

FACHTEXTE IM INTERKULTURELLEN VERGLEICH. KONTRASTIVE PRAGMATIK DEUTSCHER, FINNISCHER UND FRANZÖSISCHER WIRTSCHAFTSTEXTE

Bernd Spillner
Gerhard-Mercator-Universität, Duisburg

Abstract

During the last few years, Contrastive Textology (comparison of text types) has developed into an important field of research in the pragmatically and interculturally oriented comparison of languages. The extension of this method to LSP communication also shows promising results. Some examples of text types from the language of business (in a broad sense) are analysed to show some intercultural contrasts between German, Finnish and French texts. They are not only of interest for Contrastive Pragmatics, but also for communication in international trade.

1. Kontrastive Textologie für die Wirtschaftskommunikation

Bis vor wenigen Jahren beschränkten sich kontrastive Sprachvergleiche auf die Gegenüberstellung deskriptiv erfaßter grammatischer und phonetisch-phonologischer Strukturen in L1 und L2. Charakteristisch dafür sind die vom *Center for Applied Linguistics* in Washington vorgelegten kontrastiven Studien (Moulton 1962; Kufner 1962; Agard & Di Pietro 1965; Stockwell & Bowen 1965; Stockwell, Bowen & Martin 1965). Erst zögernd wurden eine "Kontrastive Semantik" (cf. Spillner 1971 und 1971a) und eine "Kontrastive Pragmatik" (cf. Spillner 1978 und 1986) propagiert. Hierbei wurden ansatzweise bereits kommunikative und kulturspezifische Faktoren bei der interlingualen Kontrastierung berücksichtigt. Aber erst mit der Herausbildung einer systematischen Textlinguistik wurde der methodische Zugang zu kontrastiven Analysen eröffnet, die sich nicht auf formale Strukturen und isolierte Sprachebenen beschränken. Zwar sind kontrastive Untersuchungen zu Vertextungsmustern noch wenig entwickelt (z.B. unterschiedliche Kohärenz- und Referenztypen, Textanfänge, Wechsel von PRO-Formen, Textgliederungsmerkmale, Anaphorik vs. Kataphorik). Dagegen hat sich die Konzeption von "Textsorten" als fruchtbar für internationale Vergleiche erwiesen. Unter den Stichworten "Textsortenvergleichung" oder "Kontrastive Textologie" (Hartmann 1980; Spillner 1981; Schröder 1987) wurden exemplarisch alltagssprachliche Textsorten verglichen. So liegen z.B. interkulturelle Analysen zu

Todesanzeigen in unterschiedlichen Sprachen/Kulturen vor (Reiss 1977/78; Piitulainen 1993).

Nachdem in der Fachsprachenforschung die frühere naive Annahme von der Universalität fachsprachlicher Kommunikation überwunden war und sich als Ergänzung zum Teilbereich der Terminologie eine "Fachtextlinguistik" herausgebildet hatte, lag es nahe, auch fachsprachliche Textsorten kontrastiv zu analysieren. Dabei wird in den letzten Jahren angenommen, daß auch Fachtexte mehr oder weniger einzelsprachlich kulturell geprägt sind. Es ist zu erwarten, daß dies vor allem in jenen Fachsprachen der Fall ist, die durch nationale Traditionen geprägt sind, einzelsprachlichen Entwicklungen unterlegen haben, spezifischen rhetorischen Traditionen entstammen oder kulturell konventionalisiert sind.

So kann man z.B. damit rechnen, daß unterschiedliche nationale Rechtssysteme zu divergierenden einzelsprachlichen juristischen Terminologien, Textsortenkonventionen, Phraseologien, syntaktischen Mustern, Argumentationsstrukturen etc. geführt haben. Aber selbst in naturwissenschaftlichen Fachtextsorten finden sich überraschende kontrastive Unterschiede (vgl. z.B. zur Medizin: Régent 1980; Spillner 1992). Sprachliche und kulturelle Unterschiede in der Fachkommunikation sind bezogen auf den akademischen Diskurs analysiert worden (z.B. Clyne 1987). Mitunter beruhen sie auf vorgefaßten Klischees und stellen journalistisch-impressionistische Kulturkontraste heraus (z.B. Galtung 1983). Erst langsam bildet sich eine systematische Vergleichsmethodik heraus (cf. Spillner 1997). Dennoch liegt bereits eine stattliche Zahl empirischer Einzelarbeiten vor (vgl. Schröder 1991 und die – allerdings sehr lückenhafte – Übersicht bei Gnutzmann & Oldenburg 1991).

