Text 5 stehen auch regelmäßig um-zu Konstruktionen in allen anderen Texten. Wie es bei einer solchen Textsorte üblich ist, ist der Autor des Textes nicht genannt, das Subjekt wird als 1. Person Plural bezeichnet. Bei der Vorstellung der Firma tendieren die Autoren eindeutig zur Präsensform, stellenweise bei Beschreibung der Geschichte manifestiert sich das Perfekt oder das Präteritum. Das Passiv ist hier keine gleichwertige Einsatzform, im Gegensatz zu den Aktivsätzen, weil wenn man sie vergleicht, zeigt sich die klare Dominanz des aktiven Satzbaus.

Obwohl die Fachlichkeit der Texte etwas erhöht wird, gerade durch Verwendung des Passivs, in meisten Fällen finden beide Arten Gebrauch, und zwar Zustandspassiv (im Text 4 wurden keine Ergebnisse gefunden) und Vorgangspassiv, das allgemein die größere Vertretung in der Sprache hat. Etwas überraschend ist andererseits das geringe Vorkommen von Passivumschreibungen, die nur im Text 2 erscheinen. Diese Elemente werden meistens noch im Zusammenhang mit der Endung *-ung* gebildeten Nominalisierungen ergänzt (*die Bestellung, die Homogenisierung, die Optimierung, die Polymeradditivierung*), die sich auch an Wörter fremden Ursprungs problemlos anschließen. Äußerst auffallend ist die Anzahl von weiblichen Substantiven. Dies hängt wahrscheinlich mit häufig verwendeter Konversion und Derivation zusammen, wo die Skala der Suffixe sehr breit ist, deswegen haben die Feminina die größte Vertretung. Die Bildung der Wörter variiert auch in zwei Beispielen in den Texten 2 und 4 (*die Compoundierung, die Compounding*), wo der Wortstamm – *Compound* gleich ist. Diese

synonymischen Ausdrücke bekommen dann eine neue Bedeutung, die nur vom Suffix abhängig ist. Auch die Kategorie der Attributive wird häufig (außer im Text 5) realisiert, es folgen oft mehrere hintereinander – *konkrete, zuverlässige und professionelle Lösungen* oder *kein saurer, giftiger, korrosiver und schwarzer Rauch*. Die Autoren bemühen sich hier um eine möglichst präzise und genaue Beschreibung des Zuständigkeitsbereichs oder eines konkreten Verfahrens.

Einen untrennbaren Bestandteil der untersuchten Werbetexte bilden die Termini, die eng mit der Umwelt des Kunststoffrecyclings und Technologien, die in diesem Fach appliziert werden, zusammenhängen. Die Termini, die die Grundlage bilden, stellen Begriffe wie *Kunststoff, Plast, Recycling, Technologie, Spritzguss*, u. a. vor, die dann auch in Komposita einbezogen werden. Aus dem Grund, dass es sich um eine relativ neue Gruppe des Interesses handelt, basiert der Fachwortschatz auf englischer Sprache oder auf der Chemieterminologie wie z. B. *Thermoplaste, Folien, Fasern, Granulate, Compounds, Polyolefine, Kohlenmonoxid, Extruder, Polyethylen*. Entlehnt werden die Termini auch mit Endungen im Plural (im Fall des Englischen ist es am meisten die Endung -s) und bleiben oft orthographisch unverändert. Der englische Einfluss kommt in der lexikalischen Ebene deutlich zum Ausdruck und zwar bei der Komposition. Nach der Revision wurde hoher Ideenreichtum festgestellt, wie z. B.: *Kundenservice, Know-How, Roboter-Handling, Werkzeug-Full-Service, Auftragsstart, Recycling-Lösungen, Recycling-Kunststoffen, Kunststoffpellets, Flammenschutz-Masterbatch*, zu finden sind hier viele mit dem Bindestrich verbundene Komposita. Eingordnet sind auch die Zusammensetzungen (*2-Komponenten-Verfahren, 4-Schicht-System*), die Zahlen beinhalten. Wie es in Fachtexten sein sollte, überwiegen die Zusammensetzungen, und insgesamt ist der Wortschatz durch eine große Menge von Substantiven und Adjektiven bereichert. Bei der letzteren wurde auch eine breite Skala der Arten gefunden, der Beliebtheit erfreuen sich das Partizip Präsens (*entsprechende Produkte*) und das Partizip Perfekt (das richtig *additivierte Compound*) und fachbezogene zusammengesetzte Eigenschaftsnamen (*ressourcenschonende Produktion, hochqualitative Pflanzennährstoffe*). In einigen Fällen werden diese auch durch fremdsprachige Elemente gebildet, in kleinem Maß erscheinen die Adjektive (*glasfaserverstärkt*), die die Grundlage im Verb in Kombination mit einem Substantiv haben. Bunt ist auch die Verbindung der Hauptwörter und Adjektive (*termingerecht, umfangreiche Erfahrungen*) oder der Adjektive mit adverbialer Komponente (*vollautomatisch, langjährig*). Das Spektrum ist hier dank der Häufigkeit dieser Wortarten umfangreich

bei Suffixen (*-ig, -bel, -tal, -kal, -mal, -tisch, -klar, -ell, -lich, ...*) und bei Präfixen (*ver-, be-, zer-, ...*). Eine wesentliche Rolle spielen hier die Lehnwörter, vor allem Anglizismen (*Werkzeugkonstruktion, Distributor*) Latinismen (*Impressum, reduzieren*), Gräzismen (*Chemikalie, Technologie*), Gallizismen (*funktionell, Palette*), Italianismen (*Kanister, Tastatur*) und Hispanismen (*Silo*). Wenn man die Weltsprachen nebeneinander gleichstellt, sind die Wörter in Originalform markanter, die Dominanz der englischen Sprache ist hier deutlich erkennbar *Know-how, compound, fair, Input, Slogan, Additive, Hot, Plast*. Eine andere, am meisten sichtbare, Gruppe der lexikalischen Ebene sind Abkürzungen. Zu finden sind die allgemeinverständlichen Abkürzungen. Eine wichtige Funktion vertreten hier aber die fachbezogenen Abkürzungen, deren Kenntnis für das eindeutige Verständnis in einigen Fällen sehr bedeutungsvoll ist. Deutlich vorherrschend sind die Abkürzungen aus der chemischen Terminologie – *PP, PA, PE, PS, POM*, d. h. gekürzte Namen von verschiedenen internationalen sowie von einheimischen Gesetzen und Normen – *KrW-/AbfG, DIN EN ISO*. Es gibt auch eine breite Skala von physikalischen Einheiten und deren Abkürzungen, z. B. *g, kg, cm, m, l* oder Verbindungen mit Substantiv oder Partizip II – *UE-Vorschriften, UV-stabilisiert, CLP-Verordnung, IR-Trocknungswaage*. Problematisch wirkt im Text die Verwendung von einem Terminus oder einer Abkürzung, deren Sinn nicht allgemein klar ist und man auch keine Chance hat, beispielsweise mit der Hilfe vom Internet, ihn zu entschlüsseln oder zumindest zu erraten, wie bei *WPZ*.

Man sollte jeden Fehler vermeiden und kann dann man glaubhaft und effektiv die Kunden ansprechen. Zur Konkretisierung der einzelnen typischen Merkmale wurde eine tabellarische Übersicht gebildet, mit dem Ziel einer besseren Orientierung wählte ich hier zufällig typische Beispiele dreier Texte aus.

3.8 Tabellarische Übersicht der meist vorkommenden Merkmale der technischen Werbetexte

Typische Merkmale		Text 1	Text 2	Text 3
Passiv	Zustandspassiv	<i>Für die Zukunft sind weitere zehn Maschinen mit einer Schließkraft von bis zu 1.700 geplant. [...] sind [...] ausgestattet., [...] ist [...] zertifiziert.</i>	<i>Alle Aktivitäten sind auf Dauerhaftigkeit und Nachhaltigkeit ausgerichtet. Seit 1997 ist [...] als Entsorgungsfachbetrieb zertifiziert.</i>	<i>Gebrauchte Kunststoffe [...] sind für Vertretung [...] geeignet., [...], die positiv auf PE und PP vorsortiert sind.</i>
	Vorganspassiv	<i>Alle Produkte werden nach Ihren Wünschen konfektioniert, verpackt und weltweit termingerecht geliefert.</i>	<i>Gegründet wurde [...] 1991 [...]. Vor der Weiterverarbeitung [...] werden [...] überprüft. Erst nach [...] werden sie [...] freigegeben. Die Ware wird [...] geliefert.</i>	<i>Zuletzt wird das Material in vier Extrudern verdichtet, aufgeschmolzen, gefiltert, entgast, homogenisiert und schließlich granuliert. ähnlich: werden recycelt, entzogen werden muss, kann angeboten werden.</i>
Nominalisierung		<i>die Bestellung, die Produktion, das Montieren, die Aufbewahrung, die Umspritzung</i>	<i>die Homogenisierung, die Optimierung, die Zertifizierungen, die Compoundierung, die Kundenorientierung</i>	<i>die Sammlung, die Sortierung, die Filtrierung</i>
Attributive Ketten		<i>Lokale und global ansässige Unternehmen [...]. Unser moderner und breitgefächerter Maschinenpark.</i>	<i>ein international ausgerichtetes Unternehmen mit einem weitreichenden Netz</i>	<i>Seitdem hat sich das Unternehmen technologisch kontinuierlich weiterentwickelt [...]. [...] finden über Deutschland hinaus in zahlreichen weiteren europäischen Ländern [...].</i>

Typische Merkmale	Text 1	Text 2	Text 5
Funktionsverbgefüge	<i>Heute bilden [...] die tragenden Säulen des Unternehmers. Für die Durchführung [...] steht uns ein Netzwerk [...] zur Verfügung, [...]. [...] sind wir jederzeit in der Lage, die Wünsche und Bedürfnisse [...] zu erörtern.</i>	<i>Unsere Vertriebsmitarbeiter stehen bereit. Sie finden Ihren Ansprechpartner unter [...]. Damit die Vorsortierung vor Ort gut funktioniert, stellt [...] zur Verfügung, [...]. Bei Interesse an diesem Produkt freuen wir uns auf Ihre Anfrage! Unsere Außendienstmitarbeiter stehen Ihnen zur Beratung jederzeit gern zur Verfügung.</i>	<i>Unser Schwerpunkt liegt auf [...]. Wir setzen uns für Ihre Belangen ein.</i>
Fachtermini	<i>Thermoplaste und thermoplastische Elastomere, Polyamid</i>	<i>Folien, Fasern, Vliesstoffe, Granulate, Compounds, Mahlgüter, Entsorgungsfachbetrieb, NT-Ware, Regranulaten, Oktabins, Big Bags, Silofahrzeugen, Vicat, Shorenhärte, Randstreifen, Agglomerate</i>	<i>Technische Kunststoffe, Regranulate, Compound, Granulate</i>
Anglizismen	<i>Know-How, Roboter-Handling, Kamera-System, Qualitätsmanagementsystem, Energiemanagementsystem</i>	<i>Compounds, Oktabins, Big Bags</i>	<i>Hot, Moulds, Additive, Mould Flow Analyse, Rapid Prototyping Werkzeugkonstruktion, fair, Plast, Distributor</i>
Andere Lehnwörter	<i>Präzision, lokal, individuell, kritisch, Qualität, optimal, flexibel, reagieren, Elastomer, Polyamid</i>	<i>Büro, Kunststoffbranche, finanziell, Innovation, Stabilität, Folie, Basis, Spektrometer, Silo</i>	<i>technisch, der Stabilisator, das Prospekt, die Dosierung, das Lieferprogramm, elektrisch, hochkonzentriert</i>

Typische Merkmale		Text 3	Text 4	Text 5
Komposita	allgemein verständlich	<i>umweltfreundlich, die Energieversorgung, die Kunststoffabfälle, kunststoffverarbeitende Betriebe, das Schwesterunternehmen, die Kunststoffteile, Nebenprodukte der Neuwarenerstellung, die Produktinformationen, das Recyclingmaterial</i>	<i>die Kundenberatung, die Anwendungsfragen, die Produktionsprozesse, die Anwendungsgebiete, die Verarbeitungstechnologie, die Haushaltsgeräte, die Langzeitforschung, die Produktcharakterisierung</i>	<i>das Lieferprogramm, die Medizintechnik, die Maschinenteknik, die Waffentechnik, die Weiterverarbeitung, der Wirtschaftsraum, die Werkzeugkonstruktion</i>
	fachbezogen	<i>die Spritzgussprodukte, die Gewerbebetriebe und kommunale Sperrmüllsammlungen, die Staubsaugerdüsen, die Hartkunststoffprodukte, die Polymerzusammensetzung, die Extrusions- und Spritzgusstypen, die Kunststoffpaletten</i>	<i>die Polymeradditivierung, die Compoundproduktion, der Additivhersteller, die Polymermodifikationen, die Dünnpflüssigkeit, das Flamm-schutzmittel, die Dosiergeräte, die Polymerisationsprozesse, die Thermostabilität</i>	<i>die Granulatform, das Antistatikum, der Kunststoffspritzguss, der Kunststoffvertrieb, die Kunststoffgranulaten</i>
	mit Bindestrich	<i>Polyolefin-Regranulate, Spritzguss-Produkten, Re-Granulat, CO₂-Äquivalente, Polyolefin-Reinheit, anspruchsvolle Endverbraucher-Produkte</i>	<i>die Techno-Polymeren, Kosten/Qualitäts-Verhältnis, UE-Vorschriften</i>	<i>keine Beispiele gefunden</i>
	mit englischer Komponente	<i>Kunststoffpellets, Shore-Härte, Bobby-Cars</i>	<i>mineralbehafteten PP-Compounds, Flammschutz-Masterbatch</i>	<i>keine Beispiele gefunden</i>
Abkürzungen		<i>z. B., GmbH, t, kg, g, DIN EN ISO, Tel., ABS, PA, PC, PE, PMMA, POM, PP, PS</i>	<i>GmbH, bzw., u.a., PLZ, Fon, HDPE, LDPE, MFR/MVR, KrW-/AbfG, PP, ABS, PC</i>	<i>u.v.a., kg, max., to., Co., usw., PA6, PA66, PBT, PC-ABS, WPZ, LTD, UV-Stabilisatoren</i>

SCHLUSSFOLGERUNG

Im Rahmen dieser Diplomarbeit versuchte man die konkreten gegenwärtigen fachsprachlichen Tendenzen im Bereich des Umweltschutzes mit der Ausrichtung auf Kunststoffverarbeitung und Recycling zusammenzufassen. Das erste Kapitel befasst sich mit dem Definieren der Fachsprache selbst. Da es bisher keine selbstständige Fachsprache des Recyclings gab, bezieht man sich hier auf andere, schon existierende eng fachbezogene Sprachen, wie die Fachsprache der Chemie, der Technik und der Ökologie. Um dieses wenig erforschte Gebiet ein bisschen besser kennen zu lernen, wurden der Analyse fünf verschiedene Texte der internationalen *Fakuma* Messe, die sich dieser Problematik widmet, untergezogen. Die untersuchten Prospekte wurden gerade für diese Veranstaltung erstellt, um die Bekanntheit der Firma in den Fachkreisen zu erweitern. Ihr Zweck ist vor allem das Unternehmen gut zu präsentieren, dabei helfen die Erkenntnisse der Werbung, der das zweite große Kapitel gewidmet ist. Am Ende fasst man die oft vorkommenden Merkmale zusammen.

