

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Ústav cizích jazyků

Bakalářská práce

Eliška Marková

**FREMDWÖRTER IN DER DEUTSCHSPRACHIGEN
PUBLIZISTIK**

Mit dem Fokus auf substantivische Anglizismen

Olomouc 2018

Vedoucí práce: PhDr. Olga Vomáčková, Ph.D.

Erklärung

Hiermit bestätige ich, dass ich meine Bachelorarbeit selbstständig verfasst habe und keine anderen als die angegebenen Quellen verwendet habe.

Olomouc, den 21.6. 2018

.....

An dieser Stelle möchte ich mich bei Frau PhDr. Olga Vomáčková, Ph.D. herzlichst für ihre fruchtbringenden Ratschläge und Hinweise bedanken.

INHALTSVERZEICHNIS:

EINLEITUNG.....	5
THEORETISCHER TEIL.....	7
1. Definition der Fremdwörter	7
2. Die Beziehung der Fremdwörter zu Lehnwörtern.....	9
3. Fremdwort als Phänomen.....	12
4. Sonderfälle	14
4.1 Die EE – Komposita	14
4.2 Die ED – Mischkomposita	15
4.3 Die DE – Mischkomposita	16
5. Substantivische Fremdwörter nach der Länge ihrer syntaktischen Struktur.....	18
6. Univerbierung	19
7. Gründe der Übernahme des fremden Wortguts.....	20
7.1 Die Ursachen in der Vergangenheit	20
7.2 Die Ursachen in der Gegenwart	22
8. Probleme mit dem Verständnis der Fremdwörter	24
PRAKTISCHER TEIL.....	26
1.1 basics.....	27
1.2 Tiroler Tageszeitung	27
2. Die Forschung	28
3. Die Bewertung der Forschung	34
FAZIT	37
LITERATURVERZEICHNIS	39
ANLAGEN	
ANNOTATION	

EINLEITUNG

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Häufigkeit des Vorkommens von Anglizismen in der deutschsprachigen Publizistik und hat zwei Teile: den theoretischen und praktischen Teil. Die Analyse wird auf ausgewählten Artikeln österreichischen Zeitungen angewandt.

Im theoretischen Teil wird der Termin des *Fremdwortes* im Allgemeinen definiert und wird von anderen Entlehnungsfällen abgegrenzt. Es werden dann Sonderfälle von Fremdwörtern angesichts der substantivischen Anglizismen detailliert beschrieben. Sowohl die historischen als auch die zeitgenössischen Ursachen der Übernahme von Fremdwörtern ins Deutsche werden erklärt werden und auch die Entwicklung der Fremdwörter im Laufe der Zeit wird erklärt. Schließlich wird der Einfluss von Anglizismen auf die heutige deutsche Sprache bewährt und damit zusammenhängende aktuelle sprachliche Tendenzen im Kontext der modernen Kommunikationswelt beschrieben; z.B. wird die Frage nach der Funktion der Fremdwörter in der Sprache der Gegenwart beantwortet. Man stößt auch auf die Probleme des Verständnisses von deutschsprachigen Sprachbenutzern in Hinsicht der Verständlichkeit von Anglizismen in Alltagskommunikation.

Im praktischen Teil wird dann das Ziel der Arbeit anhand der vorangehenden Theorie des ersten Teils realisiert: die Forschung, die sich der Häufigkeit des Vorkommens von verschiedenen Arten der substantivischen Anglizismen mithilfe der Zeitungsextrakte widmet. Es lässt sich erwarten, dass die finalen Ergebnisse auf sehr hohe Frequenz der Erscheinung von Anglizismen in den deutschsprachigen publizistischen Texten hinweisen werden, wobei die meisten Übernahmen zusammengesetzte Ausdrücke sind; die Minderheitsgruppe repräsentieren dann eingliedrige Anglizismen.

Die deutsche Sprache ist dem Englischen sehr nah und lässt sich viel von Englisch beeinflussen; besonders in der heutigen modernen technischen Welt mit Englisch als dominierender Kommunikationssprache. Heutzutage ist der Informationsaustausch so einfach, schnell und unmittelbar, dass sich der Einfluss des Englischen auf das Deutsche zeigen muss. Man kann es schon klar auf der tschechischen Sprache beobachten. Im Deutschen sollte diese Tendenz sicher noch höher sein.

Ich habe dieses Thema als meine Bachelorarbeit ausgewählt, weil es mir ermöglicht, beide meine Studienfächer zu verbinden (Deutsch und Englisch). Außerdem habe ich vier Monate in Innsbruck verbracht auf dem Erasmus+ Programm verbracht, wo ich die starke Neigung zur Anwendung der Anglizismen sowohl in Alltagskommunikation als auch in Publizistik sofort bemerkt habe. Deshalb scheint es mir interessant, dieses Thema tiefer zu untersuchen.