Weniger gut sieht es im Bereich der Wirtschaftskommunikation aus. Obwohl bereits sehr früh und mit guten Gründen eine "Wirtschaftslinguistik" propagiert wurde (Messing 1928 und 1932; Siebenschein 1936; Vancura 1936), haben sich die Theoretische und die Angewandte Linguistik mit diesem Diskursbereich schwer getan. Die Schwierigkeit liegt darin, daß seit den Arbeiten der Funktionalstilistik bis heute Unklarheit darüber besteht, wie der Objektbereich der Wirtschaftssprache abzugrenzen ist. Wenn man Kommunikationsbereiche von der Theorie des Wirtschaftsrechts über die Terminologie des Warenhandels, die Börsensprache und die Handelskorrespondenz bis hin zur wirtschaftlich-technischen Dokumentation und zur Produktwerbung einbezieht, ergibt sich in der Tat ein sehr

heterogener Objektbereich. Hinzu kommt, daß einige wirtschaftssprachliche Textsorten stark journalistisch und wissensvermittelnd-popularisierend geprägt sind.

Bislang liegen auch nur wenige kontrastiv bzw. interkulturell angelegte Untersuchungen vor (z.B. Rossenbeck 1987; Halmari 1993 und Schmitt 1995). Analysen zu Wirtschaftsverhandlungen ("Business Communication", "Business Negotiating") sind oft eher impressionistisch oder anekdotisch als auf empirischen Untersuchungen authentischen Materials beruhend (vgl. u.a. Graham 1980; Bloch 1996). Brauchbarer sind Hinweise aus der Übersetzungspraxis (z.B. Morgenroth & Villard 1992; Villard 1993).

2. Vergleich von Texten aus dem Wirtschaftsbereich

An deutsch-französisch-finnischen Beispielen soll exemplarisch auf einige interkulturelle Unterschiede in der Wirtschaftskommunikation hingewiesen werden. Gegenüber zweiseitigen Gegenüberstellungen haben trilaterale Vergleiche den Vorteil, daß der Gefahr antithetischer Polarisierungen leichter entgangen werden kann. Dagegen ist es sehr viel schwieriger, geeignetes Material aufzufinden, für das ein gemeinsames "Tertium comparationis" gesichert ist und für das damit die methodischen Voraussetzungen der Vergleichbarkeit gelten.

2.1 Briefftextsorten "Zwischenbescheid" und "Empfangsbestätigung"

Im Bereich der internationalen Handelskorrespondenz fällt auf, daß in Finnland traditionell die Briefftextsorte "Zwischenbescheid" nicht oder nur selten verwendet wird. In Deutschland ist es üblich, dem Geschäftspartner schriftlich eine Vorinformation zukommen zu lassen, wenn sich die Beantwortung einer Anfrage bzw. einer Bewerbung oder auch die Lieferung eines Produktes verzögern. Hierauf wird in praktischen Ratgebern zur Geschäftskorrespondenz ausdrücklich hingewiesen, z.B.:

Zwischenbescheid

Ein Zwischenbescheid ist sinnvoll, wenn abzusehen ist, daß die Bearbeitung eines Vorganges längere Zeit in Anspruch nehmen wird, und man den Geschäftspartner nicht so lange warten lassen will. Mit einem Zwischenbescheid vermeidet man zudem Kundenanfragen über den Stand der Angelegenheit.

Ein Zwischenbescheid sollte folgende Angaben enthalten:

die Angabe, worauf sich der Zwischenbescheid bezieht

den Dank für die Anfrage (das Angebot, die Bestellung, die Bewerbung usw.)

den Grund für die verzögerte Bearbeitung, z.B. Einhaltung von Fristen, genaue Prüfung, Rückfragen, Personalmangel, Urlaubszeit o.ä.

die Bitte um Verständnis

die Angabe des Termins, bis zu dem die Sache bearbeitet wird.