Um die Theorie über Gestaltung des autonomen Typen der Fachsprache zu formulieren, wäre ein ganz anderes Spektrum von Materialien nötig, trotzdem lassen sich bestimmte Schlussfolgerungen in diesem Bereich im Rahmen der Diplomarbeit ziehen. Gläfers Kategorisierung der Prospekte der technischen Werbetexte scheint die geeignetste Betrachtung solcher Art von Texten, weil die einfache Zuordnung zur Gruppe der Fachtexte oder Werbetexte in diesem Fall unmöglich ist. Die Verflochtenheit beider sprachlicher Varietäten ist hier auf den ersten Blick erkennbar.

Die Zugehörigkeit zu den fachlich orientierten Texten bedingt vor allem die grundlegende Existenz der Fachterminologie begleitet von vielen Termini, Abkürzungen und Schemen. Für Laien ist dies meistens unverständlich oder sogar mit dem ersten Gedanken in eine ganz andere Richtung gehend. Das richtige Verständnis ist dann oft von der Kenntnis des Faches oder von einer groben Kenntnis der Nomenklatur abgeleitet. Es wird dann schnell klar, wenn man die Informationen falsch interpretiert.

Zwingend erforderlich zu erwähnen ist auch der Einfluss der Werbung in den untersuchten Texten, weil diese Materialien mit ausführlichen Daten, Informationen und Präsentation von einer Firma gerade mit der repräsentativen Funktion gestaltet wurden. Auf diese wird große Hoffnung des Erfolgs bei Kunden gelegt, die Unternehmer bemühen sich dauerhaft und verwenden erhebliche finanzielle Mittel. Bei der Anfertigung der Werbetexte verlassen sich die Unternehmer immer weniger auf die Angestellten aus den eigenen Reihen, und vergeben diese Aufgabe an spezialisierte

Marketingagenturen. Wirksam ist ein umfangreicher Bildanhang, welcher den Maschinenpark und Fertigungsmöglichkeiten der Hersteller dokumentiert. Sie muss aber in hundertprozentiger Qualität realisiert sein, sonst kann es dem Gesamteindruck schaden (wie im Text 5). Als beliebt hat sich üblicherweise die Tönung des gesamten Prospekts in den Farben des Firmenlogos, gut erkennbare Schlagzeilen und Bemühung um Übersichtlichkeit erwiesen. Ein Element, das einen eher negativen Charakter mit sich bringt, ist die Abwesenheit der Formatierung im Blocksatz. Bei solchen Texten, mit tief durchdachter Struktur, sollte man diese Grundlage nicht vergessen.

Ergänzend anzufügen ist, dass es trotz einer großen Menge an applizierten sprachlichen Mittel nicht zur Unklarheit kommt. Die Texte haben eine plausible Erklärung und die Fähigkeit, die Leser zu fesseln und ihr Inhalt ist gut interpretierbar. Hier passiert also nicht die, vor allem bei theoretischen fachlichen Texten erscheinende Situation, dass der Empfänger die Orientierung im Text verlieren kann oder sogar, dass sie so kompliziert verfasst sind, dass man fast keine Chance hat, alle Passagen gut zu verstehen.

Die dominierende Zeitform ist Präsens, was die Aktualität der Mitteilung unterstreicht. Im Zusammenhang mit der Erläuterung der Geschichte oder früheren Erfolgen des Unternehmens findet auch Präteritum oder Perfekt Verwendung. Das bei anderen Fachtextsorten übliche Übergewicht des Passivs lässt sich in diesem Fall nicht eindeutig bestätigen, die Verbreitung ist eher selten. Den Autoren der Werbetexte geht es hauptsächlich um eine klare Form mit möglichst intensiver Weiterleitung der Informationen auf die potenziellen Kunden, dafür werden hier eher einfache, unkomplizierte Sätze verwirklicht. Aus der syntaktischen Sicht tendieren die technischen Werbetexte, im Unterschied zu anderen Fachtexten, zu simplifizierter Syntax.

Das Gleiche lässt sich nur schwerlich bei der lexikalischen Ebene behaupten. Eine wichtige Rolle spielt im jeden fachorientierten Text die umfangreiche Terminologie, was auch hier erfüllt wurde. Die Mehrheit der Lexik bilden die Begriffe aus dem Recyclingbereich und der Kunststoffverarbeitung, herangezogen werden müssen aber auch aus Chemie stammende Konstituente. Keine Diskrepanz herrscht ebenfalls bei typischen, oft in Fachtexten vorkommenden Wortarten. Das Hauptensemble stellen hier die Substantive und Adjektive dar (wie es üblich ist), die an vielen Stellen attributive Konstruktionen bilden. Was in der deutschen Sprache üblich ist und auch häufig präsent ist, sind Zusammensetzungen. Passend dazu sind hier die

Komposita mit dem Wortteil *Kunststoff-*, *Recycling-*, *Spritzguss-* vertreten. Dieses Prinzip kommt bei Texten zur Geltung, die ihre Aufmerksamkeit in eine konkrete Richtung lenken wollen. Eine gleichwertige Gruppe bilden dann die Abkürzungen. Diese sind ein beliebtes sprachliches Mittel, ohne dessen Kenntnis man mit dem Prospekt nicht vollständig arbeiten könnte. Eine bessere Verständlichkeit verleiht ihnen möglicherweise die englische Sprache, weil die Abkürzungen meistens gerade hier ihren Ursprung haben. Für das Erreichen der Fachlichkeit herrscht allgemein auch ein anderer Konsens und zwar die häufige Einordnung der Lehnwörter. Die Mehrheit stammt von lateinischer oder griechischer Herkunft, zu finden sind sogar Italianismen, Gallizismen oder Hispanismen. Einer großen Beliebtheit erfreuen sich auch Phraseologismen. Fast jeder Text tendiert zur Verwendung der Redewendung – *wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung*.

Was die morphologische Ebene betrifft, manifestieren sich bestimmte Abweichungen von der Gemeinsprache nur selten. Eine breite Skala von Möglichkeiten bietet die Variabilität bei Suffixen und Präfixen an. Die Analyse der phonetischen Ebene konnte im Rahmen dieser Arbeit nicht subsumiert werden, denn alle untersuchten Materialien wurden in schriftlicher Form verfasst.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die technischen Werbetexte die Informationen problemlos darlegen, die Plausibilität wurde im untersuchten Korpus an keiner Stelle gebrochen und dem Leser wird die Firma deutlich vorgestellt. In jedem Prospekt wurden klare und eindeutige Formulierungen verwendet, und sie können so gut ihr ursprüngliche Absicht der Unternehmensvertretung erfüllen. In puncto des Fachlichkeitsgrades haben die Werbetexte ein hohes Niveau, nur die syntaktische Seite ist allgemeinverständlichen Texten mehr angepasst, damit auch ein Laie oder ein Geschäftsvertreter ohne Missverständnisse einen guten Einblick in die Problematik bekommt. Die Lexik lässt sich mit einer großen Anzahl an Anglizismen und Abkürzungen als sehr abwechslungsreich charakterisieren. Die Texte tendieren zu Kreativität, man versucht sich nicht zu wiederholen und mit der direkten Ansprache des Lesers ein höheres Interesse zu wecken. Man ist anhand der Analyse zur Folgerung gekommen, dass die Prospekte die Werbefunktion sehr gut erfüllen.

LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

I. Primär- und Sekundärliteratur

ALLENBACHER, Peter Kurt. *Anglizismen in der Fachlexik. Unter Berücksichtigung mündlichen Belegmaterials in der Fachsprache des Fernsehens*. Frankfurt am Main: verlag neue wissenschaft, 1999.

BARTH, Erhard. *Fachsprache. Eine Bibliographie*. In: *Germanische Linguistik*. 3. Heft. 1971., Hg. von Stechow von Arnim. Braunschweig: Vieweg Verlag, 1971.

BLUMENTHAL, Gert, LINKE Dietmar und Siegfried VIETH. *Chemie. Grundwissen für Ingenieure*. Wiesbaden: Teubner, 2006.

BUßMANN, Hadumod. *Lexikon der Sprachwissenschaft*. 3. Auflage. Stuttgart: Alfred Kröner, 2008.

DROZ, Lubomir und Wilfried SEIBICKE. *Deutsche Fach- und Wissenschaftssprache. Bestandsaufnahmen. Theorie. Geschichte*. Wiesbaden: Oscar Brandstetter Verlag KG, 1973.

FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. 4. Auflage. Tübingen: Francke Verlag, 1991.

FLUCK, Hans-Rüdiger. *Fachdeutsch in Naturwissenschaft und Technik. Einführung in die Fachsprachen und die Didaktik/Methodik des fachorientierten Fremdsprachenunterrichts (Deutsch als Fremdsprache)*. Heidelberg: Julius Groos Verlag, 1985.

FREY, Christa et al. *Deutsche Fachsprache der Technik. Ein Ratgeber für die Sprachpraxis*. Leipzig: VEB Verlag Enzyklopädie, 1975.

FRIEDRICH, Silke. *Deutsch- und englischsprachige Werbung. Textpragmatik, Medialität, Kulturspezifik*. Berlin: Frank & Timme GmbH, 2015.

GIPPER, Helmut. *Fachsprachen in Wissenschaft und Werbung. Erkenntnisgewinn und Irreführungen*. In: *Fachsprachen und Gemeinsprache. Jahrbuch 1978 des Instituts für deutsche Sprache*. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann, 1979.

GLÄSER, Rosemarie. *Fachtextsorten im Englischen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1990.

HARTWIG, Heinz. *Das Wort in der Werbung*. München: Verlag Karl Thiemig, 1974.

HAB-ZUMKEHR, Ulrike. *Die Fachsprache der Ökologie im 20. Jahrhundert*. In: *Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft*. 1. Halbband. Berlin: de Gruyter, 1998.

HAVRÁNEK, Bohuslav. *Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura*. In: *Spisovná čeština a jazyková kultura*. Praha: Melantrich, 1932.

- HEUN, Thomas. *Werbung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 2017.
- HOFFMANN, Lothar. *Kommunikationsmittel Fachsprache*. Berlin: Akademie-Verlag, 1984.
- JANICH, Nina. *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH, 2013.
- JANICH, Peter und Nikolaos PSARROS. *Die Sprache der Chemie*. 2. Erlenmeyer-Kolloquium zur Philosophie der Chemie. Würzburg: Königshausen und Neumann, 1996.
- KOHN, Kurt. *Fachsprache, Fachtext, Fachwissen. Theoretische Grundlagen einer übersetzungsorientierten Fachsprachenforschung*. In *Fachsprache als System, Fachsprache als Gebrauchstext*. Neuchâtel: F. Redard & S. Wyler (Bulletin CILA, Num. Spécial 45), 1987.
- KONTUTYTĖ, Eglė. *Einführung in die Fachsprachenlinguistik*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2017.
- KNIFFKA, Gabriele und Thorsten ROELCKE. *Fachsprachenvermittlung im Unterricht*. Paderborn: Ferdinand Schöningh, 2016.
- KROEBER-RIEL, Werner und Franz-Rudolf ESCH. *Strategie und Technik der Werbung: verhaltens- und neurowissenschaftliche Erkenntnisse*. 8. Auflage. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer, 2015.
- LIIMATAINEN, Annikki. *Untersuchungen zur Fachsprache der Ökologie und des Umweltschutzes im Deutschen und Finnischen*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, 2008.
- MENTRUP, Wolfgang. *Überlegungen zur lexikographischen Erfassung der Gemeinsprache und der Fachsprachen*. In: *Interdisziplinäres Deutsches Wörterbuch in der Diskussion*. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann, 1978.
- MÖHN, Dieter. *Fach- und Gemeinsprache. Zur Emanzipation und Isolation der Sprache*. In: *Fachsprache und Gemeinsprache. Texte zum Problem der Kommunikation in der arbeitsteiligen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Verlag Moritz Diesterweg, 1975, S. 34.
- MÖHN, Dieter und Roland PELKA. *Fachsprachen. Eine Einführung*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1984.
- MORGENTHALER, Erwin. *Von der Ökonomie der Natur zur Ökologie. Die Entwicklung ökologischen Denkens und seiner sprachlichen Ausdrucksformen*. Berlin: Erich Schmidt, 2000.
- RICHART, José Rodríguez und Gisela THOME. *Fachsprachenforschung und -lehre: Schwerpunkt Spanisch. Internationales Kolloquium an der Universität des Saarlandes, Saarbrücken, 6.–8. November 1980*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1982.

ROELCKE, Thorsten. *Fachsprachen*. 3. Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010.

ROELCKE, Thorsten. *Definitionen und Termini: quantitative Studien zur Konstituierung von Fachwortschatz*. Berlin: De Gruyter, 2013.

SATZGER, Axel, VAŇKOVÁ Lenka und WOLF Norbert Richard. *Fachkommunikation im Wandel. The changing landscape of professional discourse*. Ostrava: Universitas Ostraviensis, 2015.

SCHMIDT, Wilhelm und Johanna SCHERZBERG. *Fachsprachen und Gemeinsprache*. In: *Sprachpflege* 4. Heft. 1968. Hg. von Bibliographischen Institut. Leipzig, 1968.

THÖRLE, Britta. *Fachkommunikation im Betrieb. Interaktionsmuster und berufliche Identität in französischen Arbeitsbesprechungen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2005.

SOWINSKI, Bernhard. *Werbung*. Tübingen: Niemeyer, 1998.

STEINHAUER, Anja. *Sprachökonomie durch Kurzwörter. Bildung und Verwendung in der Fachkommunikation*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2000.

STOLZE, Radegundis. *Fachübersetzen – Ein Lehrbuch für Theorie und Praxis*. 3. Auflage. Berlin: Frank & Timme GmbH, 2013.

VOSS Julia und Michael STOLLEIS. *Fachsprachen und Normalsprache*. Göttingen: Wallenstein Verlag, 2012.

II. Internetveröffentlichungen

„We knew the web was big...“. OFFICIAL GOOGLE BLOG, Online im Internet: URL: <https://googleblog.blogspot.com/2008/07/we-knew-web-was-big.html>. [Abrufdatum: 14.11.2018].

