

ACTA FACULTATIS PHILOSOPHICAE
UNIVERSITATIS OSTRAVIENSIS



UNIVERSITY
OF OSTRAVA

STUDIA GERMANISTICA

Nr. 24/2019



Recenzní rada/

Rezensionsrat:

Doc. Mgr. Hana Bergerová, Dr. (Univerzita J. E. Purkyně v Ústí n. L.)
Doc. Mgr. Renata Cornejo, Ph.D. (Univerzita J. E. Purkyně v Ústí n. L.)
Univ.-Prof. Dr. Peter Ernst (Universität Wien)
Prof. PhDr. Ingeborg Fialová, Dr. (Univerzita Palackého v Olomouci)
Dr. Renate Fienhold (Universität Erfurt)
Univ.-Prof. Dr. Wynfrid Kriegleder (Universität Wien)
Doc. PhDr. Jiřina Malá, CSc. (Masarykova univerzita v Brně)
Mgr. Martin Mostýn, Ph.D. (Ostravská univerzita)
Doc. PhDr. Karsten Rinas, Dr. (Univerzita Palackého v Olomouci)
Prof. Dr. Johannes Schwitalla (Universität Würzburg)
Doc. PhDr. František Štícha, CSc. (Ústav pro jazyk český AV ČR)
Mgr. Miroslav Urbanec, Ph.D. (Slezská univerzita v Opavě)
Doc. PhDr. Marie Vachková, Ph.D. (Univerzita Karlova v Praze)
Doc. et doc. Mgr. Iveta Zlá, Ph.D. (Ostravská univerzita)
Prof. PhDr. Iva Zündorf, Ph.D. (Masarykova univerzita v Brně)

Vědecká redakce/

Wissenschaftliche Redaktion:

Dr. Horst Ehrhardt (Universität Erfurt)
Prof. Dr. Mechthild Habermann (Universität Erlangen/Nürnberg)
Prof. Dr. hab. Marek Hałub (Uniwersytet Wrocławski)
Prof. Dr. Wolf Peter Klein (Universität Würzburg)
Prof. PhDr. Jiří Munzar, CSc. (Masarykova univerzita v Brně)
Prof. PhDr. Lenka Vaňková, Dr. (Ostravská univerzita)
Prof. Dr. DDDDr. h. c. Norbert Richard Wolf (Universität Würzburg)
Doc. PhDr. Pavla Zajícová, Ph.D. (Ostravská univerzita)

Výkonná redakce/

Verantwortliche Redakteure:

Prof. PhDr. Lenka Vaňková, Dr.
Prof. Dr. DDDDr. h. c. Norbert Richard Wolf

Technická redakce/

Technische Redaktion:

Mgr. Martin Mostýn, Ph.D.
MgA. Helena Hankeová

Obálka/Umschlag: Mgr. Tomáš Rucki

Časopis je zařazen do mezinárodních databází ERIH Plus a EBSCO.

Die Zeitschrift ist in den internationalen Datenbanken ERIH Plus und EBSCO registriert.

The journal is included on the international databases ERIH Plus and EBSCO.

© Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2019

ISSN 1803-408X (print)

ISSN 2571-8273 (online)

**ACTA FACULTATIS PHILOSOPHICAE
UNIVERSITATIS OSTRAVIENSIS**



**UNIVERSITY
OF OSTRAVA**

STUDIA GERMANISTICA

Nr. 24/2019

Anglizismen in der Rubrik Wirtschaft der deutschen Tagespresse: Hilfe für Übersetzer oder Hürde für Leser?

Veronika BISKUPOVÁ, Milan PIŠL

Abstract

Anglicisms in the Economics Sections of the German Daily Press: Help for the Translator or Hindrance for the Reader?

The aim of this study is to examine economic terminology using the terminology database developed in the e-learning platform Moodle. The focus is on English terms from the daily press, their current position in German and Czech, and also on different equivalence types in their translation. Using digital reference works (Duden online, Management Mania, the English-German-Czech specialist dictionary Magnus Expert), the definitions and translations were searched for and interpreted, and the selected terms subsequently categorized into groups. It is shown that the terminology database in Moodle is not a well-studied source for lexicographical, translational and general linguistic research, although it offers a wide range of different Internet-based methodological approaches.

Keywords: Daily Press, Business Terms, Anglicisms, Database, Moodle

1. Einleitung und Fragestellung

Dass die zunehmende Internationalisierung der Wirtschaft die Verwendung von englischen Fachtermini¹ extrem erhöhte, ist heutzutage eine Norm, wobei sich sowohl die Leser als auch die Übersetzer mit einer breiten Palette von Anglizismen auseinandersetzen müssen.² Diese Auseinandersetzung führt zur Erkenntnis, dass die Ausdrücke englischer Herkunft aus der heutigen Welt der Wirtschaft und Medien kaum wegzudenken sind. Diese Auffassung vertritt auch die vorliegende Studie und auch die aktuelle Forschung am Lehrstuhl für Germanistik in Ostrava.³

¹ Obwohl es unterschiedliche Auffassungen gibt (vgl. Kalverkämper 1985, Mast 2003 u. a.), verwendet diese Studie die Bezeichnungen „Fachwort“ und „Terminus“ bzw. „Fachterminus“ als volläquivalente Synonyme.

² Mit dem Thema Anglizismen haben sich die Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen sowohl im Deutschen (Viereck 1980, Yang 1990, Dewald 2008, Eisenberg 2018) als auch im Tschechischen (Svobodová 1999, Nekula 2005, Dorner 2010) beschäftigt.

³ Es handelt sich um den internen studentischen Wettbewerb der Philosophischen Fakultät und thematisch hängt es auch mit der Forschungstätigkeit des Zentrums für Fachsprachenforschung (CVOJ) zusammen. Das Ziel ist zu untersuchen, wie die deutschen und tschechischen Leser der Tagespresse mit Fachwörtern umgehen können. (mehr dazu unter URL 2).