(Briese-Neumann 1995: 47.)

Die Mitteilung kann kurz sein, sie wird aber vom Kommunikationspartner erwartet. Briefsteller fügen in der Regel passende Musterbriefe ein, z.B.:

Sehr geehrter Herr Riefer,

sicher erwarten Sie mit diesem Brief unsere Zu- oder Absage. Bitte seien Sie nicht allzusehr enttäuscht, wenn dieser Brief nichts von beidem enthält. Wir können das Bewerbungsverfahren nicht zum vorgesehenen Zeitpunkt mit einer hoffentlich richtigen Entscheidung beenden. Betriebliche Gründe sprechen momentan dagegen. Bitte haben Sie zwei weitere Wochen Geduld. Vielen Dank.

Mit freundlichen Grüßen ... (Reinert-Schneider 1997: 189.)

Auch im französischen Sprachraum gehört eine *réponse (avis) préliminaire* durchaus zu den Konventionen im wirtschaftlichen Schriftverkehr. Häufiger jedoch ist die Brieffextsorte *accusé de réception*, deren pragmatische Bedingungen ausdrücklich in den einschlägigen Handbüchern begründet werden:

Lorsqu'un fournisseur reçoit une commande (un ordre), il l'examine à fond pour déterminer s'il peut l'accepter en tous points. S'il accepte la commande sans réserves, il n'est pas obligé d'en accuser réception; mais dans la plupart des cas, il adressera, pour la bonne forme, un accusé de réception de la commande au client.

Dans certains cas cependant, l'accusé de réception est de rigueur:

Si le client a oublié un détail nécessaire à l'exécution de la commande, le fournisseur accusera réception, tout en demandant au client de lui donner le détail manquant.

Si la commande ne peut être exécutée sans réserves, le fournisseur en informera immédiatement le client qui pourra soit accepter les modifications, soit annuler sa commande.

Si le fournisseur ne peut pas livrer les articles commandés, il essaiera, par une contre-proposition, d'intéresser le client à des produits semblables.

Si le fournisseur n'est pas du tout en mesure d'exécuter la commande, il en avisera tout de suite le client, tout en expliquant les raisons du refus.

Si la commande n'est exécutée qu'au bout d'un certain délai, le fournisseur en accusera également réception. (Ilgenfritz & Sachs 1974: 63.)

Tatsächlich ist dieser Briefftyp in Ratgebern zur französischen Korrespondenz durch häufige Musterbriefe vertreten, zum Beispiel:

Accusé de réception d'une commande.

Monsieur,

Nous sommes en possession de votre lettre du 17 courant et vous remercions de la commande que vous avez bien voulu nous passer.

Les marchandises seront expédiées, selon vos instructions, en grande vitesse et vous les recevrez sans doute avant la fin de la semaine.

[...]

Nous sommes très heureux d'entrer en relations d'affaires avec vous et espérons que vous aurez toute satisfaction de ce premier envoi. Soyez assuré que par la suite nous ferons tous nos efforts, aussi bien en ce qui concerne la fabrication que l'expédition, pour justifier la confiance que vous nous accordez.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur, nos salutations empressées.

(Chauffurin 1954: 306f.)

In Finnland scheint – zumindest herkömmlich – die entsprechende Kommunikationshandlung unüblich zu sein. Eine mögliche Erklärung liefert Widén, wenn er ausbleibende Antworten finnischer Kommunikationspartner – mündlich und schriftlich – dadurch begründet,

[...] daß der Finne nicht gewohnt ist, seine Denkarbeit zum Ausdruck zu bringen. Er denkt über die Antwort nach, vergißt aber darüber zu zeigen, daß er die Frage verstanden hat. Er will erst das fertige Produkt bringen. [...] Der deutsche Anfragende will eine Bestätigung bekommen, daß sein Brief überhaupt angekommen ist, wogegen der Finne erst mit fertigen Resultaten kommen will und erst dann antwortet, wenn er seines Erachtens auch etwas mitzuteilen hat. (Widén 1985: 168.)