Einleitung. FAKUMA, Online im Internet: URL: www.fakuma-messe.de. [Abrufdatum: 31.01.2019].

Know-how. DUDEN, Online im Internet: URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/Know_how. [Abrufdatum: 27.2.2019].

Ressource. DUDEN, Online im Internet: URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Ressource>. [Abrufdatum: 14.11.2018].

Schreibweise von Ziffern mit -jährig und -Jährige. KORREKTUREN.DE, Online im Internet: URL: https://www.korrekturen.de/kurz_erklaert/schreibweise_von_ziffern_mit_-jaehrig_und_-jaehrige.shtml. [Abrufdatum: 23.02.2019].

ANHANG

Text 1

◆ Unser Unternehmen

Seit 1990 bietet die am Standort Falkensee bei Berlin Ihren Kunden Präzisions-spritzgussteile in höchster Qualität. Lokale und global ansässige Unternehmen aus den Bereichen Automotiv, Sensorik- und Elektroindustrie, Konsumgüter und Lebensmittel profitieren von unserem langjährigen Know-How.

Mit unserer flachen Hierarchie, optimal aufeinander abgestimmten Prozessen und einem gut ausgebildeten Team haben wir einen Kostenvorteil, den wir gern an Sie weitergeben.

Kundenservice steht für uns im Mittelpunkt. Gerne erfüllen wir auch individuelle Kundenwünsche und selbst kurzfristige Änderungsanfragen.



Um auf Ihre Bestellungen flexibel und termingerecht reagieren zu können, produzieren wir im 4-Schicht-System an bis zu 365 Tagen im Jahr.

◆ Unser Maschinenpark

Unser moderner und breitgefächertes Maschinenpark umfasst 15 Spritzgussmaschinen mit einer Schließkraft von 35 t bis 650 t. Für die Zukunft sind weitere zehn Maschinen mit einer Schließkraft von bis zu 1.700 t geplant. Wir spritzen horizontal, vertikal in Trennebene und im 2-Komponenten-Verfahren. Auch bei der Umspritzung von Metallteilen und Thermoplasten können wir auf einen langjährigen Erfahrungsschatz zurückgreifen. Mit unserem derzeitigen Maschinenpark realisieren wir Produkte mit Gewichten zwischen 0,1 g und 2 kg.

Zur Entnahme von Produkten mit sensiblen Oberflächen sind viele unserer Maschinen mit einem vollautomatischen Roboter-Handling ausgestattet. Besonders kritische Qualitätsmerkmale überwachen wir auf Wunsch in der laufenden Produktion zu 100 % mit einem optischen Kamera-System.



◆ Unsere Materialien

Ob schwarz, weiß, farbig oder glasklar, wir verarbeiten alle gängigen Thermoplaste (z. B. ABS, PA, PC, PE, PMMA, POM, PP, PS) und thermoplastische Elastomere. Darunter befinden sich auch glasfaserverstärkte, UV-stabilisierte und flammgeschützte Materialien. Gerne beraten wir Sie bei der Auswahl des richtigen Materials für Ihr Produkt.

◆ Zusatzleistungen

Neben dem reinen Kunststoffspritzguss bieten wir noch eine Reihe von Zusatzleistungen an. In unseren Konditionierbecken erhalten Ihre Bauteile aus Polyamid eine höhere Schlagzähigkeit und Bruchfestigkeit. Mit unseren umfangreichen Erfahrungen in der Komplettierung von Baugruppen stehen wir Ihnen gern mit Rat und Tat zur Seite. Dies beinhaltet unter anderem das manuelle Montieren, Verschrauben, Verkleben oder Heißluftschweißen. Auf Wunsch veredeln wir die Oberflächen Ihrer Teile, z. B. durch eine Heißprägung. Alle Produkte werden nach Ihren Wünschen konfektioniert, verpackt und weltweit termingerecht geliefert.



◆ Unser Werkzeug-Full-Service

Die Qualität der Produkte hängt neben der richtigen Materialauswahl und den optimalen Verarbeitungsparametern natürlich auch von dem Spritzgusswerkzeug ab. Auf Wunsch bieten wir Ihnen deshalb einen Werkzeug-Full-Service an.

Dazu gehören neben der Koordination von Konstruktion und Neubau auch die korrekte Aufbewahrung, das Durchführen notwendiger Reparaturen und natürlich auch die Pflege sowie vorbeugende Wartung, damit Ihre Werkzeuge eine maximale Ausbringung erzielen.

◆ Unsere Qualität

Ein umfangreicher Qualitäts-Freigabeprozess bei Auftragsstart, eine kontinuierliche Werker selbstprüfung während der gesamten Produktion sowie eine regelmäßige Stichprobenkontrolle durch unsere Qualitätsabteilung garantieren eine Fertigung in gleichbleibend hoher Qualität. Gemeinsam abgestimmte Kundenfreigabemuster, regelmäßige Produktionsrückstellmuster sowie eine strukturierte Dokumentation runden das Konzept unserer Qualitätssicherung ab und unterstützen bei der Erfüllung aller Kundenanforderungen.

◆ Unsere Zertifizierungen

Seit 2004 ist unser Qualitätsmanagementsystem nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert. Im Rahmen unseres kontinuierlichen Verbesserungsprozesses streben wir eine Zertifizierung nach ISO/TS 16949 an. Als energieintensives Unternehmen haben wir eine hohe Verantwortung für den Umweltschutz. Mit unserem nach DIN EN ISO 50001 zertifiziertem Energiemanagementsystem leisten wir einen großen Beitrag zur Schonung von wertvollen Ressourcen.



- ◆ Techn. Präzisions-spritzgussteile aus Thermoplasten von 0,1 g bis 2.000 g
- ◆ Werkzeugbau
- ◆ Montagen



Tel. _____

Fax _____


E-Mail _____



Text 2



die Aufwerter – the Upcyclers



Der Lieferant für umweltfreundliche Re-Polyolefine

Member of the the Group

Group

ist ein führender Anbieter innovativer Lösungen in den Bereichen Polyolefine, Basischemikalien und Pflanzennährstoffe.

Die Ambition, die antreibt, lautet „Keep Discovering“. Getreu dem Slogan „Value Creation through Innovation“ entwickelt Borealis Lösungen für globale Herausforderungen. Diese betreffen unter anderen die Bereiche Klima (u.a. ressourcenschonende Produktion), Wasser (u.a. Sicherstellung der Wasserversorgung), Energie (u.a. Sicherstellung der Energieversorgung), Gesundheit (u.a. diagnostische Verpackungen), Nahrungsmittel (u.a. hochqualitative Pflanzennährstoffe) sowie Abfall & Recycling (sinnvolle Nutzung und Wiederverwertung von (Kunststoff-)abfällen). Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung sind dabei zentrale Themen.

GmbH gehört gemeinsam mit dem Schwesterunternehmen mtm compact GmbH seit dem Jahr 2016 zu -Gruppe.



www. group.com

2



Inhalt

- 2** [redacted] Group
- 4** [redacted] GmbH
- 6** Kreislaufwirtschaft mit mtm
- 10** Die mtm-Markenprodukte
 - Dipolen®
 - Purpolen®
 - Purpolen® BYP
- 13** Technische Hinweise zur Verarbeitung
- 14** Anwendungsbeispiele
- 16** Technische Daten
- 23** Impressum



3

Das Unternehmen [redacted]

[redacted] plastics GmbH

Seit 1994 werden am Standort der [redacted] plastics GmbH in Niedergera in Thüringen gebrauchte Kunststoffverpackungen recycelt. Seitdem hat sich das Unternehmen technologisch kontinuierlich weiterentwickelt und ist heute einer der Technologieführer in Europa im Bereich der Verwertung vermischter Kunststoffabfälle. mtm plastics produziert im Jahr rund 30.000 Tonnen hochwertiger Polyolefin-Reggranulate – Tendenz steigend. Die Markenprodukte Dipolen® und Purpolen® finden über Deutschland hinaus in zahlreichen weiteren europäischen Ländern sowie in Asien und Amerika ihre Abnehmer. Die kunststoffverarbeitenden Betriebe setzen die mtm-Granulate vorzugsweise für Spritzgussprodukte ein.

[redacted] compact GmbH

Nicht jeder Input eignet sich für eine hochwertige werkstoffliche Verwertung. Beim Schwesterunternehmen [redacted] compact GmbH, dessen Werk in Fürstenwalde in der Nähe von Berlin angesiedelt ist, werden diese Materialien zu Kunststoffpellets

mit dem Handelsnamen compactat® verarbeitet. Abnehmer sind Stahlwerke, die das compactat® als Reduktionsmittel im Hochofen einsetzen. Ausgangsstoffe für die Roheisengewinnung sind in der Natur vorkommende Eisenerze, denen vor der Weiterverarbeitung der Sauerstoff entzogen werden muss. Üblicherweise gewinnen die Stahlwerke das dafür erforderliche Kohlenmonoxid aus Kohle oder Öl. Nutzt das Stahlwerk compactat® als Reduktionsmittel, spart es nicht nur Primärressourcen ein, sondern vermeidet darüber hinaus klimaschädliche Treibhausgasemissionen.

Unser Service

mtm ist ein zuverlässiger Lieferant auch großer Mengen in gleichbleibenden Qualitäten. Die Granulate werden gemeinsam mit den Kunden für ihre Anwendung optimiert. Unsere Anwendungsberater im Außendienst unterstützen die Kunden auf Wunsch auch vor Ort bei der Abmusterung, um die mtm-Granulate exakt auf die gegebenen Anforderungen einzustellen.

4



Kreislaufwirtschaft mit plastics

Die Grafik gibt einen vereinfachten Überblick über den Produktionsprozess bei mtm:

1. Material wird vorsortiert

Gebrauchte Kunststoffe aus Polyethylen (PE) und Polypropylen (PP) sind für eine Verwertung bei mtm geeignet. mtm erhält vermischte Kunststoffe aus haushaltsnahen Getrenntsammlungen, Gewerbebetrieben und kommunalen Sperrmüllsammlungen, die positiv auf PE und PP vorsortiert sind.

2. Material kommt bei an

Nach der Aufgabe bei mtm wird das Material zunächst zerkleinert und von Störstoffen wie Glas, Metall, Holz und Sand befreit.

3. Waschen und Trennen

Für die Dipolen®-Produktion wird das Material in der Anlage gewaschen und thermisch getrocknet, bevor es in die Extrusion gelangt. Für das Purpolen® hingegen wird das Material in einer kombinierten Wasch- und Trennanlage zusätzlich mithilfe von NIR-Technik nach Kunststoffart und Farbe nachsortiert, nochmals zerkleinert und schließlich ebenfalls thermisch getrocknet.

4. Im Extruder zum Granulat

Zuletzt wird das Material in vier Extrudern verdichtet, aufgeschmolzen, gefiltert, entgast, homogenisiert und schließlich granuliert. Das Resultat: verschiedene Typen der Marken Dipolen® und Purpolen®.

5. Kontrollierte Qualität

Die sorgfältige Endkontrolle im firmeneigenen Labor stellt sicher, dass die hergestellten Re-Polyolefine die gewünschte Qualität aufweisen. Unabhängige Labors prüfen in regelmäßigen Abständen die mechanischen Kennwerte, die wir in unseren Datenblättern angeben. Darüber hinaus erfüllen unsere Produkte selbstverständlich alle Anforderungen nach REACH-, ROHS- und der CLP-Verordnung.

6. Produkte aus -Regranulaten

Kunststoffverarbeitende Betriebe in Deutschland und vielen weiteren europäischen Ländern sowie in Asien und Amerika setzen mtm-Regranulate ein zur Produktion von Schreibgeräten, Transportpaletten, Putzeimern, Staubsaugerdüsen, Kisten und vielem anderem mehr.

7



Gemeinsam mit Kommunen

Auch im Sperrmüll finden sich zahlreiche Kunststoffteile, die sich für ein werkstoffliches Recycling eignen. arbeitet zur Sammlung und Sortierung dieser Kunststoffe eng mit vielen Kommunen zusammen. Damit die Vorsortierung vor Ort gut funktioniert, stellt mtm den kommunalen Wertstoff- und Recyclinghöfen ein Schaubild zur Verfügung, das Verbraucher über die für ein Recycling geeigneten Kunststoffabfälle informiert.

ja

Diese Hartkunststoffprodukte können Sie bei uns abgeben:



AUFBEWAHRUNG

- Kanister, Fässer, Wassertonnen, Eimer, Kübel
- Haushaltswannen
- Schüsseln, Bottiche
- Wäschekörbe
- Obstkisten



SPIELSACHEN

- Bobby-Cars
- Sandkastenspielzeug



TRANSPORT

- Kunststoffpaletten
- Faltkörbe, Stapelkisten



GARTEN

- Komposter
- Gießkannen
- Gartenmöbel

Wir verwerten diese Kunststoffe in Deutschland. Mehr Infos unter www.mtm-plastics.eu



Nur vollständig leere Produkte werden angenommen!



PE PP

Achten Sie auf diese Zeichen. Hartkunststoffprodukte mit dieser Kennung werden von uns angenommen!

nein

Diese Kunststoffprodukte dürfen wir nicht annehmen:



BAU-AUSSENBEREICH

- Rohre
- Schläuche
- Kartuschen (z.B. Silicon, Acryl)
- Kabel



BAU-INNENBEREICH

- Leisten, Profile, Platten
- Fensterprofile
- Fußmatten
- Teppiche
- Planen, Duschvorhänge
- Plexiglas
- Schaumstoffe
- Styropor, Styrodur
- Rollläden
- Kunststoff-Bodenbeläge
- WC-Armaturen, -Schränke
- Öltanks



CHEMIE

- Fässer/Kanister mit Giftsymbolen
- IBC-Blasen aus Kunststoff



AUTO

- Autoteile mit Schrauben, Lack



EDV

- Computer
- Tastaturen
- Kartuschen (Toner)



WASSERSPIELZEUGE

- Aufblasbares Spielzeug
- Planschbecken



FOLIEN

- Teichfolien, sonstige Folie

PVC PA PS ABS

Achten Sie auf diese Zeichen. Produkte, die so gekennzeichnet sind, werden nicht angenommen!

Die Markenprodukte

wirtschaftlich – nachhaltig – konkurrenzfähig

Unsere Re-Polyolefine brauchen den Vergleich mit Neuware nicht zu scheuen: Für zahlreiche Anwendungen sind sie in der Qualität ebenbürtig. Vor allem sind sie nachhaltiger: Mit jeder Tonne Regranulat von mtm, die verarbeitet wird, werden gegenüber dem Einsatz von Neuware über zwei Tonnen klimaschädliche Treibhausgase in Form von CO₂-Äquivalenten vermieden.

