

Neu erschienen:

Brünner, Gisela (2000): Wirtschaftskommunikation. Linguistische Analyse ihrer mündlichen Formen. Tübingen: Max Niemeyer Verlag (= Reihe Germanistische Linguistik 213; Kollegbuch).

331 Seiten, Preis: 46,- DM (ISBN 3-484-31213-0)

Interessenten:

LinguistInnen; Lehrende und Studierende geistes-, sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Disziplinen; LehrerInnen (für Deutsch als Fremdsprache, an berufsbildenden und allgemeinbildenden Schulen); Verantwortliche in den Bereichen Kommunikationstraining, Personalentwicklung, Unternehmenskommunikation.

Zusammenfassung:

Wirtschaftskommunikation ist Fachkommunikation und berufliche Kommunikation; sie besitzt ferner typische Merkmale institutionellen Handelns. Das Buch stellt die Vielfalt sprachlicher Formen in der Wirtschaft vor und untersucht besonders die mündliche Wirtschaftskommunikation. Theoretische Grundlage ist die linguistische Diskursanalyse, als empirisches Material dienen Tonaufzeichnungen und Transkriptionen (genaue Verschriftungen) authentischer, natürlicher Gespräche; sie stammen aus echten Interaktionssituationen des beruflichen Alltags.

Geboten werden Überblicksdarstellungen sowie linguistische Analysen zu zentralen Gesprächstypen: Verkaufs- und Reklamationsgespräche, Experten-Laien-Gespräche im technischen Service, Verhandlungen und Besprechungen. Ihre besonderen Merkmale und strukturellen Probleme werden anhand authentischer Beispiele aus der Wirtschaft ausführlich beschrieben. Daneben sind auch schriftliche Kommunikationsformen (z.B. Kundenkorrespondenz) und ihr Verhältnis zur mündlichen Kommunikation berücksichtigt. Die konkreten Interaktionen im Berufsalltag spiegeln die Komplexität und auch die Widersprüchlichkeit der Anforderungen, denen die MitarbeiterInnen in der Kommunikation ausgesetzt sind.

Das letzte Kapitel stellt Möglichkeiten und Erfahrungen linguistisch fundierter Kommunikationsberatung und Kommunikationstrainings vor, ferner Anwendungen im Sprachunterricht – im muttersprachlichen Unterricht wie im Unterricht Deutsch als Fremdsprache (Wirtschaftsdeutsch). Im Anhang sind einige der analysierten Transkripte im Zusammenhang wiedergegeben.

Das Buch will durch eine problem- und anwendungsorientierte Darstellungsweise den Austausch zwischen Wirtschaft und Linguistik fördern und Studierende ermutigen, sich mit Problemen der Wirtschaftskommunikation berufsorientiert auseinander-

zusetzen. Es ist auch für Interessierte außerhalb der Linguistik von Nutzen: für Lehrende und Studierende anderer Disziplinen, LehrerInnen für Deutsch als Fremdsprache und an berufsbildenden und allgemeinbildenden Schulen sowie für Ausbilder. Personen, die in Kommunikationstraining, Personalentwicklung oder Unternehmensberatung tätig sind, können linguistische Analyseweisen und Ergebnisse kennen lernen. „Betroffene“ aus der Wirtschaft werden kommunikative Probleme ihrer alltäglichen Praxis wiedererkennen und in neuem Licht sehen.

Inhaltsverzeichnis:

1.	Einleitung	1
2.	Theoretische und methodische Grundlagen	5
2.1.	Wirtschaft: Grundbegriffe	5
2.2.	Dimensionen der Wirtschaftskommunikation	7
2.3.	Zur empirischen Analyse von Wirtschaftskommunikation	20
3.	Literaturüberblick zur Wirtschaftskommunikation	31
3.1.	Nicht-linguistische Arbeiten	31
3.2.	Historische Aspekte und Arbeiten der sogenannten <i>Wirtschaftslinguistik</i>	33
3.3.	Linguistische Arbeiten	34
3.4.	Interkulturelle Wirtschaftskommunikation	39
4.	Verkaufsgespräche	47
4.1.	Formen von Verkaufsgesprächen und Literaturüberblick	47
4.2.	Strukturbeschreibungen von Verkaufsgesprächen	51
4.3.	Beispielanalyse: Gesprächsleitfaden einer Bank	57
4.4.	Beispielanalysen: Rollen- und Beziehungsgestaltung in Verkaufsgesprächen	66
4.4.1.	Autohandlung	66
4.4.2.	Geschäft eines Hörgeräteakustikers	80
4.4.3.	Computerfachgeschäft	89
5.	Reklamationsgespräche	101
5.1.	Aspekte von Reklamationsgesprächen und Literaturüberblick	101
5.2.	Beispielanalysen: Telefonische Reklamationsgespräche unter Professionellen	108
6.	Servicegespräche	119
6.1.	Aspekte von Servicegesprächen und Literaturüberblick	119
6.2.	Beispielanalysen: Telefongespräche im EDV-Service	121

7.	Verhandlungen	147
7.1.	Formen von Verhandlungen und Literaturüberblick	147
7.2.	Beispielanalysen: Verhandeln unter Experten	157
7.3.	Beispielanalysen: Verhandeln mit Laien	178
8.	Besprechungen	183
8.1.	Formen von Besprechungen und Literaturüberblick	183
8.2.	Beispielanalysen: Probleme von Zielorientierung und Effizienz	188
8.3.	Beispielanalysen: Probleme der Konfliktdarstellung und -bearbeitung	201
9.	Weitere mündliche Formen	215
9.1.	Weitere mündliche Formen der Wirtschaftskommunikation	215
9.2.	Homileische Kommunikation	222
10.	Schriftliche, grafisch-symbolische und technisch vermittelte Kommunikationsformen	227
10.1.	Schriftliche und grafisch-symbolische Kommunikationsformen	227
10.2.	Das Ineinandergreifen mündlicher und schriftlicher Kommunikation in der Interaktion	237
10.3.	Technisch vermittelte und computergestützte Kommunikation	250
11.	Anwendung linguistischer Analysen in Beratung, Training und Unterricht	255
11.1.	Kommunikationsberatung und -training auf linguistischer Grundlage	255
11.2.	Muttersprachlicher Unterricht und Wirtschaftsdeutsch als (Fach-)Fremdsprache	262
11.3.	Berufsfelder für LinguistInnen in der Wirtschaft	264
12.	Arbeitsanregungen	267
13.	Literatur	273
14.	Anhang	301
14.1.	Transkriptionszeichen	301
14.2.	Verzeichnis der verwendeten Aufnahmekorpora	302
14.3.	Transkripte	303
14.3.1.	Schlamperei (Telefonisches Reklamationsgespräch)	303
14.3.2.	Netzwerkversion (Telefonisches Reklamationsgespräch)	306
14.3.3.	Coprozessor (Telefonisches Reklamationsgespräch)	309
14.3.4.	Disketten (Telefonisches Reklamationsgespräch)	312
14.3.5.	Netz1 (Verhandlungsgespräch)	317
14.3.6.	Abgasrohr: Berufliches Konfliktgespräch am Telefon	324

14.4. Texte	327
14.4.1. Reklamationsschreiben an einen Reiseveranstalter	327
14.4.2. Antwortschreiben des Reiseveranstalters	329
14.4.3. Werbezettel Computerfachgeschäft	331