Der geringe Stellenwert von Textsorten wie "Zwischenbescheid" und "Eingangsbekräftigung" in der finnischen Handelskorrespondenz wäre somit völkerpsychologisch gedeutet, sofern hier nicht das gängige Stereotyp vom "Silent Finn" (cf. Lehtonen & Sajavaara 1985) als Motiv überstrapaziert wird. Eher könnte man an unterschiedliche rhetorische Traditionen und anders entwickelte Konventionen des Kanzleistils denken.

Auf jeden Fall ist es wichtig, solche Unterschiede im internationalen Wirtschaftsverkehr genau zu kennen. Ansonsten wird man auf der einen Seite als überflüssige Geschwätzigkeit und auf der anderen Seite als unhöfliches Versäumnis deuten, was schlicht nur nationale Konventionen der Handelskorrespondenz, also interkulturelle Unterschiede sind. Je mehr exportiert wird, je mehr – mit einem modischen Schlagwort – der Warenaustausch "globalisiert" wird, umso mehr ist mit einer Angleichung solcher Konventionen zu rechnen.

2.2 Werbeorientierte Produktpräsentation

Interkulturelle Unterschiede im Wirtschaftsbereich zeigen sich besonders deutlich im Bereich der Konsumtion. Hier zeigen sich am ehesten nationale Gewohnheiten und Traditionen, Verbraucherwünsche und Bedürfnisse. Trotz internationaler Nivellierung zeigen sich in den Bereichen von Essen und Trinken, Wohnungseinrichtung, Urlaubspräferenzen, Freizeitgestaltung etc. noch immer beträchtliche kulturelle Unterschiede. Produzenten stellen sich auf nationale Nachfrage und Bedürfnisse ein. So weiß man z.B., daß landwirtschaftliche Erzeuger Tomaten in einzelne Zielländer in je unterschiedlicher Größe, Form (rund, länglich), Farbe und Konsistenz exportieren. Auch das Kommunikationsverhalten zwischen Anbieter und Käufer kann interkulturell variieren. Der Anbieter muß sich sprachlich auf pragmatische Kontraste einstellen und seine Texte (Verkaufsangebote, Werbung, Mailings, Produktpräsentation) entsprechen gestalten.

Auf einige Unterschiede soll an je einem deutschen, finnischen und französischen Beispiel von Produktangeboten hingewiesen werden (Texte 1 – 3 im Anhang). Es handelt sich jeweils um Seiten aus Prospekten, mit denen Kaufhäuser als Zeitungsbeilage, Postwurfsendung oder durch einen Verteildienst regional werben. Natürlich bestehen viele interlinguale Gemeinsamkeiten. Es handelt sich um multimediale Texte, in denen neben verbalen Textteilen Produktabbildungen und farbige Elemente eine große Rolle spielen. Da es sich bei den präsentierten Produkten um aktuelle Angebote handelt, werden die Preisangaben groß und typographisch auffällig herausgestellt. Der verbale Textteil ist überwiegend auf die Produktbezeichnungen und von Fall zu Fall auf Mengenangaben beschränkt. Neben solchen textsortenbedingten Übereinstimmungen gibt es jedoch auch interkulturelle Kontraste.

Das französische Beispiel enthält über die Produktbeschreibung hinaus werbende Elemente. Argumentiert wird mit handwerklicher Herstellung des Produktes (*préparations artisanales*), mit Geschichte und Tradition (*capitale historique, à l'ancienne, dans la meilleure tradition*) und mit regionaler Verwurzelung (*au cœur du Béarn, spécialités régionales, terroir*). Außerdem wird auf den Sammlerwert der Verpackung (*boîte de fer de collection*) und auf Auszeichnungen des Produkts (*médaille de bronze*) hingewiesen. Mit diesen Argumentationsstrategien geht der Anbieter auf Erwartungshaltungen und Wünsche des

französischen, insbesondere des großstädtischen Pariser Verbrauchers ein. Regionale Spezialitäten mit traditionellen Bildmotiven und ausgefallener Verpackung sind bei diesen Konsumenten gefragt. Sprachlicher Textteil und non-verbaler Textteil sind adressatenspezifisch und kulturgebunden eingesetzt.