Die Vorteile unserer Re-Polyolefine auf einen Blick

- auch in großen Mengen verfügbar
- konstant am Markt präsent
- individuell einsatzoptimiert
- von gleichbleibend hoher Qualität und Sortenreinheit
- heißkanalfähig
- in Chargen à 24 t homogenisiert

Dipolen® - der Commodity-Kunststoff

Dipolen® ist seit dem Jahr 2001 auf dem Markt. Es steckt viel Erfahrung in dem leicht fließenden Re-Polyolefin, das wir je Anwendung in seiner Polymerzusammensetzung einstellen und nach Kundenwunsch mit Additiven ergänzen können. Dipolen® weist eine hohe Polyolefin-Reinheit auf, die wir durch eine extrem trennscharfe Aufbereitungstechnik, gründliche Entgasung und sehr feine Filtrierung sicherstellen. Dipolen® ist grundsätzlich gut für den Einsatz in Spritzguss-Produkten mit statischen und dynamischen Belastungen geeignet. Unsere qualifizierten Mitarbeiter unterstützen die Kunden bei der Abmusterung vor Ort, um unsere Granulate exakt auf die jeweiligen Anforderungen anzupassen.

Purpolen® - der Premium-Kunststoff

Purpolen® ist ein sortenreines Re-Granulat, das sich besonders für die Herstellung anspruchsvoller Endverbraucher-Produkte eignet. Im Angebot sind PE-HD und PP als Extrusions- und Spritzgusstypen in vielen auch kräftigen Farben. Basis des sehr hochwertigen Regranulats Purpolen® ist ein nach Arten und Farben getrenntes Vorprodukt. Dafür sorgt ein patentiertes Trennverfahren, das wir gezielt für dieses Material entwickelt haben. Am Ende des Produktionsprozesses steht ein sehr reines Regranulat.

Dipolen®-Produktpalette

Spezifikation	Dipolen® S Produktdatenblatt S. 17	Dipolen® SP Produktdatenblatt S. 18	Dipolen® PP Produktdatenblatt S. 19	Dipolen® H Produktdatenblatt S. 20
Polymer	PE-PP-Polyblend	PP- dominiert	PP	PE-HD-dominiert
MFI 190°C/ 5 kg	> 10	> 14	> 24	> 10
MFI 190°C/ 2,16 kg	-	-	-	> 2,5
MFI 230°C/ 2,16 kg	> 5	> 7	> 10	> 5

Purpolen®-Produktpalette

Spezifikation	Purpolen® PE Produktdatenblatt S. 21	Purpolen® PP Produktdatenblatt S. 22
Polymer	PE-HD	PP
MFI 190°C/ 5 kg	< 3	-
MFI 190°C/ 2,16 kg	< 0,5	-
MFI 230°C/ 2,16 kg	-	> 20

Die -Farbenwelt

Die Regranulate von mtm sind in vielen Farben erhältlich:

Dipolen® liefern wir heute in Braun, Grün, Schwarz, Anthrazit, Blau, Dunkelrot und verschiedene Grautönen.

Weitere und vor allem kräftigere Farben können wir mit unseren Purpolen®-Typen anbieten.



Haben Sie Fragen zu unseren Produkten?

Unsere Vertriebsmitarbeiter stehen bereit.
Sie finden Ihren Ansprechpartner unter
<http://www.mtm.com>

11

Weiterhin bieten wir ein recyceltes Purpolen® PP aus Nebenprodukten der Neuwareherstellung in den Farben natur, transparent, transluzent, transluzent-dunkel und schwarz an. Das Material kann je nach Verfügbarkeit angeboten werden. Die Materialeigenschaften befinden sich in folgender Bandbreite:

MFI	
DIN EN ISO 1133 230°C/2,16 kg	5 bis 35
E-Modul Zug	
DIN EN ISO 527 1 mm/min	600 bis 1700

Beide Materialeigenschaften werden für jede Charge in einem Prüfzeugnis angegeben.

Bei Interesse an diesem Produkt freuen wir uns auf Ihre Anfrage!
Unsere Außendienstmitarbeiter stehen Ihnen zur Beratung jederzeit gern zur Verfügung.



12

Technische Hinweise zur Verarbeitung

Zentrale Werte, die bei der Verarbeitung unserer Regranulate zu beachten sind, finden Sie nach Typen sortiert in folgender Tabelle. Sie beziehen sich beispielhaft auf eine Stapelbox:

	Dipolen® S	Dipolen® SP	Dipolen® PP	Dipolen® H	Purpolen® PP	Purpolen® PE
<p>Beispiel</p> <h1>Stapelbox</h1>						
<p>Größe: 400 x 300 x 200 Teilegewicht: 1 kg Wandstärken: 0,8 - 1,8 mm</p> <p>Zylinderheizungen: 185 - 230 °C Heißkanäle: max. 230 °C</p>						
Einspritzen						
Einspritzdruck spezifisch	~750 - 1000 bar	~750 - 900 bar	~500 - 700 bar	~750 - 1000 bar	~500 - 650 bar	~750 - 1100 bar
Einspritzstrom	~40 - 70 ccm / sek.	~80 - 100 ccm / sek.	~80 - 130 ccm / sek.	~40 - 70 ccm / sek.	~80 - 140 ccm / sek.	~30 - 70 ccm / sek.
Einspritzzeit	max. 3,1 sek.	max. 3 sek.	max. 2,8 sek.	max. 3,1 sek.	max. 2,6 sek.	max. 3,5 sek.
Nachdruck						
Nachdruck spezifisch	~720 - 400 bar	~650 - 250 bar	~550 - 250 bar	~720 - 400 bar	~550 - 250 bar	~780 - 400 bar

13

Anwendungsbeispiele

aus Dipolen®

- Abwasserrinnen
- Baueimer
- Betonabstandshalter
- Elektrotüllen
- Profile
- Fensterkeile
- Schalungsstützen
- Komposter
- Kassenrollen
- Kennzeichenverstärker
- Viledaeimer
- Kisten
- Putzeimer
- Rohrverbindungsmuffen
- Kantenschutzecken
- Möbelfüße
- Kükenkisten
- Rasengitter



aus Purpolen®

- Paletten
- Betonabstandshalter
- Kisten
- Mülleimer
- Stifte
- Besteckkasten
- Malerbedarf



14



Technische Daten

Eine Bemerkung vorweg

Recyclingmaterial unterliegt Materialschwankungen. Unsere Produkte werden mit größter Sorgfalt hergestellt und unterliegen ständigen Qualitätskontrollen. Sämtliche Angaben in unseren Produktinformationen sind Durchschnittswerte und basieren auf unseren derzeitigen Kenntnissen und Erfahrungen. Sie befreien den Verwender wegen der Fülle möglicher Einflüsse beim Einsatz und der Anwendung unserer Produkte nicht von sorgfältiger Prüfung. Wir kennen die aus Dipolen® oder Purpolen® hergestellten Produkte nicht und empfehlen vor

dem Einsatz zu testen und gegebenenfalls eine Teilefreigabe des Kunden einzuholen. Rechtlich verbindliche Zusicherungen bestimmter Eigenschaften für konkrete Einsatzzwecke können aus unseren Angaben nicht abgeleitet werden. Etwaige Schutzrechte sowie bestehende Gesetze und Bestimmungen sind vom Empfänger respektive Verarbeiter unserer Produkte in eigener Verantwortung zu beachten. Im Übrigen gelten unsere Allgemeinen Verkaufsbedingungen (s. unter <http://...eu/service/downloads/>).



Polyblend PE / PP

Dipolen®S

Granulatform: zylinderförmig

Farbe: grau, hellgrau, blau, grün, dunkelrot,
braun, anthrazit oder schwarz

Filterierung: 180 µm

Eigenschaften	Norm	Prüfbedingungen	Einheit	Wert
Materialeigenschaften				
Dichte	DIN EN ISO 1183		g/cm ³	0,94
Restfeuchte	IR-Trocknungswaage	105 °C	%	< 0,1
Glührückstand	DIN EN ISO 1172	650 °C	%	≤ 1
Rheologische Eigenschaften				
Schmelzfließindex MFI	DIN EN ISO 1133	230 °C/2,16 kg	g/10min	≥ 5
Mechanische Eigenschaften				
E-Modul Zug	DIN EN ISO 527	1 mm/min	MPa	≥ 820
Zugfestigkeit	DIN EN ISO 527	50 mm/min	MPa	≥ 22
Bruchdehnung	DIN EN ISO 527	50 mm/min	%	≥ 150
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	23 °C;1eA	kJ/m ²	≥ 6,5
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	-23 °C;1eA	kJ/m ²	≥ 2,5
Shore-Härte	DIN 53505	Shore D		56 ± 1

17

Polyblend PE / PP

Dipolen®SP

Granulatform: zylinderförmig

Farbe: grau, hellgrau, blau, grün, hellgrün,
dunkelrot, braun, anthrazit oder schwarz

Filterierung: 180 µm

Eigenschaften	Norm	Prüfbedingungen	Einheit	Wert
Materialeigenschaften				
Dichte	DIN EN ISO 1183		g/cm ³	0,93
Restfeuchte	IR-Trocknungswaage	105 °C	%	< 0,1
Glührückstand	DIN EN ISO 1172	650 °C	%	≤ 1
Rheologische Eigenschaften				
Schmelzfließindex MFI	DIN EN ISO 1133	230 °C/2,16 kg	g/10min	≥ 7
Mechanische Eigenschaften				
E-Modul Zug	DIN EN ISO 527	1 mm/min	MPa	≥ 930
Zugfestigkeit	DIN EN ISO 527	50 mm/min	MPa	≥ 22
Bruchdehnung	DIN EN ISO 527	50 mm/min	%	≥ 170
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	23 °C;1eA	kJ/m ²	≥ 6
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	-23 °C;1eA	kJ/m ²	≥ 2,5
Shore-Härte	DIN 53505	Shore D		58 ± 1

18

PP-Regranulat

Dipolen®PP

Granulatform: zylinderförmig

Farben: hellgrau, blau, grün, hellgrün, dunkelrot,
braun, anthrazit oder schwarz

Filterierung: 180 µm

Eigenschaften	Norm	Prüfbedingungen	Einheit	Wert
Materialeigenschaften				
Dichte	DIN EN ISO 1183		g/cm ³	0,92
Restfeuchte	IR-Trocknungswaage	105 °C	%	< 0,1
Glührückstand	DIN EN ISO 1172	650 °C	%	≤ 1
Rheologische Eigenschaften				
Schmelzfließindex MFI	DIN EN ISO 1133	230 °C/2,16 kg	g/10min	≥ 11
Mechanische Eigenschaften				
E-Modul Zug	DIN EN ISO 527	1 mm/min	MPa	≥ 1100
Zugfestigkeit	DIN EN ISO 527	50 mm/min	MPa	≥ 25
Bruchdehnung	DIN EN ISO 527	50 mm/min	%	≥ 180
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	23 °C	kJ/m ²	≥ 6
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	-23 °C	kJ/m ²	≥ 2,5
Shore-Härte	DIN 53505	Shore D		60 ± 1

19

PE-dominiertes Polyblend

Dipolen®H

Granulatform: zylinderförmig

Farbe: schwarz / grau

Filterierung: 180 µm

Eigenschaften	Norm	Prüfbedingungen	Einheit	Wert
Materialeigenschaften				
Dichte	DIN EN ISO 1183		g/cm ³	0,935
Restfeuchte	IR-Trocknungswaage	105 °C	%	< 0,1
Glührückstand	DIN EN ISO 1172	650 °C	%	≤ 1,5
Rheologische Eigenschaften				
Schmelzfließindex MFI	DIN EN ISO 1133	230 °C/2,16 kg	g/10min	≥ 6,5
		190 °C/5 kg	g/10min	≥ 12
Mechanische Eigenschaften				
E-Modul Zug	DIN EN ISO 527	1 mm/min	MPa	≥ 950
Zugfestigkeit	DIN EN ISO 527	50 mm/min	MPa	≥ 22
Bruchdehnung	DIN EN ISO 527	50 mm/min	%	≥ 20
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	23 °C; 1eA	kJ/m ²	≥ 6
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	-23 °C; 1eA	kJ/m ²	≥ 3
Shore-Härte	DIN 53505	Shore D		58 ± 1

20

PE-Regranulat

Purpolen® PE

Granulatform: zylinderförmig
 Farben: nach Kundenwunsch
 Filtrierung: 180 µm

Eigenschaften	Norm	Prüfbedingungen	Einheit	Wert
Materialeigenschaften				
Dichte	DIN EN ISO 1183		g/cm ³	0,950
Restfeuchte	IR-Trocknungswaage	105 °C	%	< 0,1
Glührückstand	DIN EN ISO 1172	650 °C	%	≤ 1
Rheologische Eigenschaften				
Schmelzfließindex MFI	DIN EN ISO 1133	190 °C/5 kg	g/10min	≤ 3
		190 °C/2,16 kg	g/10min	≤ 0,6
		230 °C/2,16 kg	g/10min	≤ 1,5
Mechanische Eigenschaften				
E-Modul Zug	DIN EN ISO 527	1 mm/min	MPa	≥ 850
Zugfestigkeit	DIN EN ISO 527	50 mm/min	MPa	≥ 23
Bruchdehnung	DIN EN ISO 527	50 mm/min	%	≥ 75
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	23 °C;1eA	kJ/m ²	≥ 30
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	-23 °C;1eA	kJ/m ²	≥ 6
Shore-Härte	DIN 53505	Shore D		57 ± 1