Englisch hat sich zur globalen Fachsprache etabliert, besonders in Fachbereichen wie Wirtschaft, IT, Tourismus, int. Politik, Technik, soz. Medien oder Wissenschaft, und wird unter Fachleuten aus verschiedenen Ländern immer häufiger gesprochen (vgl. Dewalt 2008:12). Diese Entwicklung, die aus dem Englischen die zeitgenössische Lingua Franca machte, bewirkt, dass man ohne entsprechende Englischkenntnisse nicht nur während einer mündlichen Verhandlung, sondern auch beim Lesen der Tagespresse bzw. bei der Übersetzungstätigkeit in Bedrängnis gerät. Die moderne Zeit zeigt, dass man vor allem in der Geschäftssphäre und in der Wirtschaftswelt ohne fundierte Englischkenntnisse auf Schwierigkeiten stoßen kann. Deutsch, und heutzutage auch Tschechisch, übernehmen viele englische Fachwörter, die in einer neuen Perspektive eintreten und neue Eigenschaften von Termini mit sich liefern (vgl. Vaňková 2017:62) – und die Fachtermini in der Tagespresse⁴ stellen keine Ausnahme dar. Die Wirtschaftsjournalisten haben häufig mit Anglizismen zu tun, leider ohne sie adäquat zu übersetzen oder sinnvoll zu erklären. Die allgemeine Verwendung englischer Fachtermini in der Wirtschaftswelt bringt logischerweise auch Vorteile mit sich, da Verständnisschwierigkeiten und Bedeutungsunterschiede minimiert werden können (vgl. URL 1). Ist es aber tatsächlich so? Heutzutage sieht es so aus, dass es eine Reihe von Bezeichnungen vornehmlich im Wirtschaft-, Computer- und Kommunikationsbereich gibt, die nicht übersetzt werden. Sie müssen nicht mehr erklärt und übertragen werden, weil ihr Bekanntheitsgrad hoch ist. Es handelt sich um fachsprachliche Internationalismen, die in der jeweiligen Sprache als geeignete textlinguistische und kommunikativ-pragmatische Elemente (vgl. Kalverkämper 1985:155), also Fachtermini dienen. Es gilt hier als Voraussetzung, dass die Öffentlichkeit diese Fachwörter versteht: *Design, Laptop, Mailbox, Sponsoring, Workshop* u. v. a. Es gibt jedoch eine weitere Reihe von englischen Termini, die nicht eindeutig zu Sprachelementen zugeordnet werden können, die die breiten Massen der (auch älteren) Leser nicht verstehen. Man muss damit klarkommen, dass nicht alle Menschen über entsprechendes Fremdsprachenvermögen und gleichen Wissensstand verfügen (vgl. Frühbrodt 2013:18). Und können die Wirtschaftsjournalisten erwarten, dass alle wissen, dass zu Beginn einer Sitzung oft ein *Brainstorming* stattfindet, oder dass man mit einem *Kick Off* den Stein einer Diskussion ins Rollen bringt, bzw. dass *Briefing* eine kurze Zusammenfassung ist und *Feedback* eine Beurteilung oder Rückmeldung bezeichnet?

Diese Studie setzt in Bezug auf die Fachwörter in der Tagespresse einen heterogenen Leserkreis voraus. Eine weitere Gruppe, für die ein sicherer Umgang mit wirtschaftlichen Termini relevant ist, sind die Übersetzer und Übersetzerinnen, denn die Wirtschaftstexte gehören zu den meist übersetzten Textsorten (vgl. URL 3). Wie schaut also die Verwendung von Anglizismen in der Tagespresse aus, vor allem in Hinsicht auf ihre Erfassung in Lexika bzw. Nachschlagewerken? Sind sie im Sprachsystem des Deutschen schon so fest verwurzelt, dass hier die Problematik der Äquivalenz beim Übersetzen keine Rolle mehr spielt? Oder werden sie von den Journalisten zwar verwendet, aber ihre Bedeutung unterliegt einer Erklärung oder Bedeutungspräzisierung? Und werden die Anglizismen in den lexikographischen Nachschlagewerken vollständig – d. h. mit relevantem Kontext, sauberer Definition und Äquivalenten auf Deutsch bzw. Tschechisch – behandelt? Wir möchten zusammenfassend an die oben genannten Fragestellungen anknüpfen und auch die Frage behandeln, ob die Nutzung von Anglizismen in journalistischen Texten als Hilfe oder eher als Hürde empfunden werden können.

2. Methodologie und Korpusbeschreibung

Diese Untersuchung geht von der Datenbank der Fachwörter aus, die im Rahmen des SGS-Projektes⁵ am Lehrstuhl für Germanistik an der Universität Ostrava entstand. Das Projekt erörtert u. a.,

4 Unter der Bezeichnung „Tagespresse“ sind im Rahmen dieser Studie vor allem die gedruckten Zeitungen gemeint, wobei diese Benennung in großem Maße auch für Online-Nachrichten und digitale Informationsverbreitung in der zeitgenössischen Internetwelt gilt (mehr dazu Mast 2003 u. a.).

5 Das Projekt heißt „Das Fachwort in der Tagespresse“ und setzt sich zum Ziel, die Termini in der ausgewählten Tagespresse und den damit zusammenhängenden Wissenstransfer aus unterschiedlichen (linguistischen, translationalen, ver-

in welchem Maße die Fachwörter in der Tagespresse vertreten sind. Zu diesem Zweck wurde eine Datenbank entworfen, getestet und erstellt, die auf der E-Learning Plattform Moodle⁶ betrieben wird. Einzelne Dateneinträge wurden nach ausgewählten sprachwissenschaftlichen Kategorien (wie Wortart, Fachbereich, Fähigkeit, Komposita zu bilden usw.) sortiert und mit zahlreichen anderen für das Projektvorhaben relevanten Angaben⁷ versehen. Die Datenbank in Moodle hat sich bei dieser Erforschung als sinnvoll erwiesen, weil man einzelne Schritte der linguistischen Analyse auf der lexikographischen und translologischen Ebene der Sprache extra behandeln und steuern kann. Dies ermöglicht die Kategorisierung des Sprachmaterials nach unterschiedlichen Kriterien (qualitativ, quantitativ) und unter Mitberücksichtigung von verschiedenen Aspekten (z. B. Verständlichkeit, Kontextualisierung, Übersetzungsäquivalenz). Die Gesamtmenge der eingetragenen Termini und die vom Anfang an klare und durchdachte Einstellung⁸ der elektronischen Datenbank eröffnen viele Wege für weitere Erforschungen.⁹

Die Datenbank wurde aus den Fachwörtern von je vier gedruckten Ausgaben zweier Zeitungen – der Süddeutschen Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung – erstellt. Die Auswahl von Fachtermini wurde persönlich gemacht.¹⁰ Die gesamte Anzahl von eingetragenen und verarbeiteten Fachausdrücken erreichte 1285 Einträge. Im weiteren Schritt wurden bezüglich dieser Studie alle Anglizismen bzw. Fremdwörter mit englischer Herkunft herausortiert, und diese Sub-Datenbank erreichte eine Gesamtzahl von ca. 350 solcher Fachwörter. Anschließend werden die nach im Kapitel 5 formulierten Kriterien¹¹ ausgewählten Anglizismen herausortiert und aus der deutschen und tschechischen konfrontativen und translologischen Perspektive analysiert und kategorisiert. Dafür wurden folgende Hilfsmittel und Nachschlagewerke eingesetzt: Wörterbuch Duden online,¹² Webseite für Marketing Management Mania,¹³ Englisch-Deutsches-Tschechisches digitales

ständigkeitsorientierten) Perspektiven zu untersuchen. Die Daten im Forschungskorpus stammen aus der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und der Süddeutschen Zeitung, wobei auch zahlreiche elektronische Vergleichskorpora (DeReko, Tschechischer Nationalkorpus usw.) und Nachschlagewerke (Duden online, DWDS, Wirtschaftslexikon Gabler) oder Fachwörterbücher (Magnus oder PONS) verwendet werden. Die Datenbank wurde mithilfe der E-Learning-Plattform Moodle erstellt und ist unter URL 4 zugänglich.

⁶ Ausführliche Beschreibungen und Funktionalitäten der weltweit verbreiteten E-Learning Plattform Moodle sind unter URL 5 zu finden.

⁷ Damit sind vor allem quantitatives und qualitatives Vorkommen in unterschiedlichen Vergleichskorpora und Quellen (s. oben) gemeint, Erscheinungsbild in Fachwörterbüchern oder Textbelege und Beispielsätze aus dem Korpus.