Im finnischen Textbeispiel fällt die für Werbebotschaften in Finnland charakteristische Personalisierung auf. Eine Firmenangehörige aus dem betreffenden Produktbereich tritt als Anbietende auf. Sie ist mit vollem Namen genannt und durch ihr Foto ikonisch präsent. Außerdem wendet sie sich in "wörtlicher Rede" (schriftlich durch Anführungszeichen angedeutet) an die potentiellen Konsumenten. Der Werbetext ist also in diesem Textteil personalisiert und dialogisiert.

Eine solche Adressatenorientierung ist in vergleichbaren deutschen Texten selten. Im deutschen Textbeispiel dominiert die Produktorientierung. Auch im französischen Marketing zeigt sich in den letzten Jahren die Tendenz, nicht Angebot und Verkauf, sondern eher den *service après-vente* zu personalisieren.

Als zusätzliche Dienstleistung bietet der finnische Text ein ausführliches Küchenrezept für die Verwendung der angebotenen Produkte an. Dieser in Finnland häufige adressatenorientierte Service würde von französischen Verbrauchern wahrscheinlich als überflüssig aufgefaßt.

2.3 Technische Dokumentation: Montageanleitungen und Gebrauchsanweisungen

Zu einem in der Praxis der Wirtschaftskommunikation häufigen und wichtigen Bereich gehören produktbegleitende Texte der "technischen Dokumentation". Hierzu gehören Textsorten wie "Montageanleitung", "Gebrauchsanweisung" (für Verbraucher bestimmt), "Betriebsanleitung" (für den Kundendienst bestimmt), "Software-Manuale" etc. Für die Kontrastive Linguistik sind solche Texte interessant, als sie häufig für den Export übersetzt werden – und dies häufig sehr schlecht, oft sinnstörend. Sie sind also eine ergiebige Quelle für die Übersetzungskritik. Sie zeigen aber auch einige markante interkulturelle Unterschiede.

Die finnischen Texte sind signifikant mit non-verbalelementen illustriert (Texte 4 und 5 im Anhang). In deutschen und überwiegend auch in französischen Texten wird – falls es

überhaupt Abbildungen gibt – meistens nur das skizzenhaft schematisierte Objekt mit Kennzeichnung der wichtigsten Bauteile bildlich wiedergegeben (vgl. Texte 6 und 7).

In finnischen Montageanleitungen dominiert eindeutig der non-verbale Teil; gelegentlich kommen solche Anleitungen ganz ohne verbale Elemente aus. Üblicherweise werden die Montageschritte in einzelne Sequenzen zerlegt, wobei erforderliche Tätigkeiten mit Hilfe eines leicht verständlichen semiotischen Codes vermittelt werden. Hierzu gehören vor allem Pfeile, die z.B. Richtung und Drehbewegung symbolisieren. Ein weiterer Code ist die Technik des Durchkreuzens (siehe Text 5), wodurch zu vermeidende Tätigkeiten demonstriert werden. In der Gebrauchsanweisung für eine elektrische Kochplatte wird dadurch verdeutlicht, welche Topfformen ungeeignet sind und daß Überkochen zu vermeiden ist.

Solche in finnischen Texten üblichen Aussagen, welche Tätigkeiten *nicht* auszuführen sind, tauchen in deutschen und französischen Äquivalenten selten auf. Allenfalls gibt es Anmerkungen – in verbaler Form – am Textende vom Typ:

”Achtung! Nicht am offenen Feuer verwenden!”

Warum in instruktiven Textsorten im Finnischen signifikant häufig Zeichnungen verwendet werden, läßt sich lediglich durch Hypothesen ausdrücken (vgl. Spillner 1996: 131-134). Dabei kann die Abbildung den verbalen Textteil illustrieren; die sprachlichen Elemente können aber auch lediglich als Stütze der non-verbalen Information dienen bzw. dann als Überbrückung ”einspringen”, wenn Sachverhalte nicht non-verbal wiedergegeben werden können.

Welches auch die Ursachen für die interkulturellen Kontraste sein mögen: in der internationalen Wirtschaftskommunikation sind sie unbedingt zu beachten, wenn Gebrauchsanweisungen und Betriebsanleitungen für den zielsprachigen Konsumenten adressatengerecht formuliert und gestaltet werden sollen.