21

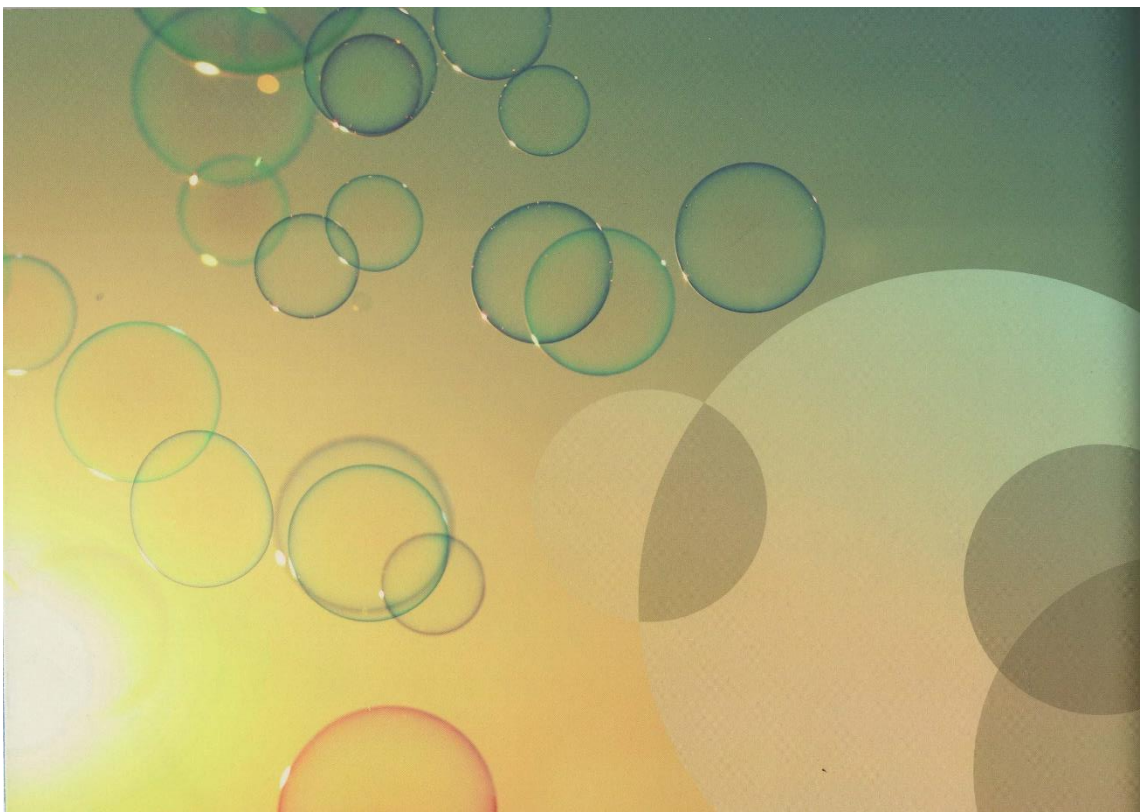
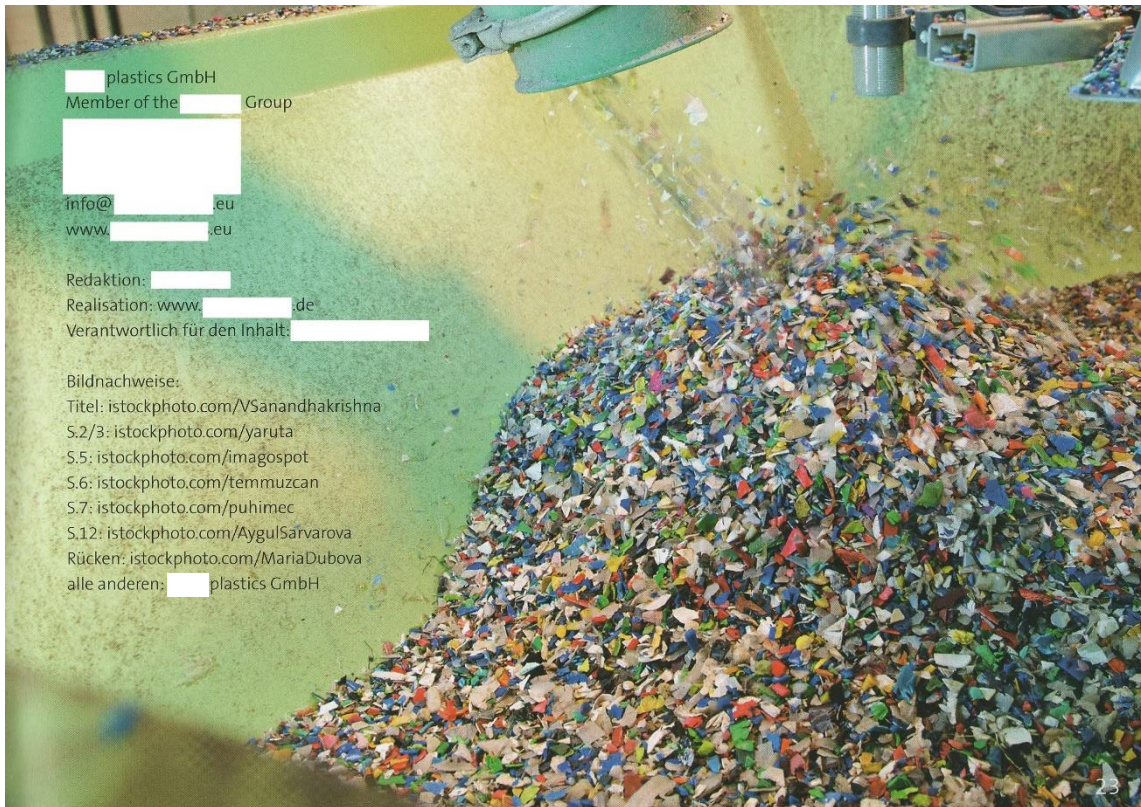
PP-Regranulat

Purpolen® PP

Granulatform: zylinderförmig
 Farben: nach Kundenwunsch
 Filtrierung: 180 µm

Eigenschaften	Norm	Prüfbedingungen	Einheit	Wert
Materialeigenschaften				
Dichte	DIN EN ISO 1183		g/cm ³	0,916
Restfeuchte	IR-Trocknungswaage	105 °C	%	< 0,1
Glührückstand	DIN EN ISO 1172	650 °C	%	≤ 2
Rheologische Eigenschaften				
Schmelzfließindex MFI	DIN EN ISO 1133	230 °C/2,16 kg	g/10min	≥ 20
Mechanische Eigenschaften				
E-Modul Zug	DIN EN ISO 527	1 mm/min	MPa	≥ 1100
Zugfestigkeit	DIN EN ISO 527	50 mm/min	MPa	≥ 24
Bruchdehnung	DIN EN ISO 527	50 mm/min	%	≥ 18
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	23 °C;1eA	kJ/m ²	≥ 6,5
Kerbschlagzähigkeit Charpy	DIN EN ISO 179	-23 °C;1eA	kJ/m ²	≥ 3
Shore-Härte	DIN 53505	Shore D		61 ± 1

22



Text 3



REGRANULATE · COMPOUNDS · NEUWARE
REGRANULATES · COMPOUNDS ·
VIRGIN MATERIALS

**Ihr zuverlässiger Partner für
Kunststoffgranulate!**

Your reliable partner for plastics!

www. de

FIRMENPROFIL

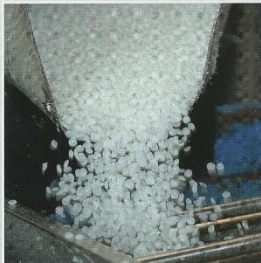
COMPANY PROFILE

_____ GmbH hat heute vier Werke in Hamburg und Niedersachsen sowie mehrere Außenbüros vor Ort in Deutschland.

Gegründet wurde die _____ 1991 durch die Familie Draak. Die Familie Draak ist bereits seit 1958 in der Kunststoffbranche aktiv.



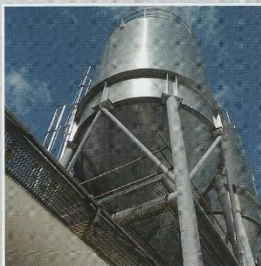
Heute bilden die Produktion von Regranulaten und Compounds sowie der Handel mit Kunststoffgranulaten und Mahlgütern die tragenden Säulen des Unternehmens.



_____ ist ein international ausgerichtetes Unternehmen mit einem weitreichenden Netz aus Kunden- und Lieferantenbeziehungen.

Unsere Leitsätze lauten:

- Gegenseitigkeit und Partnerschaft
- Kundenorientierung und Zufriedenheit
- Innovation und Qualität
- Erfolg
- Finanzielle Stabilität und Freiheit



Alle Aktivitäten sind auf Dauerhaftigkeit und Nachhaltigkeit ausgerichtet. Wir als _____ verfolgen das Ziel eines organischen Wachstums auf Basis von langfristigen und partnerschaftlichen Geschäftsbeziehungen zu unseren Partnern.

_____ GmbH has four plants in Hamburg and Lower Saxony, as well as regional sales offices in Germany.

The company was founded in 1991 by the Draak family, entrepreneurs who have been active in the plastics industry since 1958.

Today, trading with plastic granules and regrinds together with the manufacturing of plastic regranulates and compounds are the mainstays of the company.

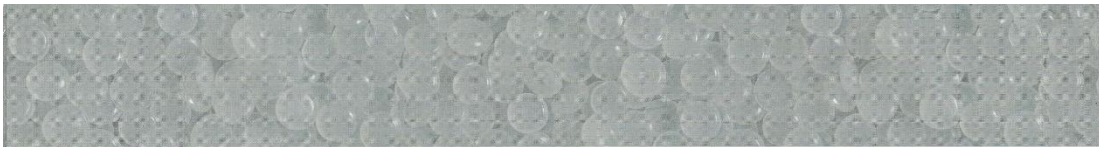
_____ is a global player with a wide network of customer- and supplier-relationships.

Our main principles are:

- A team spirit
- Customer focus and satisfaction
- Innovation and quality
- Success
- Financial stability and freedom

Everything we do is geared towards constancy and sustainability.

The company's goal is for organic growth based on long-term relationships to our customers and suppliers, rooted in a spirit of partnership.



ROHSTOFFE & ENTSORGUNG

RESOURCES AND DISPOSAL

Zur Herstellung der Regranulate und Compounds setzt **_____** hauptsächlich sortenreine Produktionsabfälle aus der Kunststoff verarbeitenden Industrie und zu einem kleinen Teil Folien aus industrieller Sammlung ein.

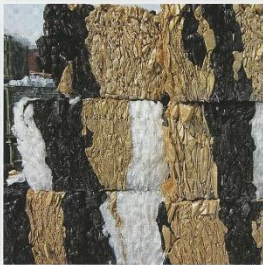
For the production of our own reggranulates and compounds we predominantly use clean pre consumer production scrap and for some products film from industrial collection as well.

Bei den Rohstoffen handelt es sich größtenteils um:

As resources we mainly use:

Folien, Fasern und Vliesstoffe in Form von Rollen, Ballen, Briketts, Randstreifen, Brocken und Formteile sowie zugekaufte Granulate und Mahlgüter.

Films, fibres and nonwovens as rolls, bales, briquettes, edge trims, as well as lumps and moulded parts, or granulates and regrinds purchased eisewhere.



_____ has been certified as a specialist waste disposal company since 1997 and can advise its suppliers professionally in organising their own in-house waste disposal procedures.

Seit 1997 ist **_____** als Entsorgungsfachbetrieb zertifiziert. RSH berät seine Kunden hinsichtlich der Gestaltung bzw. der Optimierung von individuellen Entsorgungskonzepten und der Logistik.



_____ stands for:

Recycling von Standard- und technischen Kunststoffen.

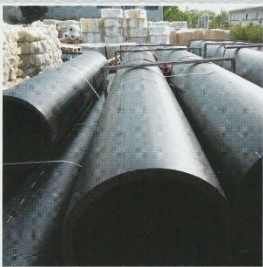
- Recycling of standard- and technical plastics.

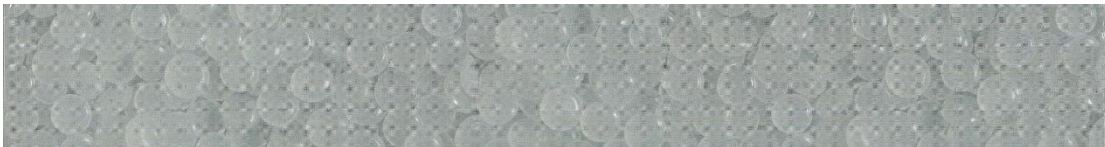
Service bei der Erarbeitung fachgerechter Entsorgungskonzepte.

- Service through organising own in-house waste disposal procedures for the suppliers.

Handel mit Neuware, NT-Ware, Regranulaten und Mahlgütern.

- Trading with virgin materials, off-grades, reggranulates and regrinds.





QUALITÄTSSICHERUNG / LABOR

QUALITY ASSURANCE / LABS

Vor der Weiterverarbeitung in der Produktion werden sämtliche Rohstoffeingänge auf Sortenreinheit sowie technische/mechanische Eigenschaften in unseren Laboren überprüft. Erst nach positiver Qualitätsprüfung werden sie für die Produktion freigegeben.

All raw materials are checked for purity and mechanical properties before they are forwarded for processing to the production department.

We guarantee the quality of our regranulates and compounds in providing product data sheets and certificates of analysis.

Die Qualität unserer eigenen Regranulate und Compounds garantieren wir in Form von Produktdatenblättern und Analysezetteln.

By implementing the quality assurance system, we offer a true recycling process for the plastic processing industry. The products are often used as substitutes for virgin materials.

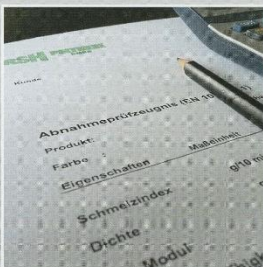
Durch die Qualitätssicherung findet ein „echtes“ Recycling statt, da die Produkte als Substitut für Neuware wieder in den Kreislauf der Kunststoff verarbeitenden Industrie zurückgeführt werden.

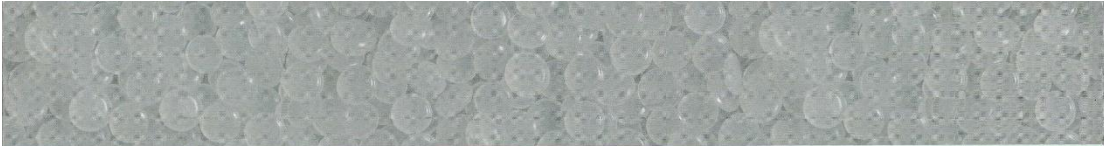
Our labs' testing capabilities:

Unsere Labor-Prüfmöglichkeiten:

- ✓ MFR/ MVR
- ✓ Dichte
- ✓ Füllstoffgehalt (Veraschung)
- ✓ E-Modul (Zug, Biege)
- ✓ Streckspannung und -dehnung
- ✓ Schlagzähigkeit
- ✓ Kerbschlagzähigkeit
- ✓ Vicat
- ✓ Shorehärte
- ✓ Farbmessgerät
- ✓ FTIR-Spektrometer
- ✓ Labor- Folienextruder
- ✓ Labor- Spritzgussmaschine
- ✓ Labor-Extruder

- ✓ MFR/ MVR
- ✓ Density
- ✓ Ash content
- ✓ E-modulus (tensile and flexural strength)
- ✓ Yield stress and impact stress
- ✓ Impact strength
- ✓ Notched impact strength
- ✓ Vicat
- ✓ Shore hardness
- ✓ Colorimeter
- ✓ FTIR-spectrometer
- ✓ Lab blow-film extruder
- ✓ Lab injection moulding machine
- ✓ Lab extruders.