⁸ Die Datenbank musste zuerst in Moodle angelegt und optimal eingestellt werden. Zuerst musste man den einzelnen Feldern in der Datenbank entsprechende Inhalte und auch Formen zuordnen. Die Anzahl der Felder kann jederzeit verändert werden, man kann also zur Vorlage noch weitere relevante Felder hinzufügen. Einige Felder wurden als Textfelder vorgeschlagen, wobei hier die Projektmitarbeiter und -mitarbeiterinnen die Angaben anführten (z. B. Definition des Terminus), einige Felder beinhalteten mehrere Angebote zur Auswahl (z. B. Zuordnung zur Wortart oder zum Fachbereich) und einige Felder weisen einfache JA-NEIN-Entscheidungen auf (z. B. ob das Wort im Lexikon oder Wörterbuch vorkommt). Alle Felder zusammen bilden eine Vorlage für den jeweiligen Terminus, wobei diese Vorlage (oder auch Schablone genannt) in der Datenbank entweder ausführlich oder nur mit ausgewählten Angaben abgebildet werden kann.

⁹ Die Erfahrungen mit Moodle lieferten folgende Forschungsthemen: Terminologische Glossare für Übersetzen und Dolmetschen, effektive Didaktisierung der Gruppenarbeit im Fremdsprachenunterricht, linguistische und translologische korpus- und datenbankorientierte Untersuchungen usw., weitere Beispiele und didaktische Konzepte sind unter URL 5 zu finden.

¹⁰ Die automatische Abstrahierung und Identifizierung von Termini aus dem Text ist zwar technisch möglich (vgl. URL 3), aber immer noch weist viele Probleme und Mängel auf. Es stellt eines der zentralen Probleme bei der Suche nach geeigneten Methoden und Instrumenten des automatischen Erfassens von Fachwörtern in großen Korpora dar (vgl. Šrajerová 2009). Die Fachwörter wurden der Woche vom 7. bis 11. März 2016 entnommen.

¹¹ Ausführliche Kriterien für qualitative und quantitative Kategorisierung von Anglizismen für linguistische Untersuchungen (Häufigkeit, Verteilung im Wortschatz usw.) gibt es bei Eisenberg (2018:111).

¹² Zugänglich unter URL 6.

¹³ Das Internetportal Management Mania ist ein professionelles Fachnetzwerk für Wirtschaft. Es definiert sich als ein Ökosystem für Firmen, Fachleute, Geschäftsleute und Akademiker, die an einem Ort nützliche Informationen aus der Businesssphäre erhalten können. Das Portal verfügt über direkte Verbindungen mit sozialen Medien (Facebook, LinkedIn) und bildet somit eine Manager-Kommunität mit ca. 180 000 Aufrufen täglich, zugänglich unter URL 7.

Fachwörterbuch Magnus,¹⁴ Wirtschaftslexikon Gabler¹⁵ und Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache.¹⁶ In der letzten Forschungsphase wurden zwei ausführliche Übersichtstabellen erarbeitet, die anschaulich demonstrieren, wie die Nachschlagewerke mit einzelnen Termini umgehen. Jetzt einige Gedanken zur Rolle von englischen Fachwörtern in beiden Sprachen.

3. Stellung von Anglizismen im Deutschen und Tschechischen

Zuerst eine Frage: Kann in der globalen Welt des 21. Jahrhunderts diese Stellung von Anglizismen im Deutschen und Tschechischen überhaupt unterschiedlich sein? Wie schon in der Einleitung erwähnt wurde, ist die Wirtschaftssphäre heutzutage so vernetzt, dass Englisch die Position einer Lingua Franca vertritt. Jedoch sollen einige allgemeine Aspekte der Verwendung von Anglizismen explizit betont werden, weil beide Sprachen zur Kohabitation von Anglizismen und muttersprachlichem Fachwortschatz gezwungen sind (vgl. Eisenberg 2018:5).

Nach der traditionellen Auffassung¹⁷ repräsentieren Anglizismen die Entlehnungen aus dem britischen und amerikanischen Englisch (vgl. Viereck 1980:11). Es sind Lexeme und Lexemverbindungen, die aus dem Englischen übernommen sind und im Deutschen systemsprachlich angeglichen werden. Dies geschieht auf der phonologischen und/oder morphologischen und/oder orthographischen Ebene des Deutschen und Tschechischen. Im Bereich der Morphologie geht es zum Beispiel um Merkmale wie das angehängte deutsche Infinitivmorphem (*interviewen*), flektierte Personalendungen (*du managest*), deutsche Pluralformen (*die Bosse*) und andere (vgl. Yang 1990:26). Ähnliche Merkmale findet man auch im Tschechischen, wo die formale Adaptation von Anglizismen auch folgende Aspekte aufweist (vgl. Svobodová 1999:167): Es erscheinen unflektierte Bezeichnungen ohne eindeutige Genuszuordnung (*der / die Image, der / das Show*), unflektierte Attribute gewöhnlich in der Präsupposition (*Business Trip, Economy Class*) oder auch Derivate mit tschechischer Flexion¹⁸ (*ratingový, emailovat*). Soweit ist das Vorkommen von Anglizismen in beiden Sprachen beinahe identisch, die Unterschiede findet man bei solchen Lexemen, denen im Tschechischen der Suffix *-ing/-ink* zusteht. Im Deutschen bleiben die Lexeme mit dem Suffix *-ing* in ihrer unveränderten Form. Die Distribution des Suffixes im Tschechischen ist unterschiedlich (vgl. Nekula 2005:267). Die tschechische Variante hat sich bei manchen Fachwörtern stabilisiert, wie z. B. *das Meeting / mítink, das Briefing / brífink*. Daneben gibt es im Tschechischen eine Reihe von nicht adaptierten Wörtern wie *Clearing, Crowdfunding* oder *Outsourcing*. Die Durchsetzung der angepassten Variante hängt vom Sprachgebrauch bzw. der Usualisierung ab.¹⁹

Es gibt unterschiedliche Gründe, warum die Stellung von Anglizismen im Deutschen anders als im Tschechischen war. Die deutsche Sprache entwickelte so, dass vor allem seit dem 20. Jahrhundert der erhöhte Einfluss des Englischen belegbar ist. Dazu haben auch zahlreiche historische und politische Ereignisse beigetragen und die Übernahme von zahlreichen Anglizismen ist auch auf

¹⁴ Es handelt sich um das größte Fachwörterbuch für Öffentlichkeit und Übersetzer im tschechischen Sprachraum, zugänglich unter URL 8.

¹⁵ Zugänglich unter URL 9.

¹⁶ Zugänglich unter URL 10.

¹⁷ Diese Auffassung ist jedoch nach neuesten Untersuchungen schon überwunden – z. B. alle Verben müssen im Deutschen flektiert werden, sie sind also in den Wortschatz systemsprachlich integriert, wobei die Kategorisierung auf Erbwörter, Lehnwörter oder Fremdwörter bald nur noch eine „lexikographische Reminiszenz“ sein wird (vgl. Eisenberg 2018:148) und eher soziologisch betrachtet werden soll, mit der Berücksichtigung der Tatsache *wem* das Wort tatsächlich fremd ist (vgl. ebd. S.16).