Ein letztes Beispiel (Text 8) zeigt besonders charakteristisch die multimediale Gestaltung finnischer Gebrauchsanweisungen. Da es sich dabei um eine Anleitung zur Weinherstellung aus Obst handelt, dürften vergleichbare Texte im deutschen und französischen Sprachraum kaum zu finden sein. Aus vielerlei Gründen (Klima, Entfernung zum nächsten

Lebensmittelgeschäft, gesetzliche Vorgaben, Preispolitik etc.) ist es in Finnland traditionell üblich, selbst Brot zu backen, "Hausbier" zu brauen, aus Äpfeln in Heimarbeit eine Art Wein zu gären etc. In Frankreich und Deutschland waren Weintrauben von jeher problemlos erhältlich, und Wein wurde und wird überall preiswert verkauft. In Finnland war dies traditionell nicht der Fall. Denkbar ist allerdings, daß mit der Zugehörigkeit zur Europäischen Union die überkommene Freude an der heimischen Weinzubereitung nach und nach zurückgeht.

Bislang werden überall noch Gärutensilien verkauft. Mitgeliefert wird die Anleitung zur Weinherstellung. Charakteristisch sind die sequentielle Zerlegung der Handlungsanweisung in einzelne, episodisch erläuternde Arbeitsschritte (Durchnumerierung) und die semiotisch multimediale Visualisierung durch Gerätschaften und comicartige Figuren. Der Prozeß der Weinherstellung wird dadurch personalisiert; die Handlungsanleitung erfährt eine filmisch-sequentielle Inszenierung. Typisch ist auch, daß die Bildelemente des Textes keineswegs ein visualisierendes Supplement des verbalen Textteils sind. Vielmehr werden wichtige Textinformationen des sprachlichen Textteils mit anderen semiotischen Mitteln auch im non-verbalen Teil ausgedrückt: Tätigkeiten (z.B. Hinzugeben, Hineingießen, Gären, Umrühren, Abfüllen, Verkosten), Gegenstände (z.B. Äpfel, Gefäße, Kocher, Schlauch), Zeitangaben (z.B. Wartezeit, angedeutet durch Kalenderblätter), numerische Daten (z.B. 25°, 25 Liter, 1 Stunde). Dadurch bekommt die Gebrauchsanweisung einen hohen Grad an Redundanz.

In vergleichbaren französischen Textbelegen haben die Illustrationen weniger dokumentarischen als vielmehr comicartig illustrierenden Charakter. In deutschen Gebrauchsanweisungen sind ähnlich didaktisierende multimediale Formen wie im Finnischen kaum üblich.

3. Textuelle Interkulturalität im internationalen Warenverkehr

Trotz internationaler Standardisierung sind im Bereich der Wirtschaftskommunikation insbesondere im Bereich der Konsumenteninformation beträchtliche Unterschiede zu erkennen. Sie lassen sich vor allem dann erkennen, wenn unterschiedliche, zum Teil von nationaler Rhetorik geprägte Textsortenkonventionen bestehen oder wenn auf unterschied-

liche Mittel der Adressatenansprache und der Popularisierung rekuriert wird. Solche Unterschiede sind für die Kontrastive Pragmatik von Interesse. Solange im internationalen Warenaustausch keine vollständige Nivellierung stattgefunden hat, besteht auch ein praktisches Interesse für Export und Import. Die Wirtschaft hat sich bei Geschäftsverhandlungen, in der Handelskorrespondenz, für die Produktpräsentation, zum Zweck der Werbung und im Hinblick auf die Technische Dokumentation auf solche interkulturellen Unterschiede einzustellen.