DISPOSITION & LOGISTIK / MÄRKTE

TRANSPORT AND LOGISTICS / MARKETS

Eine der wichtigsten Servicedienstleistungen gegenüber unseren Kunden und Lieferanten ist die komplette Übernahme und Abwicklung der Logistik.



Hierunter verstehen wir sowohl die Belieferung der Kunden mit Fertigwaren als auch die Abholung von Vormaterialien bei unseren Lieferanten bis hin zur bestimmungsgerechten Entsorgung.

Für die Durchführung der reinen Logistikdienstleistung steht uns ein Netzwerk sorgfältig ausgewählter Logistikpartner zur Verfügung, die wir insbesondere auf die Attribute Zuverlässigkeit und Termintreue verpflichtet haben.



Die Ware wird nach Kundenwunsch in Oktabins, Big Bags oder Silofahrzeugen geliefert.

Märkte:

Als international ausgerichtetes Unternehmen führt POLYMERE Handelsbeziehungen in über 30 Ländern.



Der Kernmarkt ist Europa.

Full management and handling of logistics is one of the most important services offered to our customers and suppliers.

The service includes supplying the customer with finished goods and picking up raw materials from our suppliers, right up to disposal in accordance with regulations.

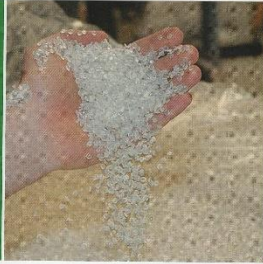
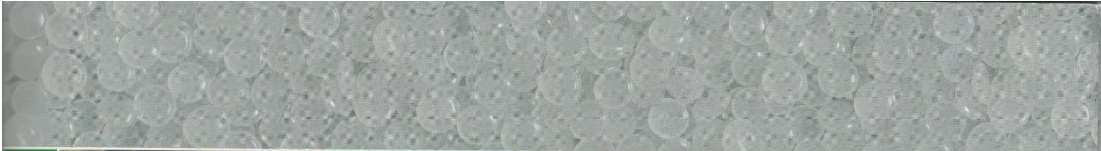
Top priorities are reliability and adherence to delivery dates. For the purely logistics side, we have a network of carefully selected logistics partners who have pledged their reliability and compliance with delivery dates to us.

Taking into account customers' and suppliers' preferences and certain requirements, products can be delivered in Big Bags, Octabins or silo trucks.

Markets:

As a global player we currently have customers and suppliers in over 30 countries.

Our core market is Europe.



KUNDEN- & LIEFERANTENBETREUUNG / ZERTIFIZIERUNGEN

CUSTOMER AND SUPPLIER MANAGEMENT / CERTIFICATION / DOCUMENTS

Kunden- und Lieferantenbetreuung wird bei der **SM** groß geschrieben.

Der Wert von intakten Beziehungen zu Kunden und Lieferanten lässt sich in der Regel an einer langjährigen Zusammenarbeit und durch eine hohe Zufriedenheit messen.

Um unsere Kunden und Lieferanten intensiv und persönlich vor Ort betreuen zu können, unterhalten wir regionale Büros in Deutschland.

Durch unsere Außendienstmitarbeiter sind wir jederzeit in der Lage, die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden und Lieferanten kompetent in persönlichen Gesprächen zu erörtern.

Viele unserer Arbeitsabläufe und Managementsysteme sind inzwischen auch durch externe Gremien und nach allgemein gültigen Standards zertifiziert:

Zertifizierungen (u.a.)

- ✓ Zertifiziert als Entsorgungsfachbetrieb gemäß § 52 KrW-/AbfG.
- ✓ Zertifiziert nach DIN EN ISO 9001 Qualitätsmanagement für den Bereich Compoundingung.
- ✓ Zertifiziert nach DIN EN ISO 50001 Energiemanagementsystem.

SM puts huge emphasis on its relationships with customers and suppliers.

Usually, the value of good relationships with customers and suppliers can be measured in long-term partnerships and a high level of satisfaction.

SM has regional offices in Germany in order to provide in-depth and personal support to its customers and suppliers locally.

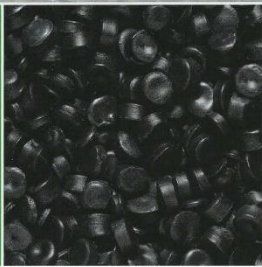
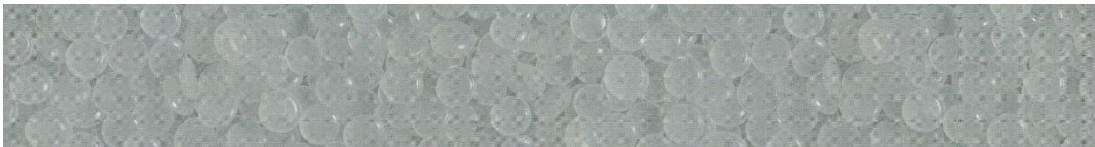
Our sales reps provide a personal response to our customers' and suppliers' requirements.

Many of our procedures and structures are now certified by independent committees and accepted standards.

Certifications (among others)

- ✓ certified as a specialist waste disposal company since 1997
- ✓ certified quality management system DIN EN ISO 9001 for the compounding segment
- ✓ certified energy management system DIN EN ISO 50001

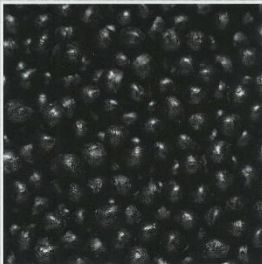
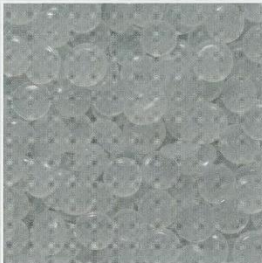




LIEFERPROGRAMM & SERVICE-ANGEBOT

PRODUCT RANGE & SERVICE PACKAGE:

Lieferprogramm Productrange



LDPE- und HDPE-Regranulate LDPE- und HDPE-regranulates	eigene Herstellung own production
PP-Regranulate PP-regranulates	
PP-, ABS- und PC/ABS-Compounds PP-, ABS- und PC/ABS-compounds	
Mahlgüter und Agglomerate Regrinds and agglomerates	
1 A Typware im Handel Virgin materials	im Handel as a trader
NT-Ware Off grades	
Reggranulate & Mahlgüter anderer Hersteller Reggranulates and regrinds from different manufacturers	
Produktionsabfälle Pre consumer plastic scrap	

Service-Angebot

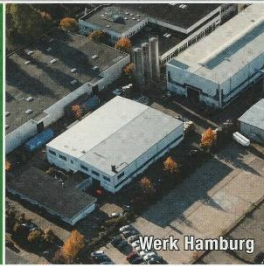
- ✓ Reggranulate und Compounds mit definierten, geprüften Eigenschaften
- ✓ Entwicklung und Herstellung von maßgeschneiderten Compounds nach Kundenvorgabe
- ✓ Einfärbung von Kunststoffen
- ✓ Lohngranulierung, -compounding, -einfärbung, -vermahlung
- ✓ Entwicklung kundengerechter Entsorgungskonzepte als Fachbetrieb

Weitere Informationen zu unseren Produkten und Dienstleistungen finden Sie unter www.de

Service package

- ✓ Reggranulates and Compounds with defined and tested specifications
- ✓ Development and production of tailor-made compounds according to customer specifications
- ✓ Coloring of plastics
- ✓ Reggranulating, compounding, coloring and grinding as a toll-contractor
- ✓ Creation of tailor-made disposal concepts

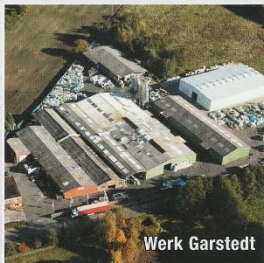
For more information, please visit us at: www.mere.de



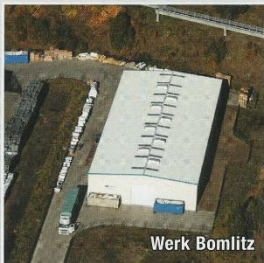
Werk Hamburg

STANDORTE / KONTAKT

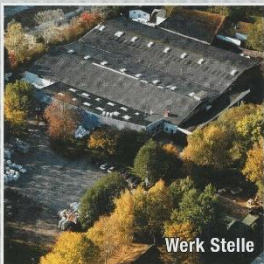
LOCATIONS / CONTACT



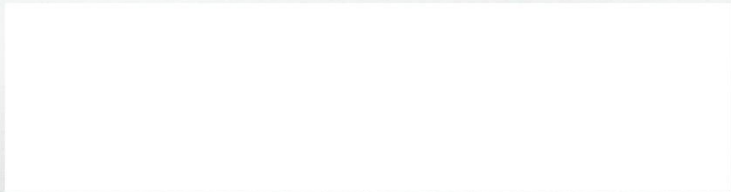
Werk Garstedt



Werk Bomlitz



Werk Stelle



in Ihrer Nähe

Informationen zu den Außendienstbüros finden Sie unter www. .de

- PLZ 0-1, 38 / 39 / 99
-Ostdeutschland
- PLZ 2-5
-West-/Norddeutschland
- PLZ 6-9
-Süddeutschland

close to you

For information about our sales offices please visit our website at www. .de

- ZIP Code 0-1, 38 / 39 / 99
-Eastern-Germany
- ZIP Code 2-5
-West-/Northern-Germany
- ZIP Code 6-9
-Southern-Germany

GmbH

Fon . Fax
info@ .de · www. .de

Text 4



Wir hören unseren Partnern einfach immer gut zu; für uns ist das ganz selbstverständlich...

...weil uns ein einfacher Compound nicht genug ist



naturalmente compound

Seit über 30 Jahren in Zusammenarbeit mit Unternehmen und deren Produkten

Wir hatten immer ein offenes Ohr für unsere Partner und gemeinsam haben wir innovative und wettbewerbsfähige Lösungen gefunden. Seit der Gründung im Jahr 1978 war _____ mit dem Vertrieb von Kunststoffen auf dem Markt und widmete sich ebenfalls der Kundenberatung in technischen Anwendungsfragen.

Ihre Gründer, dank ihrer mehr als zwanzigjährigen Erfahrung auf diesem Gebiet, kannten die Strukturen, die Produktionsprozesse der Polymere und die für die verschiedenen Anwendungsgebiete am besten geeigneten Verarbeitungstechnologien. Gerade deshalb hat sich _____ bereits seit 1980 auf Polymeradditivierung und die Herstellung von Compounds spezialisiert. Die somit erworbene Kompetenz im Compounding trägt maßgeblich zur Entwicklung von AIPLUS bei, das innovative Flammenschutz-Masterbatch für PP, das eine optimale Performance sowie den Schutz der Umwelt und des Anwenders in sich vereint.

We have listened to people and found with them the innovative and competitive solutions they were looking for.

Diap was established in 1978 focusing on the supply of plastic materials and the relevant technical application advice. Its founders knew the structures, the production processes of polymers and the most suitable transformation technologies for the various application sectors – thanks to more than twenty years of experience in this field; this is why _____ has specialized since 1980 in polymer additive supplementing and in the production of compounds and flame retardant masters compliant with national and international standards.

Wenn aus der Idee ein gutes Produkt wird

Ein gutes Produkt beruht auf der Fähigkeit, die tatsächlichen Erfordernisse eines Unternehmens zu verstehen und interpretieren zu können, indem konkrete, zuverlässige und professionelle Lösungen gefunden werden. Alle unsere Produkte wurden daher für unserer Kundschaft aufgrund spezifischer Anforderungen wie folgt konzipiert:

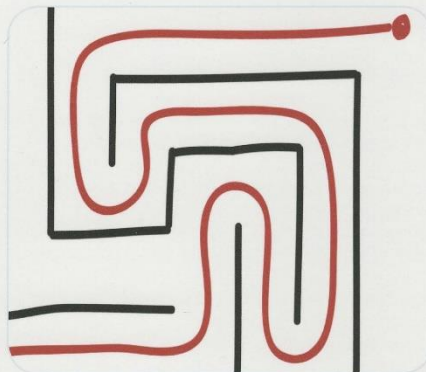
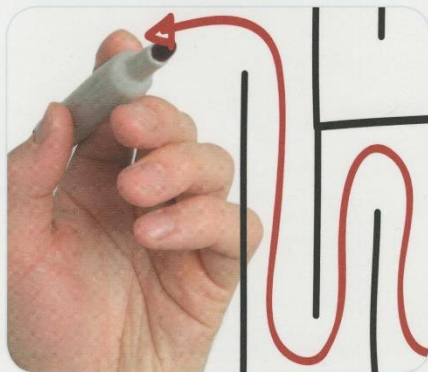
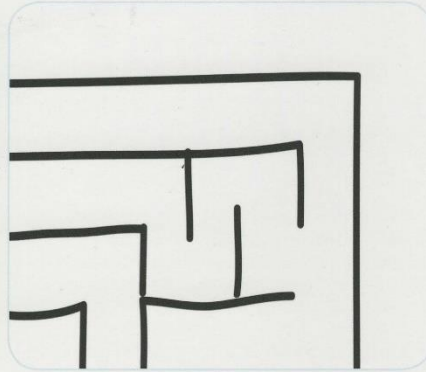
- Polymeradditivierung für jeglichen Einsatzbereich, besonders im Blick auf das Qualitäts/Preisverhältnis
- Polymermodifikation, um sie den verschiedenen Produktionsverfahren sowie den Transformations-techniken anzupassen
- Optimierung der Verarbeitbarkeit der Polymere durch Einfluss auf die mechanischen und thermischen Eigenschaften des Compounds (Dünnflüssigkeit, HDT, Vicat, Schrumpfen, usw).

A good product is the result of the ability to listen to, understand and interpret the various needs of companies, providing concrete, reliable and professional solutions. This is why our products are implemented on the basis of our customers' specific requests, which are:

- to provide polymers with additives for any application, with special attention to the quality/price ratio
- to modify polymers, adapting them to the various production processes and processing techniques
- to improve the processability of polymers, working on the mechanical and thermal characteristics of the compound (Fluidity, HDT, Vicat, Shrinkage, etc...)



TECHNICAL COMPOUNDS



Unsere Compounds werden nur auf spezifische Anfragen der Kunden, nach Additivierung der Basispolymere, meistens PP, entwickelt, was durch fortschrittliche Polymerisationsprozesse erreicht wird.

Daher können wir immer ein Produkt liefern, das den funktionellen Anforderungen der zu produzierenden Güter entspricht.

Our compounds are only made following the customer's specific requests, by additivng basic polymers, mainly PP, obtained from the most advanced polymerization processes.