¹⁸ Die Motivation für die Verwendung von solchen Formen liegt einerseits im Bemühen um fachliche, passende und aktuelle Ausdrucksweise und andererseits in der Chance, Texte mit Kreativität und mit Anpassungsfähigkeit der Muttersprache sprachlich zu gestalten. (vgl. Göpferich 2019:19).

¹⁹ Vgl. die Zusammenfassung von Kriterien und Faktoren bei der Übernahme von englischen Fachwörtern ins Tschechische im Internethandbuch der Tschechischen Sprache unter URL 11.

bedeutende außersprachliche Ursachen²⁰ zurückzuführen. Des Weiteren ist Englisch zur Verhandlungssprache in internationalen Organisationen und auch zur ersten Fremdsprache weltweit geworden. Nach dem EU-Beitritt entwickelten sich beide Länder in eine ähnliche Richtung. Es haben sich auch neue Kanäle, durch die die Anglizismen sowohl ins Deutsche, als auch ins Tschechische eindringen können, geöffnet und verbreitet: zuerst das traditionelle Internet, anschließend auch soziale Medien, (oft unkritische) Prestige der englischsprachigen Kultur und Unterhaltung bzw. auch des amerikanischen *Way of Life*. (vgl. URL 1). Aus diesen Gründen haben sich die Anglizismen inzwischen so stark etabliert und kommen in beiden Sprachen so häufig vor, dass sie einen festen Bestandteil der Umgangssprache und ein unabdingbares Werkzeug der Jugendsprache bilden. Die Instrumente der Massenkommunikation und der zeitgenössische mediale Raum²¹ ermöglichen eine überraschend schnelle Verbreitung von Anglizismen und ihre Etablierung auch in der Fachsprache der Wirtschaft.²² Die frühere Prämisse, dass im Deutschen die Anglizismen überwiegen und einfacher und schneller in den (Fach-)Wortschatz übergehen (vgl. Teubert 1999:12), gilt heutzutage nicht mehr. Die aktuelle Millennial-Sprache²³ liefert zahlreiche Belege, dass auch Tschechisch fähig ist, die Fremdwörter aus dem Englischen umgehend in die Businessterminologie aufzunehmen.

Englische Fachwörter weisen einen unterschiedlichen Grad der Äquivalenz auf, wobei es vier Grundkategorien gibt.²⁴ Für diese Studie sind aber drei Sprachen relevant und es müssen die traditionellen Äquivalenzrelationen erweitert werden. Die Eins-zu-Eins-Äquivalenz, die aus der translatologischen Perspektive immer erwünscht ist (vgl. Kautz 2000:109), findet sich im Korpus genau bei der Hälfte der untersuchten Termini. Es sind Fachtermini, die im Englischen, Deutschen und Tschechischen ihre sprachliche Realisierung finden (z. B. *Cashflow* – *Kapitalfluss* – *peněžní tok*), es handelt sich also um Eins-zu-Eins-zu-Eins-Äquivalenz. Natürlich sind auch andere Typen der Äquivalenz belegbar, d.h. in der Nationalsprache fehlt ein passender Ausdruck. Es wurden auch Beispiele gefunden, bei denen/wobei zwar bedeutungsgleiche Lexeme im Deutschen und Tschechischen vorkommen, diese jedoch selten verwendet bzw. als stilistisch veraltet markiert werden. So eine Bezeichnung repräsentiert z. B. das Wort *Insider* – die deutsche Variante *der Eingeweihte* und die tschechische *zasvěcenec* weisen zwar auf eine Eins-zu-Eins-Äquivalenz auf, aber ihre Nutzung sinkt aufgrund ihrer veralteten Markierung²⁵ und die Anglizismen dominieren in diesem Fall in allen Vergleichskorpora. Mehrere Beispiele für unterschiedliche Äquivalenztypen sind in den Tabellen im nachfolgenden Kapitel zu sehen, auch mit konkreten Belegen der terminologischen Datenbank.

²⁰ Zum Beispiel der wirtschaftliche Aufschwung Deutschlands nach dem zweiten Weltkrieg aufgrund des Marshall-Plans, westlich orientierte Politik und Dominanz der USA vor allem im technischen, wirtschaftlichen und militärischen Bereich (vgl. Yang 1990:2).

²¹ Die Anglizismen werden zum Schwerpunkt in zahlreichen sozialen Medien – vgl. Facebook-Profil „Alles zum Deutschlernen“ (URL 12), Instagram-Profil „Slova z pekla / Wörter von der Hölle“ (URL 13) oder die Initiative „Anglizismus des Jahres“ (URL 14), in der 2018 *Gendersternchen*, 2017 *Influencer* und 2016 *Fake News* zu den Anglizismen gekürt wurden, die einen positiven Beitrag zur Entwicklung der deutschen Sprache geleistet haben.

²² Nach Eisenberg (2018:112) und Untersuchungen von neueren Presstexten bilden Anglizismen 1 % von Wortformen (Tokens) im laufenden Text. Im Durchschnitt kommen 7 Anglizismen pro eine Textseite vor und die höchste Dichte findet man in Artikeln der Bereiche Business, Finanzen, Kommunikationstechnologie, Außenpolitik und Lifestyle.

²³ Mehr über ausführliche Charakteristik der Millennials, oder sog. Generation Y unter URL 15.

²⁴ Koller (2011:228 f.) unterscheidet folgende Typen der Äquivalenz: A. Eins-zu-Eins-Entsprechung (ein Ausdruck in der Ausgangssprache = ein Ausdruck in der Zielsprache), B. Eins-zu-viele-Entsprechung, sog. Diversifikation (ein Ausdruck in der Ausgangssprache = viele Ausdrücke in der Zielsprache), C. Viele-zu-eins-Entsprechung, sog. Neutralisation (viele Ausdrücke in der Ausgangssprache = ein Ausdruck in der Zielsprache), D. Eins-zu-Null-Entsprechung, sog. Lücke (ein Ausdruck in der Ausgangssprache = keine Bezeichnung in der Zielsprache). Für alle Äquivalenztypen gibt es unterschiedliche Übersetzungsstrategien in Bezug auf den Übersetzungsauftrag oder (kulturspezifischen) Rezipienten.

²⁵ Vgl. Vorkommen und Belege im Referenzkorpus im DWDS und im Tschechischen Nationalkorpus, wo man den klaren Trend sieht – *Insider* wird immer häufiger verwendet. Viele Belege zeigen auch die Verwendung in einer übertragene Bedeutung.