4. Literatur

- Agard, Frederick B. & Robert J. Di Pietro (1965). *The Grammatical Structures of English and Italian*. Chicago: University of Chicago Press.
- Agard, Frederick B. & Robert J. Di Pietro (1965). *The Sounds of English and Italian*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bloch, Brian (1996). The Language-Culture Connection in International Business. *Foreign Language Annals* 29, 27-36.
- Briese-Neumann, Gisa (1995). *Geschäftliche Briefe*. Niedernhausen (Taunus): Falken.
- Chaffurin, Louis (1954). *Le parfait secrétaire. Correspondance usuelle, commerciale et d'affaires*. Paris: Larousse.
- Clyne, Michael (1987). Cultural differences in the organization of academic texts. *Journal of Pragmatics* 11, 201-238.
- Galtung, Johan (1983). Struktur, Kultur und intellektueller Stil. Ein vergleichender Essay über sachsenische, teutonische, gallische und nipponische Wissenschaft. In: *Leviathan* 1, 303-338.
- Gnutzmann, Claus & Hermann Oldenburg (1991). Contrastive Text Linguistics in LSP-Research: Theoretical Considerations and some Preliminary Findings. In: *Subject-oriented Texts. Languages for Special Purposes and Text Theory*, 103-136. Ed. Hartmut Schröder. Berlin, New York: Walter de Gruyter.
- Graham, J.L. (1980). *Cross-cultural sales negotiations. A multi-level analysis*. Ph.D. Diss. Berkeley.
- Halmari, Helena (1993). Intercultural Business Telephone Conversations: A Case of Finns vs. Anglo-Americans. *Applied Linguistics* 14, 408-430.
- Hartmann, Reinhard R.K. (1980). *Contrastive Textology. Comparative Discourse Analysis in Applied Linguistics*. Heidelberg: Groos.
- Ilgenfritz, Peter & Rudolf Sachs (1974). *Correspondance commerciale. Einführung in die moderne französische Handelskorrespondenz*. Zweite Auflage. München: Max Hueber.

- Kufner, Herbert L. (1962). *The Grammatical Structures of English and German*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lehtonen, Jaakko & Kari Sajavaara (1985). The Silent Finn. In: *Perspectives on Silence*, 193-201. Eds. Deborah Tannen & Muriel Saville-Troike. Norwood (N.J.): Ablex.
- Messing, Ewald E.J. (1928). Methoden und Ergebnisse der wirtschaftssprachlichen Forschung. In: *Actes du premier congrès international de linguistes à La Haye, du 10-15 avril 1928*, 140-142. Leiden: Sijthoff.
- Messing, Ewald E.J. (ed.) (1932). *Zur Wirtschafts-Linguistik. Eine Auswahl von kleineren und größeren Beiträgen über Wert und Bedeutung, Erforschung und Unterweisung der Sprache des wirtschaftlichen Verkehrs*. Rotterdam: Nijgh U. van Ditmar.
- Morgenroth, Klaus & Claudie Villard (1992). *Traduction comparée du français et de l'allemand. Textes économiques*. Paris: Masson.
- Moulton, William G. (1962). *The Sounds of English and German*. Chicago: University of Chicago Press.
- Piitulainen, Marja-Leena (1993). Die Textstruktur der finnischen und deutschsprachigen Todesanzeigen. In: *Fachtextpragmatik*, 141-186. Hrsg. Hartmut Schröder. Tübingen: Narr.
- Régent, Odile (1980). Approche comparative des discours de spécialité pour l'entraînement à l'anglais écrit. In: *Mélanges pédagogiques*, 117-135. Ed. CRAPEL. Nancy: CRAPEL.
- Reinert-Schneider, Gabriele (1997). *Korrespondenz heute. Band 2. Anleitungen und Musterbriefe für geschäftliche Anlässe*. Augsburg: Weltbild.
- Reiss, Katharina (1977/78). Textsortenkonventionen. Vergleichende Untersuchung zur Todesanzeige. *Le Langage et l'homme* 35-36, 60-68.
- Rossenbeck, Klaus (1987). Interkulturelle Kommunikation im Bereich der Wirtschaftsbeziehungen zwischen Schweden und den deutschsprachigen Ländern. *Moderna Språk* 3, 213-222.
- Schmitt, Peter Axel (1995). Warnhinweise in deutschen und englischen Anleitungen: Ein interkultureller Vergleich. *Fremdsprachen Lehren und Lernen* 24, 197-222.
- Schröder, Hartmut (1987). Kontrastive Textanalysen. Ein Projekt zur Erforschung des Zusammenhangs von Diskurs, Kultur, Paradigma und Sprache in argumentativen Fachtexten der Gesellschaftswissenschaften. *Finlance. The Finnish Journal of Language and Language Teaching* 6, 145-173.
- Schröder, Hartmut (1991). Linguistic and Text-theoretical Research on Languages for Special Purposes. A thematic and biographical guide. In: *Subject-oriented Texts. Languages for Special Purposes and Text Theory*, 1-48. Ed. Hartmut Schröder. Berlin, New York: Walter de Gruyter.
- Siebenschin, Hugo (1936). *Abhandlungen zur Wirtschaftsgermanistik*. Prag: Orbis.
- Spillner, Bernd (1971). Ansätze zu einer kontrastiven Semantik. Untersuchungen am Beispiel deutscher und französischer Verbalphrasen. In: *Grammatik – Kybernetik –*