This allows us to offer an ever-functional product for the artifact that the customer intends to produce.



naturamente compounding

FLAME RETARDANT MASTERBATCHES



Die Formel AIPLUS PP, national und international patentiert, wirkt sich wie folgt auf das Endprodukt aus: Verzögerung der Zündung; Reduzierung der Flammzeit; Reduzierung des Ausmaßes der Beschädigung (Quantität und Oberfläche); Reduzierung des Rauchaustritts; Kein saurer, giftiger, korrosiver und schwarzer Rauch.

Dank der flammhemmenden Effizienz, der Ungiftig- und Harmlosigkeit sowie in Bezug auf das Kosten/Qualitäts-Verhältnis ist es eines der führenden Flammenschutzmittel auf dem Markt.

AIPLUS PP entspricht den Vorschriften für Flammhemmung UL94-V2, CEI 61-50-92 (EN60335-1-31) sowie den europäischen Richtlinien 2011/65/EU, 2002/72/CE, 2000/53/CE und 1907/2006 (REACH). AIPLUS unterscheidet sich durch:

- Niedriges spezifisches Gewicht
- Ausgezeichnete thermische Stabilität
- Ausgezeichnete Verarbeitbarkeit
- Kein Blooming
- Optimale Dispersion
- Kein Antimonoxyd
- Keine polybromierte Biphenyle
- Halogenfrei
- Geringer Abbau bei Wiederverarbeitung
- Optimales Kosten/Effizienz-Verhältnis.

AIPLUS kann in allen Maschinentypen aufbereitet werden (Dosiergeräte, Pressen, Extruder, etc.), die gewöhnlich zur Veränderung der PPs verwendet werden. Schwierigkeiten bei der Verarbeitung und mit Korrosion, die man häufig bei den traditionellen Flammhemmern antrifft, treten hier nicht auf. Es wird als Granulat hergestellt und ist einfach im Gebrauch und in der Handhabung, da keine Staubteilchen in die Luft austreten. Die konzentrierte Anwendung von AIPLUS PP kann je nach Verarbeitungsnotwendigkeit der Materialien unterschiedlich sein.

AIPLUS PP formula, for which a national and international patent was granted, affects the final product by: retarding the ignition start; reducing the flame time; reducing the damaged quantity and surface; reducing the emission of fumes; eliminating noxious, toxic, corrosive and black fumes.

Thanks to its flame retardancy properties, the absence of toxic and dangerous substances and the cost/performance ratio, it is one of the highest quality Flame Retardants in the market.

AIPLUS PP complies with the main flame retardant regulations such as UL94-V2, IEC 61-50-92 (EN 60335-1-2-31) and the European Directives 2011/65/EU; 2002/72/EC, 2000/53/EC and 1907/2006 (REACH). AIPLUS is characterized by:

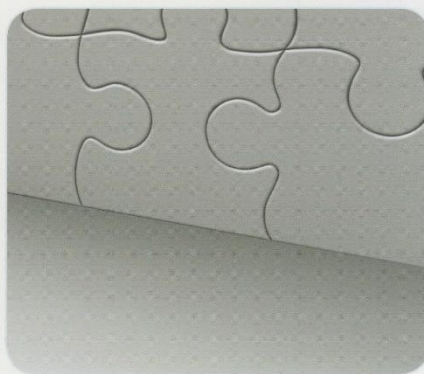
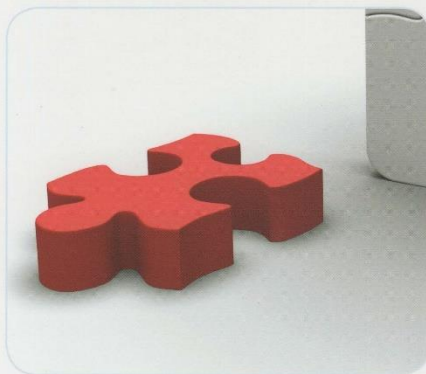
- low specific weight
- excellent thermal stability
- excellent workability
- no blooming
- optimal dispersion
- no corrosion
- no antimony oxide
- no polybrominated biphenyls
- halogen free
- low degradability in reworking
- optimization of the cost-efficiency ratio.

It can be worked in all types of machines (dosing units, presses, extruders, etc...) generally used for transforming PP, without the typical processability and corrosion problems that often characterize traditional flame retardants. It is produced in granular form, easy to use and manipulate, with no dispersion of powders in the environment. AIPLUS PP use concentration may vary depending on the processability needs of the materials to be processed.



Tel. + _____ Fax + _____
info@ _____ .it • www. _____ .it

FLAME RETARDANT MASTERBATCHES



AIPLUS PP ist ein neuartiger Flammenschutz Master für PP, der eine **höhere Leistung als die traditionellen Flammenschutzmittel der selben Brandschutzklasse UL 94 V2** bietet. Die Anwendungsgebiete von **AIPLUS PP** sind folgende:

- Spritzgießen
- Extrusion von Rohren (glatt, gerillt und schalldämmend) und von Profilen
- Extrusion von Fasern (Faden, Flocken und spunbond) für TNT, Stoffe, Teppichböden, etc.

AIPLUS PP, laut den wichtigsten UE-Vorschriften, enthält kein PBB und PBDE.

***AIPLUS PP** is a new flame retardant master for PP, with **higher performance than the traditional flame retardants of the same UL 94 V2 class.** **AIPLUS PP** is used in the following sectors:*

- *injection molding*
- *extrusion of pipes (smooth, corrugated and soundproofing) and profiles*
- *extrusion of fibers (thread, flock and spunbond) for TNT, fabrics, carpets etc.*

*In accordance with the main EU directives, **AIPLUS PP** is free from PBB and PBDE.*



naturalmente compound

FLAME RETARDANT COMPOUNDS



Die flammhemmenden Compounds, Vorzeigeprodukt, sind halogenfrei und zeichnen sich auch durch ihr niedriges Eigengewicht und ihre Thermostabilität während der Produktionsphase aus.

Bei der Verbrennung und Verarbeitung unserer flammhemmenden Compounds entstehen keine für die Gesundheit und die Umwelt gefährlichen Ausdünstungen. Ebenso wird kein saurer Rauch erzeugt, der maßgeblich für die Korrosion der Verarbeitungsanlagen und der Maschinen verantwortlich ist.

Die Flexibilität unserer flammhemmenden Formeln macht es möglich, diese dem Typ der eingesetzten Polymeren und dem Endprodukt anzupassen.

Unsere durch Spritzgießen oder Extrusion verarbeiteten flammhemmenden Compounds sind in verschiedenen Anwendungsbereichen getestet worden (Elektrizität, Elektronik, Haushaltsgeräte, Möbel, Rohre, Fasern, usw.) und haben alle Tests gemäß den Vorschriften erfolgreich bestanden. In unserer Palette haben wir einige Produkte mit dem UL94 Zertifikat (Yellow Card).

Our flagship products, flame retardant compounds stand out for the total absence of halogens, the low specific weight and the resistance to thermal degradation during processing.

The combustion and processing of our flame retardant compounds produce no exhalations that may be harmful to your health and the environment, and no acid fumes that cause corrosion of processing plants and machinery.

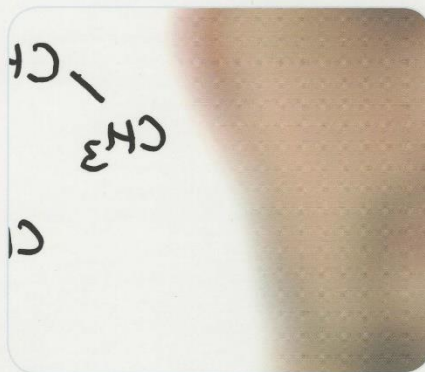
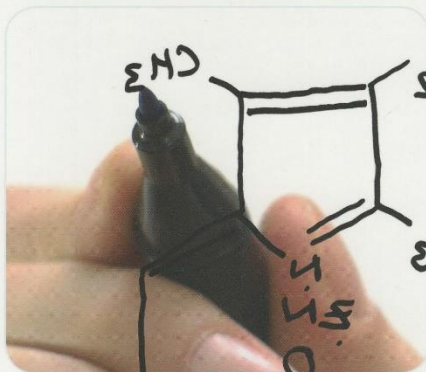
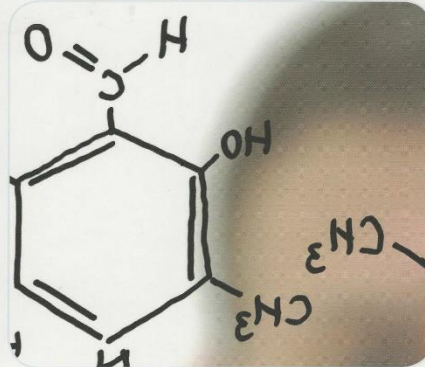
The flexibility of our flame retardant formulations allows them to be adapted to the types of polymers used and the characteristics of the final product.

Our flame retardant compounds, processed with injection molding and extrusion technologies, have been tested in various application fields (electrical, electronic, household appliances, furnishings, pipes, fibers, etc.) and have passed all the tests they have undergone, in compliance with the reference standards. Some of our products are certified UL94 (Yellow Card).



Tel. + _____ Fax + _____
info@ _____ .it • www _____ .it

FLAME RETARDANT COMPOUNDS



Es ist unser wichtigstes Anliegen, neue Materialien zu erforschen und sie zu entwickeln, und deshalb haben wir auch ein Labor mit modernsten Geräten eingerichtet, wo Qualitätskontrollen und Produktcharakterisierung gemäß den Vorschriften und den spezifischen Anfragen durchgeführt werden.

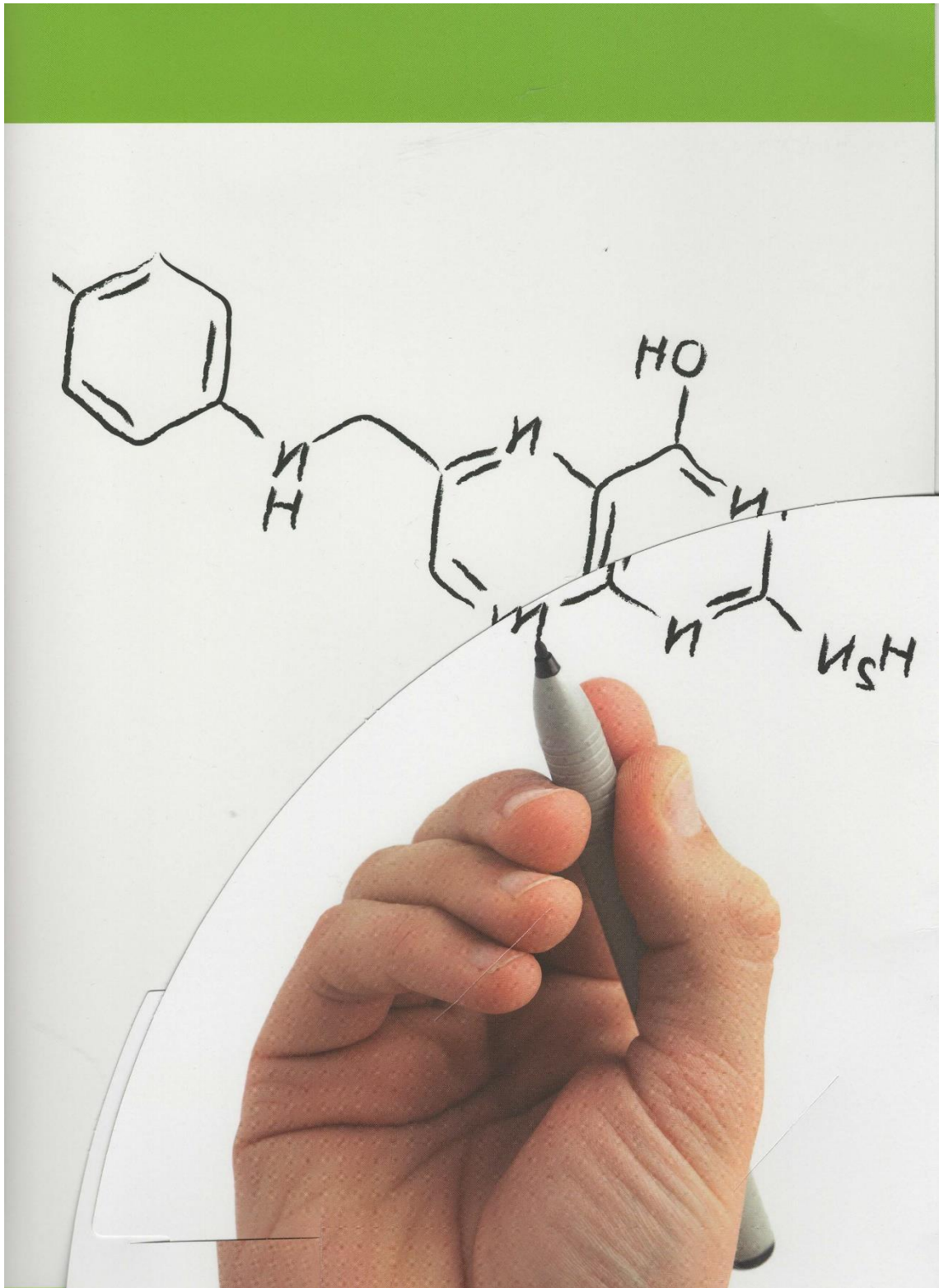
In unserem modernen Labor werden neue Materialien studiert und die Qualitätskontrollen garantieren unseren Kunden hochqualifizierte und den Anforderungen entsprechende Produkte.

The research and development of new materials are our priority and this is why we have set up a modern laboratory with cutting-edge equipment for quality control and product customization in accordance with directives and requirements.

In our modern laboratory we study new materials and carry out the necessary quality controls to provide our customers with highly qualified products according to their needs.



naturalmente compound



Das Zusammenwirken der erstklassigen Qualität unserer Produkte und die ernsthafte Beachtung der spezifischen Kundenanforderungen bewirkt, dass [redacted] mehr als nur ein einfacher Compound anbieten kann.

Unsere Firma hat schon immer besondere Aufmerksamkeit auf die Entwicklung der Polymere und die Innovationstechnologie der Aufbereitungsverfahren gerichtet.

Unsere langjährige Erfahrung und unser Know-how auf diesem Gebiet machen es uns möglich, kurzfristig Lösungen für Probleme zu finden, die bei den Aufbereitungsverfahren unserer Kunden auftreten können und gleichzeitig für technische Fragen zur Verfügung zu stehen.

The great attention to the customers' specific needs and the high quality of our products allow [redacted] to offer more than a simple compound.

The company has always followed the evolution of polymers and the technological innovations of working processes with great care.