4. Analyse

Aus dem gesamten Korpus der Fachwörter aus der Tagespresse wurden in der terminologischen Datenbank 350 Fachausdrücke englischer Herkunft identifiziert. Auf den Prüfstand wurden 20 Substantive aus der Datenbank gestellt, wobei zu den Kriterien folgende Aspekte wurden: 1. Es wurden ausschließlich Substantive einbezogen, da sie eine absolute Mehrheit im Korpus aufweisen. Andere Wortarten gehören allerdings zum identischen Referenzbereich (z. B. Verben wie *outsourcen*, Adjektive wie *performativ*), 2. Das jeweilige Fachwort gehört zum Fachbereich „Wirtschaft“ im engeren Sinne. Also die Fachausdrücke, die zwar im wirtschaftlichen Kontext verwendet wurden, aber keine Termini dieses Fachbereichs repräsentieren, wurden ausgelassen (z. B. *College*, *Hashtag*, *Lobby*, sowie englische Bezeichnungen von Produkten und Institutionen), 3. Die ausgewählten Fachtermini werden in den journalistischen Texten ohne relevanten Kontext angeführt. Der Leserkreis muss das Wort und seine Bedeutung kennen bzw. sich auf sein eigenes Vorwissen, auf eigene Fähigkeiten des Interpretierens verlassen (z. B. *Es ist ein hochattraktives Asset, das sich im Besitz einer amerikanischen Börse ausgezeichnet weiterentwickeln kann.* FAZ, 11.03.2016, S. 18). Alle so ausgewählten Fachwörter wurden zuerst in Duden online überprüft. Es handelt sich um ein klassisches Hilfsmittel für diejenigen, die in Schwierigkeiten bei der Übersetzung geraten oder Verständnisprobleme haben. Die Ergebnisse dieser ersten Überprüfung zeigen, dass auf Duden online alle Anglizismen angeführt und korrekt als Wörter englischer Herkunft markiert werden. Das Vorkommen im Duden online ist jedoch keine Rechtfertigung der Wirtschaftsjournalisten dafür, dass sie englische Fachausdrücke ohne Erklärung und relevanten Kontext verwenden.

Aus den Übersichtstabellen geht hervor, dass die Duden-Definitionen einen unterschiedlichen Umfang und Fachlichkeitsgrad aufweisen. Dies spielt eine bedeutende Rolle nicht nur beim Interpretieren, sondern vor allem bei der Verwendung bzw. während der Übersetzung (vgl. Stolze 2013:87 ff.). Die Fokussierung auf die Definition eines Fachtermins ist sinnvoll, weil sie die Tatsache reflektiert, dass die Fachwörter im Wortschatz durch ständig neue Produkte oder Dienstleistungen kontinuierlich zunehmen und neu definiert werden müssen. Es kommt zur Auseinandersetzung mit der Auffassung von Fachwörtern *als sprachökonomische Stellvertreter für ihre Definitionen* (vgl. Kalverkämper 1985:153). Die lexikographischen Nachschlagewerke unterstützen diese Eigenschaft und nach der Überprüfung von ausgewählten Anglizismen im Deutschen und Tschechischen kann man diese Tatsache belegen. Für die tschechischen Interpretamente wurde die Webseite Management Mania genommen, die im tschechischen Sprachraum das größte Management- und Wirtschaftsportale repräsentiert. Nach möglichen Übersetzungsäquivalenten und im begrenzten Maße auch nach prägnanten Definitionen wurde im Englischen-Deutschen-Tschechischen Fachwörterbuch Magnus Expert gesucht.

Die erste Gruppe von Anglizismen bilden diejenigen, die sowohl im Deutschen als auch im Tschechischen keine Übersetzung aufweisen, also gibt es hier die Eins-zu-Null-zu-Null-Äquivalenz. Bei diesen Termini dominiert Englisch und nationale Sprachen werden in den Hintergrund verschoben.

Anglizismus Übersetzung Deu. Übersetzung Tsch.	Deutsche Definition	Tschechische Definition
<i>Asset, s</i> 0 0	<i>Vermögenswert eines Unternehmens, Kapitalanlage</i>	<i>Aktiva podniku či hospodářské prostředky [souhrn prostředků, které podnik využívá při své hospodářské činnosti].</i>
<i>Clearing, s</i> 0 0	<i>Verrechnung gegenseitiger Geldforderungen</i>	<i>Bezhotovostní platební styk, jenž bývá obvykle prováděn zúčtováním oboustranných či vícestranných pohledávek a závazků.</i>
<i>Compliance, e</i> 0 0	<i>Sicherstellung der ordnungsgemäßen Durchführung von Wertpapierdienstleistungen der Banken zum Schutz der Anleger; regelgerechtes, vorschriftsgemäßes, ethisch korrektes Verhalten</i>	<i>Všechny procesy a aktivity, které zajišťují, že organizace dodržuje všechny předpisy, tedy zákony, normy, standardy a podobně které má.</i>
<i>Crowdfunding, s</i> 0 0	<i>Finanzierungsmodell, bei dem zahlreiche Personen [online] jeweils Kleinstbeträge investieren</i>	<i>Způsob získávání financí formou sbírky od lidí, ke které se hojně využívá možností internetu.</i>
<i>Gender-Gap, r</i> 0 0	<i>Signifikanter Unterschied zwischen den sozialen Geschlechtern im Hinblick auf Lebensbedingungen, Verhalten, Fähigkeiten, Interessen u. Ä.</i>	
<i>Ebita, s</i> 0 0	<i>Abkürzung für earnings before interest, taxes and amortization, Gewinn [eines Unternehmens] ohne Berücksichtigung von Zinsen, Steuern und Abschreibungen</i>	<i>Earnings before Interest, Taxes and Amortization Charges (EBITA) je ukazatel zisku před zdaněním, úroky a odpisy dlouhodobého nehmotného majetku.</i>
<i>New Economy, e</i> 0 0	<i>Wirtschaftsbereich, der im Gegensatz zur Old Economy junge, wachstumsorientierte Unternehmen aus Zukunftsbranchen (z. B. Biotechnologie, Informationstechnologie, Multimedia) umfasst und für den u. a. neue Formen des Marktverhaltens (z. B. E-Business) charakteristisch sind</i>	<i>Označení současného světa, ekonomického systému, ve kterém žijeme a který je založen na využívání znalostí a internetu.</i>
<i>Performance, e</i> 0 0	<i>Prozentualer Wertzuwachs des Vermögens einer Investmentgesellschaft oder auch eines einzelnen Wertpapiers</i>	
<i>Slack, r</i> 0 0	<i>Überschuss an [finanziellen] Mitteln eines Unternehmens, der sich in Erfolgszeiten ansammelt und als Reserve für Krisenzeiten dient</i>	
<i>Start-Up, s, r</i> 0 0	<i>Neu gegründetes Wirtschaftsunternehmen</i>	<i>Pojem označující nově vznikající projekt či začínající podnik, který je inovační a má velký potenciál růstu, jedná se o nově založené společnosti nebo projekty (obvykle ve stáří do 5-ti let) založené na týmové spolupráci.</i>

Tab. 1: Null-Äquivalenz von Anglizismen im Deutschen und Tschechischen

Dieser Kategorie wurden englische Fachtermini zugeordnet, die in den ausgewählten Quellen weder ein deutsches noch tschechisches Äquivalent aufweisen. Sie werden sowohl im Korpus als auch in den Nachschlagewerken ausschließlich als Anglizismen behandelt. Das Portal Management Mania enthält die Fachwörter *Gender-Gap*, *Performance* und *Slack* nicht. Die Erklärung hierfür ist bei jedem Ausdruck verschieden – entweder werden sie nicht als Termini aus dem Bereich Wirtschaft kategorisiert (z. B. *Performance* deutet im Tschechischen eher Kultur und Kunst an) oder es sind hochspezialisierte Fachtermini (*Slack*), die in ausgewählten Lexika noch nicht vorkommen. Die Interpretamente im Duden online bei *Asset*, *Clearing* und *Start-up* sind kurz und ähneln einem lexikographischen Eintrag, wobei die Bedeutung nicht weiter kontextualisiert ist. Man kann sich gut vorstellen, dass die Übersetzer auch in weiteren Quellen suchen müssen.