- Kommunikation. Festschrift für Alfred Hoppe*, 76-95. Hrsg. Klaus Günther Schweisthal. Bonn: Dümmler.
- Spillner, Bernd (1971a). *Kontrastive Semantik: Inhaltfaktorenvergleich und Übersetzung. IRAL-Sonderband. Kongreßberichte der 2. Jahrestagung der Gesellschaft für angewandte Linguistik GAL e.V.*, 35-41.
- Spillner, Bernd (1978). Kontrastive Pragmatik. In: *Proceedings of the Twelfth International Congress of Linguistics. Vienna, August 28 – September 2, 1977*, 705-708. Eds. Wolfgang U. Dressler & Wolfgang Meid. Innsbruck: Institut für Sprachwissenschaft der Universität Innsbruck.
- Spillner, Bernd (1981). Textsorten im Sprachvergleich. Ansätze zu einer Kontrastiven Textologie. In: *Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft. Akten des Internationalen Kolloquiums Trier/Saarbrücken, 25.-30.9.1978*, 239-250. Hrsg. Wolfgang Kühlwein; Gisela Thome & Wolfgang Wilss. München: Fink.
- Spillner, Bernd (1986). Aspects contrastifs d'une pragmatique textuelle. In: *Actes du XVIII^e Congrès International de Linguistique et de Philologie Romanes. Université de Trèves 1986, tome V*, 373-382. Ed. Dieter Kremer. Tübingen: Niemeyer.
- Spillner, Bernd (1992). Textes médicaux français et allemands. Contribution à une comparaison interlinguale et interculturelle. *Langages* Nr. 105, 42-65.
- Spillner, Bernd (1996). Interlinguale Stilkontraste in Fachsprachen. In: *Stil in Fachsprachen*, 105-137. Hrsg. Bernd Spillner. Frankfurt am Main et al.: Lang.
- Spillner, Bernd (1997). Methoden des interkulturellen Sprachvergleichs. Kontrastive Linguistik, Paralleltextanalyse, Übersetzungsvergleich. In: *Kulturtransfer im Epochenumbruch. Frankreich – Deutschland 1770 bis 1815*, 103-130. Hrsg. Hans-Jürgen Lüsebrink & Rolf Reichardt. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag.
- Stockwell, Robert P.; J. Donald Bowen & John W. Martin (1965). *The Grammatical Structures of English and Spanish*. Chicago: University of Chicago Press.
- Stockwell, Robert P. & J. Donald Bowen (1965). *The Sounds of English and Spanish*. Chicago: University of Chicago Press.
- Vancura, Z. (1936). The study of the language of commerce. *Travaux du Cercle Linguistique de Prague* 8, 159-164.
- Villard, Claudie (1993). Vergleichende Übersetzung am Beispiel deutsch-französischer Wirtschaftstexte. In: *Methoden der Fachsprachendidaktik und -analyse. Deutsche Wirtschafts- und Wissenschaftssprache*, 119-136. Hrsg. Klaus Morgenroth. Frankfurt am Main et al.: Lang.
- Widén, Pertti (1985). Interkulturelle Verständigung am Beispiel finnisch-deutscher Kommunikation. *Lebende Sprachen* 20, 167-170.

5. Anhänge

Anhang 1: Textbeispiele 1 bis 3

Text 1

Anhang 1: Text 2

Anhang 1: Text 3

Anhang 2: Textbeispiele 4 und 5

Text 4:1

Anhang 2: Text 4: 2

Anhang 2: Text 5

Anhang 3: Textbeispiele 6 und 7

Text 6

Anhang 3: Text 7

Anhang 4: Textbeispiel 8