Our knowledge of the sector, gained through many years of experience, allows us to find quick solutions for our customers' problems occurring in the working processes and to provide them with constant technical support.




naturalmente compound


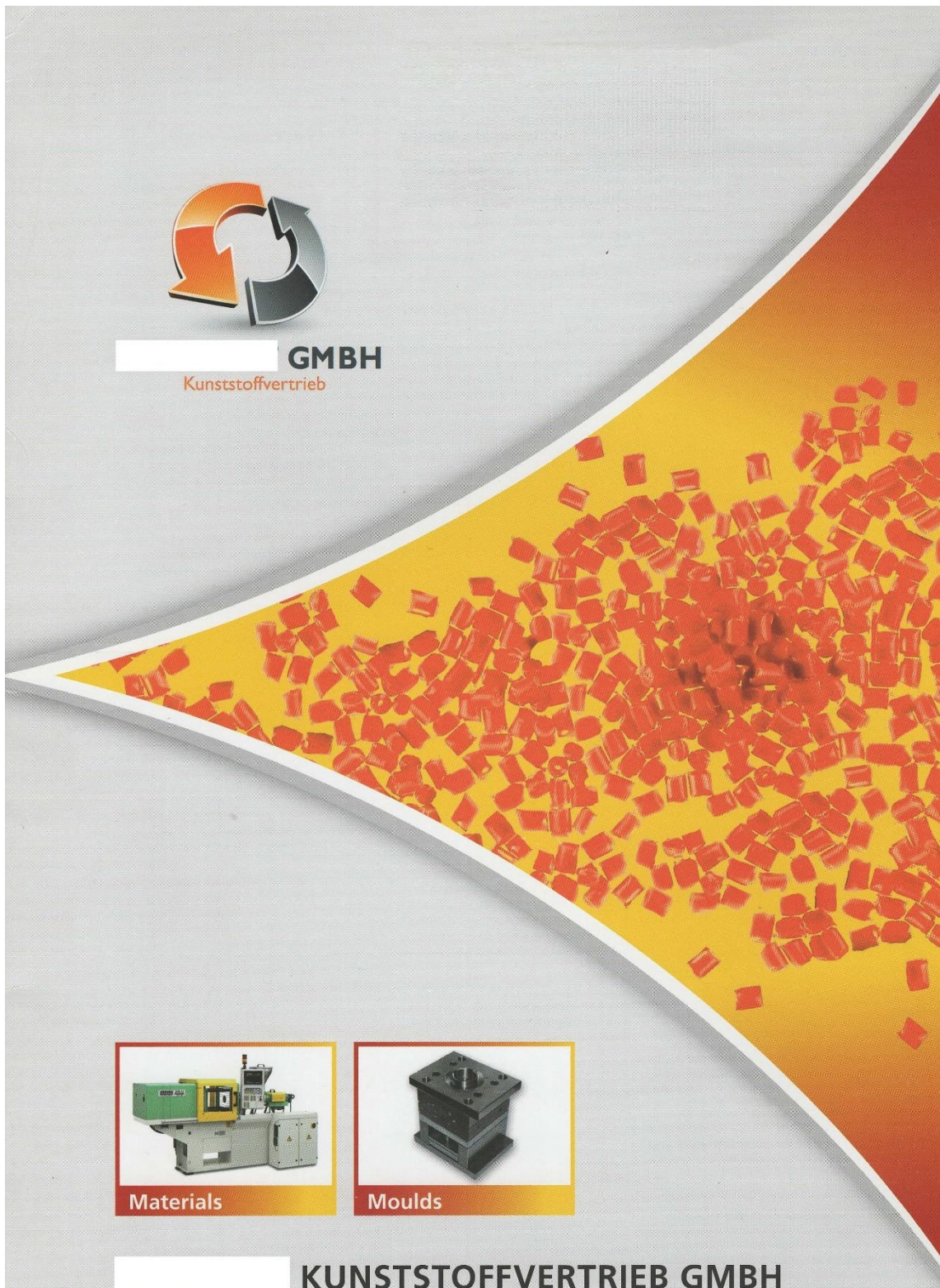
Tel. + [redacted] • Fax + [redacted]
www.[redacted].it • info@[redacted].it




Text 5



Kunststoffvertrieb **GMBH**
Kunststoffvertrieb



Materials



Moulds

KUNSTSTOFFVERTRIEB GMBH

UNTERNEHMEN



Kunststoffvertrieb **GMBH**
Kunststoffvertrieb

Die **Kunststoffvertrieb GmbH** hat sich auf die Vermarktung von Kunststoffgranulaten spezialisiert und auf die Verwertung von Produktionsrückständen technischer Kunststoffe. Unser Schwerpunkt liegt auf Technischen Kunststoffen, die von uns als Neuware per Handel oder nach Weiterverarbeitung als geprüfte Regranulate und Compounds vermarktet werden. So geht nichts verloren – der Umwelt zuliebe.

Als Distributor des Herstellers **GmbH** können wir Ihnen hochkonzentrierte Additive in Granulatform, wie z. B. Treibmittel, Antistatikum, Entformungshilfen, UV-Stabilisatoren anbieten. Die Dosierung ab 0,3 % ist äußerst gering. Fragen Sie uns an, wir lassen Ihnen gerne ein Produktprospekt zukommen.

Wir setzen uns für Ihre Belange ein – zuverlässig, freundlich und fair.

In unseren Lagerhäusern in Oberndorf und Schwenningen halten wir stets große Mengen verschiedener Granulate für Sie vor.

Erwarten Sie Schnelligkeit von uns. Mit unserem eigenen Fuhrpark sind wir in der Lage, Sie in Notsituationen mit Lagerware auch am selben Tag noch zu beliefern.

Mit unserem Partner, der **Co. LTD** in China fertigen wir Werkzeugformen von 50 kg bis 20 Tonnen Werkzeuggewicht. Die hohe Qualität und die kurzen Durchlaufzeiten gründen auf eine über 15jährige Erfahrung im Bereich Werkzeugkonstruktion/Werkzeugbau.

SÜDPLAST GMBH
Kunststoffverarbeitung



GMBH
Kunststoffvertrieb



MEDIZINTECHNIK



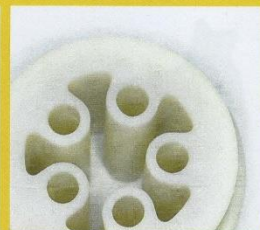
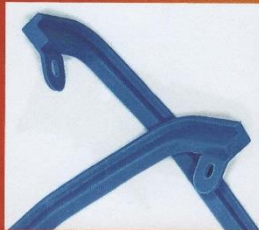


GMBH

Kunststoffvertrieb



MASCHINENTECHNIK



SÜDPAST GMBH
Kunststoffvertrieb

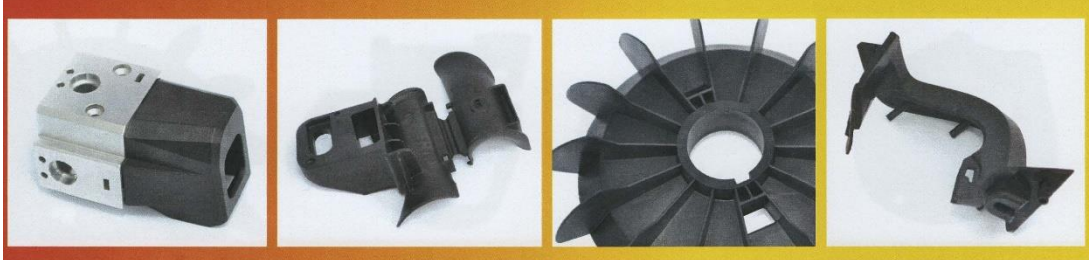


GMBH
Kunststoffvertrieb



AUTOMOTIVE

AUTOMOTIVE



SÜDFLAKT GMBH
Kunststoffverarbeitung

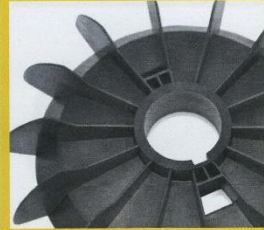


GMBH
Kunststoffvertrieb



AUTOMOTIVE

AUTOMOTIVE





GMBH

Kunststoffvertrieb

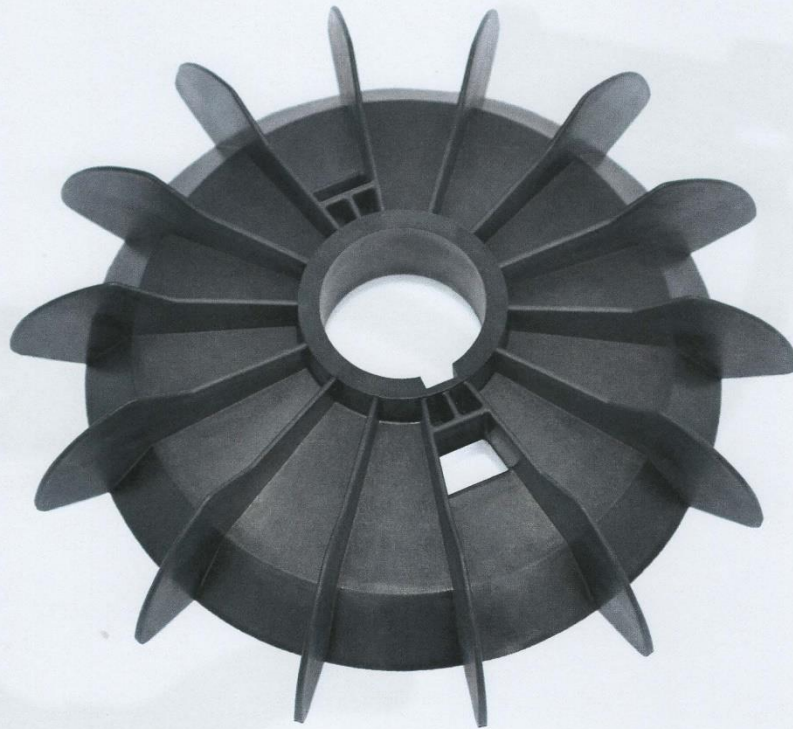


AUTOMOTIVE





GMBH
Kunststoffvertrieb



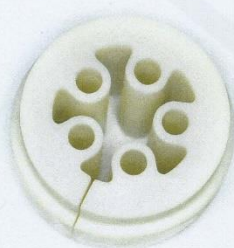
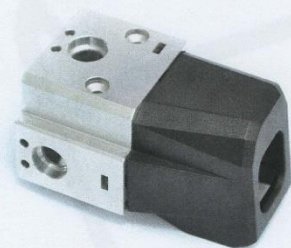
LÜFTERRAD





GMBH

Kunststoffvertrieb

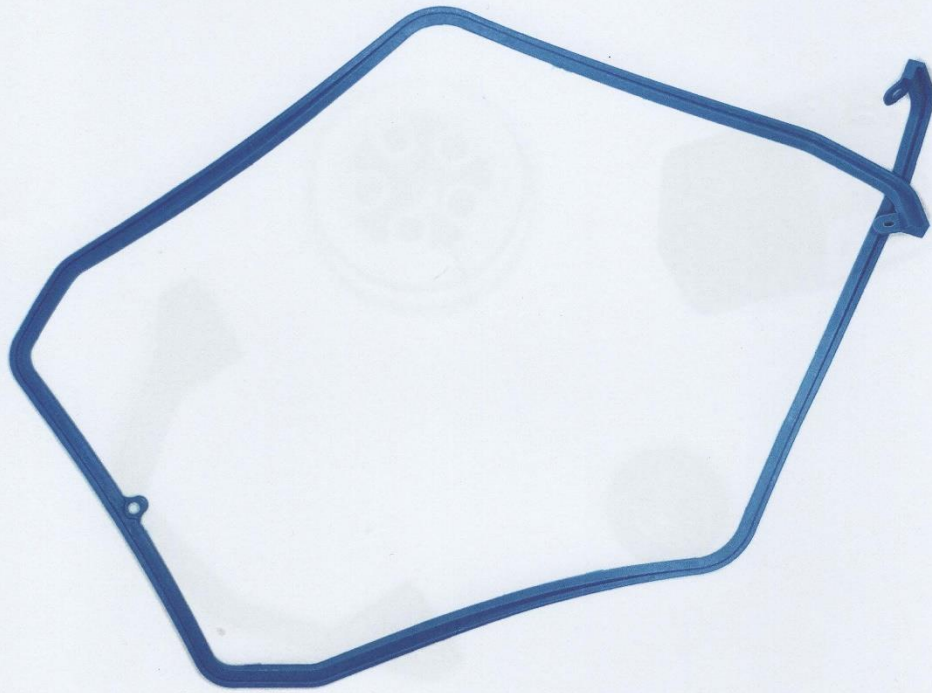


WAFFENTECHNIK





GMBH
Kunststoffvertrieb



DICHTUNGSTECHNIK



UNSERE LEISTUNGEN

Lieferprogramm

Wir bieten Ihnen einen Großteil der technischen Kunststoffgranulate von namhaften Herstellern wie z.B. **Celanex, Crastin, Delrin, Durethan, Fortron, Hostaform, Lexan, Makrolon, Noryl, Santoprene, Ryton, Udel, Ultraform, Ultramid, Valox, Victrex** und andere. Selbstverständlich in original Herstellergebinden mit WPZ – als Rest- und Sonderposten.

®-Produkte sind markenrechtlich vom jeweiligen Hersteller geschützt.

™-Registrierte Warenzeichen der Hersteller gem. U.S. Patent und Trademark Office (in anderen Wirtschaftsräumen unter Umständen abweichend)

Eigenprogramm

Zur Abrundung unseres Lieferprogrammes haben wir mit einem Hersteller ein eigenes Lieferprogramm erstellt. Hier bieten wir speziell nach Kundenwunsch hergestellte Materialien wie **PA6, PA66, PBT, PC-ABS** u.v.a. in Neuwarequalität oder als Compound an.

Sämtliche Materialien können wir in Sonderfarben, mit Flammenschutz, elektrisch leitfähig, mit Langfasern, Glaskugeln usw. liefern.

Werkzeugbau

Wir fertigen in unserer eigenen Niederlassung in Ningbo, China Werkzeugformen von 50 kg bis max. 20 to. Werkzeuggewicht für den Bereich Kunststoffspritzguss in hoher Qualität und Durchlaufzeiten von meist 30 bis 40 Tagen.

Unsere Leistungen sind dort:

Mould Flow Analyse | Rapid Prototyping
Werkzeugkonstruktion | Werkzeugbau
Produktion Erstmuster | Produktion Nullserien



Wir sind **scharf** auf Ihre **Anfragen!**

Rufen Sie direkt an.

Telefon

Wir machen Ihnen ein gutes Angebot.



GMBH
Kunststoffvertrieb

KUNSTSTOFFVERTRIEB GMBH

Fon | Fax

info@.de | www..de