Die zweite Gruppe beinhaltet die Fachwörter, die zum Äquivalenztyp Eins-zu-Null-zu-Eins gehören. Das heißt, es fehlt die deutsche Benennung, obwohl im Tschechischen ein Äquivalent zu belegen ist.

Anglizismus Übersetzung Deu. Übersetzung Tsch.	Deutsche Definition	Tschechische Definition
<i>Buy-out</i> , s, r 0 <i>manažerský odkup</i>	Übernahme einer Firma durch die eigene Geschäftsleitung	<i>Situace, kdy stávající management společnosti odkoupí kontrolní majetkový podíl ve společnosti, nebo celou společnost od stávajících vlastníků</i>
<i>Credit Rating</i> , s 0 <i>úvěrový rating</i>	Bonitätsmäßige Einstufung von Ländern, Banken, Firmen o. Ä. in ein Klassifikationssystem	<i>Vyjádřuje bonitu či důvěryhodnost, tj. pravděpodobnost, že půjčka či cenný papír bude správně a včas splacen</i>

Tab. 2: Fehlende Äquivalenz von Anglizismen im Deutschen

Diese Gruppe ist nicht groß (zwei von zwanzig Substantiven) und man kann sie so interpretieren, dass im Deutschen die Termini *Buy-out* und *Credit Rating* ausschließlich in ihrer englischen Form vorkommen. Die Übersetzer müssen sich entscheiden, ob sie diese Form respektieren werden oder ob sie eher von der Definition in der jeweiligen Nationalsprache ausgehen. Eine ähnliche Entscheidung müssen auch die Leser treffen und sich damit auseinandersetzen, dass die deutsche Bezeichnung in diesem Fall nicht notwendigerweise verwendet wird. Diejenigen, die in unterschiedlichen Quellen recherchieren werden, finden für *Buy-out* deutsche Entsprechungen wie *Managementübernahme*, *Unternehmenskauf* und für *Credit Rating* *Bonität* oder *Kreditwürdigkeit* (vgl. URL 9, URL 10).

Die dritte Gruppe repräsentiert die Termini, die die beste Möglichkeit für die Übersetzer und auch für die Rezipienten darstellen – eine volle Eins-zu-Eins-zu-Eins-Äquivalenz. Das Wörterbuch Magnus liefert in allen drei Sprachen passende Bezeichnungen, die ohne Weiteres verwendet werden können.

Fehlende Interpretamente bei Management Mania betreffen die Wörter *Global Player* und *Showroom*. Beide Termini gehören eindeutig zum Wirtschaftsbereich, wobei es im ersten Fall um die übertragene, metaphorische Bedeutung geht. Beim *Showroom* geht es um eine Fläche oder Räumlichkeit, wo man Geschäfte abwickelt und Produkte präsentiert (vgl. URL 10). Sie repräsentieren die Fachwörter, die verständlich sind, es droht hier keine Mehrdeutigkeit und der Bekanntheitsgrad in der Öffentlichkeit ist sehr hoch.

Anglizismus Übersetzung Deu. Übersetzung Tsch.	Deutsche Definition	Tschechische Definition
<i>Cashflow, r</i> <i>Kapitalfluss, r</i> <i>peněžní tok</i>	<i>In einem bestimmten Zeitraum erwirtschafteter Zahlungsmittelüberschuss eines Unternehmens, der Einnahmen und Ausgaben gegenüberstellt und der Beurteilung der finanziellen Struktur des Unternehmens dient</i>	<i>Jedná se o provozní kapitál, rozdíl mezi peněžními příjmy a peněžními výdaji za sledované období, vykazuje se v přehledu skutečných peněžních toků jako součást účetní závěrky</i>
<i>Global Player, r</i> <i>Globalspieler, r</i> <i>globální hráč</i>	<i>Konzern, Unternehmen mit weltweitem Wirkungskreis, das sich an internationalen Produktions- und Absatzmärkten ausrichtet</i>	
<i>PR, e</i> <i>Öffentlichkeitsarbeit, e</i> <i>vztahy s veřejností</i>	<i>Abkürzung für Public Relations = Öffentlichkeitsarbeit</i>	<i>Zkratka pro Public Relations = souhrnný pojem pro záměrné aktivity organizace vůči veřejnosti, které slouží zájmům organizace.</i>
<i>Showroom, r</i> <i>Vorführungsraum, r</i> <i>předváděcí místo</i>	<i>Vorführungsraum (z. B. für effektvolle Präsentationen)</i>	

Tab. 3: Eins-zu-Eins-Äquivalenz von Anglizismen im Deutschen und Tschechischen

Die letzte Gruppe beinhaltet Anglizismen die dadurch charakteristisch sind, dass sie im Wörterbuch Magnus Expert sehr ausführlich behandelt werden, in einigen Fällen sogar ausführlicher als in den Definitionen in Duden online und Management Mania.

Anglizismus Übersetzung Deu. Übersetzung Tsch.	Deutsche Definition	Tschechische Definition
<i>Insider, r</i> <i>Jemand, der interne Kenntnisse besitzt,</i> <i>Eingeweihter</i> <i>zasvěcenec</i>	<i>Mitglied einer [Wirtschafts]gemeinschaft</i>	<i>Zasvěcenec, zasvěcená osoba, zastávající uvnitř podniku s informačním náskokem a důležitou funkci</i>
<i>Know-How, s</i> <i>Sachkenntnis, Spezialkenntnis</i> <i>Informace o technologickém procesu, výrobně-technické a obchodní poznatky, znalost výrobního postupu</i>	<i>Das Wissen, wie man eine Sache praktisch verwirklicht, anwendet o. Ä.</i>	<i>Informace o technologickém postupu; výrobně-technické a obchodní poznatky [unikátní znalost, bez které nelze danou věc napodobit]</i>
<i>Outsourcing, s</i> <i>Übergabe von bestimmten Firmenbereichen an spezialisierte Dienstleistungsunternehmen</i> <i>Používání externích služeb z důvodu snížení nákladů a počtu zaměstnanců</i>	<i>Auslagerung von bisher in einem Unternehmen selbst erbrachten Leistungen an externe Auftragnehmer oder Dienstleister</i>	<i>Výčlenění, externí zajištění služeb, procesů nebo zdrojů a činností mimo organizaci formou dlouhodobého smluvního vztahu</i>
<i>Splitting, s</i> <i>Form der Haushaltsbesteuerung, bei der das Einkommen der Ehegatten zusammengezählt und beiden zu gleichen Teilen angerechnet wird</i> <i>Rozdělení příjmů mezi manžele při společném zdaňování / štěpení akcií</i>	<i>Teilung einer Aktie o. Ä. (wenn der Kurswert sich vervielfacht hat)</i>	

Tab. 4: Sonderbelege der Äquivalenz von Anglizismen im Deutschen und Tschechischen

Es zeigt sich hier die Notwendigkeit, in unterschiedlichen Nachschlagewerken, Fachwörterbüchern und anderen zur Verfügung stehenden Hilfsmitteln und Quellen zu suchen. Die Leser müssen sich auf ihr eigenes Vorwissen verlassen oder auch recherchieren, weil die Bedeutung ohne Kontext nur schwer abzuleiten ist. Es lässt sich also konstatieren, dass die genaue Bedeutungszuweisung dieser Anglizismen ergänzungsbedürftig ist. Eine mögliche Quelle für diese Ergänzung stellt neben dem Fachwörterbuch Magnus das Gabler Wirtschaftslexikon dar, wo man unter *Insider* folgendes findet:

„Personen, die kraft ihres Amtes, ihrer Funktionen oder ihrer Beteiligung am Kapital des Emittenten oder eines mit dem Emittenten verbundenen Unternehmens auf legalem Wege Nachrichten aus Unternehmen (*Insider-Informationen*), welche die Erwartungen über angemessene Preise von Wertpapieren beeinflussen [...].“ (s. URL 9)

Diese finanzfachsprachliche Definition ist ausführlicher, vermittelt den relevanten wirtschaftlichen Kontext und liefert viel mehr Informationen als die Begriffserklärungen in der vierten Tabelle. Es wird hier deutlich, warum *Eingeweihter* keine Entsprechung von *Insider* sein kann – alltagsprachliche und fachsprachliche Bedeutung sind anders.

Die Untersuchung ausgewählter Anglizismen liefert auch einige gravierende Unterschiede in der Interpretation und Zuschreibung konkreter Bedeutung. Ein Beispiel hierfür stellt das Fachwort *Splitting* dar, der eine doppeldeutige Erklärung ermöglicht – im Duden online wurde es als ein Teil des Aktienmarktes erklärt, im Wörterbuch Magnus jedoch gehört es zum Bereich des Scheidungsrechts. Kontext der Verwendung in der Tagespresse hilft in diesem Hinblick auch wenig: *Durch das taktische Splitting kam es zu einem Austausch innerhalb des Lagers.* (FAZ, 11.03.2016, S. 13) Solche Fälle sind eine echte Herausforderung für Übersetzer, denn sie setzen eine weitere und versichernde Recherchephase voraus. Die Suche nach eindeutiger und korrekter Ausdrucksweise bzw. nach volläquivalenten Übersetzungen von wirtschaftlichen Termini erfordert besonders gute Kenntnisse des Faches und seiner Fachsprache.

5. Zusammenfassung

Nach der theoretischen und aktualisierten Verankerung des Themas sowie anhand der oben ausgearbeiteten Tabellen von englischen Fachwörtern aus der Tagespresse und ihrer Untersuchung durch kontrastive und komparative Vergleichsmethoden kann man einige Konsequenzen ziehen. Aus der Übersicht von Korpus-, Wörterbuch- und Lexikonbelegen geht hervor, dass die Anglizismen in deutschen und tschechischen Nachschlagewerken ungleichmäßig vertreten und behandelt werden. Eine positive Nachricht ist, dass die elektronischen Quellen die absolute Mehrheit der untersuchten Anglizismen beinhalten und genügend behandeln. Wenn ein englischer Fachausdruck im konkreten Nachschlagewerk nicht vorkommt, besteht eine hohe Chance, es in anderen öffentlich zugänglichen Quellen zu finden. Weder der Leserkreis noch die Translatologen müssen sich im Stich gelassen fühlen.

Es wurde die Auffassung vertreten, dass Anglizismen in der Tagespresse wegen ihrer Effektivität und Sprachökonomie der Sprachvermittlung eingesetzt werden und wichtigen Stil- und Ausdrucksmitteln sind. Dieser Stellung englischer Fachwörter sind sich die Journalisten sehr wohl bewusst. Ihr Umgang mit englischstämmigen Termini entspricht jedoch keinerlei festen Mustern – man kann nicht eindeutig entschlüsseln, welche im Sprachgebrauch akzeptierten und häufig erscheinenden Anglizismen in der Tagespresse mit relevantem Kontext versehen werden und welche – auch recht neuen und noch unbekanntes – nicht. Die Verwendung von diesen Fachwörtern in journalistischen Texten wurde anhand von vier Gruppen von Anglizismen demonstriert, die im Rahmen der Untersuchung kategorisiert wurden. Die erste Gruppe ist am größten und reflektiert die heutigen Trends, die englischen Fachtermini in beiden Sprachen nicht zu übersetzen. Die Anglizismen erfüllen in diesem Zusammenhang die Rolle von Trägern der Fachlichkeit in journalistischen Texten und erhöhen somit ihren Fachlichkeitsgrad. Ihre Behandlung in Nachschlagewerken ist nicht ausführlich, jedoch kann man den gelieferten Kontext als vollständig bezeichnen. In die zweite Gruppe kamen die Fachwörter, die im Deutschen keine Äquivalenz aufweisen, im Tschechischen jedoch schon. Diese

Kategorie unterstützt die früheren Auffassungen, dass die deutsche Sprache englische Fachtermini in ihrer fremden Form übernimmt und die tschechische Sprache nach volläquivalenten Übersetzungen sucht. Da die Gruppe so klein vertreten ist und auch aufgrund der Ausführungen im theoretischen Teil dieser Studie, können diese Auffassungen über das schnelle Eindringen von Anglizismen ins Deutsche (und das nicht so schnelle ins Tschechische) nicht bestätigt werden und man kann sie als widerlegt betrachten. Die dritte Gruppe repräsentiert die Fachwörter mit voller Eins-zu-Eins-zu-Eins-Äquivalenz in allen drei Sprachen. Die Anglizismen stehen hier auf dem gleichen Niveau wie die Fachwörter der beiden Nationalsprachen, wobei ihre absolute Häufigkeit natürlich oszillieren kann (vgl. URL 10). Es gibt zwar Äquivalente, trotzdem werden aus erklärten Gründen lieber Anglizismen verwendet. Die letzte Gruppe sollte zeigen, dass die Träger der Verständlichkeit und Vermittlung von Fachinhalten nicht nur die etablierten Lexiken, sondern auch moderne Fachwörterbücher sein können. Sie sind fähig, die englischen Termini, die in journalistischen populärwissenschaftlichen Wirtschaftstexten vorkommen, sehr gut zu erklären und einen relevanten Kontext zu liefern, der natürlich zur besseren Rezeption des Inhalts führt. Diese Substituierung verläuft jedoch nicht konsequent (sei es zeitlich, fachlich, vollständig) und ist noch ergänzungsbedürftig. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Anglizismen in unserer Untersuchung weder bedeutende Hürde noch wesentliche Hilfe darstellen.

Literaturverzeichnis

Primärliteratur:

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 7.– 11. März 2016

Süddeutsche Zeitung, 7.– 11. März 2016

Sekundärliteratur:

DEWALD, Ragna (2008): *Anglizismen in der deutschen Sprache – Sprachwandel oder Sprachverfall?* Saarbrücken.

DORNER, Christine (2010): *Anglizismen in Tschechischen und Deutschen. Eine vergleichende Untersuchung, dargestellt an der Fachtextsorte Computerzeitschrift*. Band 36, Hamburg.

EISENBERG, Peter (2018): *Das Fremdwort im Deutschen*. 3. Aufl., Berlin; Boston.

FRÜHBRODT, Lutz (2013): *Wirtschaftsjournalismus: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. Berlin.

GÖPFERICH, Susanne (2019): *Textproduktion im Zeitalter der Globalisierung. Entwicklung einer Didaktik des Wissenstransfers*. 3. Aufl., Tübingen.

KALVERKÄMPER, Hartwig (1985): Textuelle Fachsprachen-Linguistik als Aufgabe. In: *LiLi Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 13, S. 124–166.

KAUTZ, Ulrich (2000): *Handbuch Didaktik des Übersetzens und Dolmetschens*. München.

KOLLER, Werner (2011): *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. Tübingen.

MAST, Claudia (2003): *Wirtschaftsjournalismus. Grundlagen und Konzepte für die Presse*. Wiesbaden.

NEKULA, Marek (2005): Anglicismy v češtině. In: RAMISCH, H. / VIERECK, K. / VIERECK, W. (Hrsg.): *Encyklopedický atlas anglického jazyka*. Praha, S. 259–275.

STOLZE, Radegundis (2013). *Fachübersetzen – Ein Lehrbuch für Theorie und Praxis*. 3. Aufl. Berlin.

SVOBODOVÁ, Diana (1999): Anglicismy v českých publicistických textech, důvody a způsoby jejich užívání. In: ČECHOVÁ, Marie (Hrsg.): *Jinakost, cizost v jazyce a v literatuře. Sborník z mezinárodní konference*. Ústí nad Labem, S. 165–169.

ŠRAJEROVÁ, Dominika (2009). Automatické vyhledávání termínů a jeho dopad na definici termínu. In: *Časopis pro moderní filologii* 91, č. 1, Praha, S. 1–19.

TEUBERT, Wolfgang (1999): Sprache als Wirtschaftsfaktor. Zur Bedeutung von Terminologie. In: *Sprachreport*, Nr. 1. Mannheim, S. 9–14. Zugänglich unter: https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/890/file/Sprachreport_15_1999_1.pdf.

- VAŇKOVÁ, Lenka (2017): Fachsprachen und der Alltag. Eine Untersuchung anhand der deutschen Tagespresse. In: KOTŮLKOVÁ, V. / RYKALOVÁ, G. (Hrsg.): *Zentrum und Peripherie: aus sprachwissenschaftlicher Sicht*. Opava, S. 51–64.
- VIERECK, Wolfgang (1980): Zur Thematik und Problematik von Anglizismen im Deutschen. In: Viereck W. (Hrsg.) *Studien zum Einfluss der englischen Sprache auf das Deutsche*. Tübingen, S. 9–24.
- YANG, Wenliang (1990): *Anglizismen im Deutschen: am Beispiel des Nachrichtenmagazins „Der Spiegel“*. (Germanistische Linguistik, 106), Tübingen.

Internetquellen:

- URL 1: *Anglizismen in der deutschen Geschäftssprache*, zugänglich unter: <https://www.translation-directory.com/article182.htm> [15.05.2019].
- URL 2: Projekt *Fachwortschatz in der Tagespresse*, zugänglich unter: <https://ff.osu.cz/kge/granty/?g=5031> [02.06.2019].
- URL 3: Homepage der Übersetzungssoftware *Transit*, zugänglich unter: <https://www.star-deutschland.net/dienstleistungen/uebersetzung> [22.05.2019].
- URL 4: *Datenbank von Fachtermini im Moodle*, zugänglich unter: <https://moodle.osu.cz/course/view.php?id=386> [12.06.2019].
- URL 5: *Moodle – ausführliche Beschreibung*, zugänglich unter: <https://moodle.org/?lang=de> [28.05.2019].
- URL 6: *Duden online*, zugänglich unter: <https://www.duden.de/> [09.06.2019].
- URL 7: *Management Mania*, zugänglich unter: <https://managementmania.com/cs> [05.06.2019].
- URL 8: *Englisch-deutsch-tschechisches Fachwörterbuch Magnus Expert*, Freeware zugänglich unter: <http://www.slovniky-magnus.cz/> [02.06.2019].
- URL 9: *Gabler Wirtschaftslexikon*, zugänglich unter: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/> [12.06.2019].
- URL 10: *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*: zugänglich unter: <https://www.dwds.de/> [03.06.2019].
- URL 11: *Internetová příručka českého jazyka [Internethandbuch der Tschechischen Sprache]*, zugänglich unter: <http://prirucka.ujc.cas.cz/> [19.05.2019].
- URL 12: Facebook-Profil *Alles zum Deutschlernen*, zugänglich unter: <https://www.facebook.com/Alles.zum.Deutschlernen/> [16.05.2019].
- URL 13: Instagram-Profil *Slova z pekla [Wörter von der Hölle]*, zugänglich unter: https://www.instagram.com/slova_z_pekla/?hl=cs [31.05.2019].
- URL 14: *Anglizismus des Jahres*, zugänglich unter: <http://www.anglizismusdesjahres.de/> [26.05.2019].
- URL 15: *Millennials, Generation Y*, zugänglich unter: https://de.wikipedia.org/wiki/Generation_Y [30.05.2019].

Dieser Beitrag entstand im Rahmen des Projekts SGS04/FF/2018-2019 „Das Fachwort in der Tagespresse“ am Lehrstuhl für Germanistik der Philosophischen Fakultät der Universität Ostrava.

ACTA FACULTATIS PHILOSOPHICAE
UNIVERSITATIS OSTRAVIENSIS

STUDIA GERMANISTICA

Nr. 24/2019

Vydala Ostravská univerzita
Dvořákova 7, 701 03 Ostrava

Adresa redakce/
Adresse der Redaktion: Katedra germanistiky
Filozofická fakulta
Ostravská univerzita
Reální 3
CZ-701 03 Ostrava
e-mail: lenka.vankova@osu.cz

Příspěvky/Beiträge: studiagermanistica@osu.cz

Objednávka/Bestellung: Univerzitní knihkupectví OU
Ostravská univerzita
Mlýnská 5
CZ-701 03 Ostrava
e-mail: univerzitni.knihkupectvi@osu.cz

Informace o předplatném časopisu jsou dostupné na adrese/
Informationen zum Abonnement sind unter studiagermanistica.osu.eu zu finden.

Pokyny pro autory/
Hinweise für Beitragende: studiagermanistica.osu.eu/instructions-for-authors/

Technická redakce/
Technische Redaktion: Mgr. Martin Mostýn, Ph.D.
MgA. Helena Hankeová
Obálka/Umschlag: Mgr. Tomáš Rucki
Počet stran/Seitenzahl: 104
Tisk/Druck: Optys, spol. s r. o., U Sušárny 301, 747 56 Dolní Životice
Místo vydání/Ort: Ostrava

Informace o nabídce titulů vydaných Ostravskou univerzitou: knihkupectvi.osu.cz

Reg. č. MK ČR E 18718
ISSN 1803-408X (print)
ISSN 2571-8273 (online)