THEORETISCHER TEIL

1. Definition der Fremdwörter

*„Unsere Sprachen sind keine Monosysteme. Jede Sprache ist
ein Konglomerat von Sprachen; jede Sprache ist ein Polysystem“*
Wandruszka (1976: 8)

Nach H. Bußmann (1990: 253) wurde der Terminus des Fremdwortes schon etwa in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts von J. Paul vorgestellt. Jedoch erschien dieses Phänomen schon in dem vorherigen Jahrhundert. Seitdem beschäftigen sich mit dieser Erscheinung viele Sprachwissenschaftler und Theoretiker. Das Fremdwort wurde von zahlreichen Autoren untersucht und auch beschrieben. Trotzdem scheint das Fremdwort manchmal schwierig genau zu bestimmen denn es existiert ein breites Übergangsfeld. Einige Definitionen lassen sich jetzt erklären.

Ein Fremdwort ist aus einer fremden Sprache in die Muttersprache übernommener sprachlicher Ausdruck (Bußmann 1990: 253). Aus der Sicht dieser allgemeinen Definition spricht man aber über ein sehr großes sprachliches Gebiet, darum ist es nötig, diese Beschreibung genauer zu erklären und die Grenze des Begriffs klarer anzudeuten.

T. Schippan (1992: 264) berücksichtigt bei der Definierung einige Kriterien und sie gelten als: morphematische Struktur bzw. die Eingliederung in Wortbildungsparadigmen; Lautung und Akzentierung; Graphematik. Schippan erwähnt auch den Begriff der Geläufigkeit. Geläufigkeit wird als Kriterium für die Eingliederung eines Fremdwortes bezeichnet (Schippan 1992: 264). Dazu wird noch erklärt, dass häufig vorkommende Fremdwörter als heimisch und seltener gebrauchte deutsche Wörter als fremd von Befragten empfunden werden.

Bei den Fremdwörtern geht es darum, dass bei allen Kriterien, die oben erwähnt wurden, sich das Fremdwort der deutschen Sprache nicht völlig angepasst hat und bewahrt die ursprüngliche fremde Form. Schippan (1992: 264) führt z. B. die Wörter *Clown, Toilette, Photographie* oder *Café* als Beispiele an. Es ist zu bemerken, dass alle diese Wörter einige Merkmale enthalten, die für Deutsch nicht typisch sind;

ungewöhnliche Aussprache in *Clown* und *Toilette*; die Fremdgrapheme *é* in *Café* oder *ph* in *Photographie*.

Ähnlich wie Schippan, unterscheidet weiter Bußmann (1990: 253) die Fremdwörter nach ihrer Orthographie und Flexion; demnach spricht man über graphemisch bzw. morphophonemisch nicht angepasste Wörter. Sie führt *Spaghetti*, *Pneumonie* oder *Revolution* als Beispiele an.

Ein anderer Autor, Hermann Paul, definiert in seinem Deutschen Wörterbuch (2002: 345) das Fremdwort in der germanistischen Linguistik als „das in die eigene Sprache übernommene, im wesentlichen unveränderte Wort einer fremden Sprache“. In anderen Wörtern gesagt, es handelt sich um ein Wort, das phonetisch, orthographisch oder morphosyntaktisch nicht assimiliert ist, wie zum Beispiel der Ausdruck *E-Mail* (Kämper/Kilian 2012: 2).

Es ist noch wichtig darauf hinzuweisen, dass obgleich sich die Fremdwörter nicht dem Deutschen angepasst haben, haben sie doch einige deutsche Attribute bekommen. Damit werden gemeint besonders die deutschen Flexionsmerkmale wie Plural- und Kasusbildung. Die fremden Substantive nehmen die Genuszuweisung an. Es ist häufig, dass ein Substantiv zwei Genusvarianten hat: *die Mail* oder *das Mail* (Kämper/Kilian 2012: 2). Die Genuszuweisung hat entweder die heimische oder fremde Herkunft (Schippan 1992: 264).

Es ist offensichtlich, dass alle oben erwähnten Autoren miteinander in ihren Auffassungen des Fremdwortes mehr oder weniger übereinstimmen: die Fremdwörter sind Wörter eines bestimmten sprachlichen Wortschatzes, deren Herkunft nicht heimisch ist, und sie bewahren ihre originale fremde Form.

2. Die Beziehung der Fremdwörter zu Lehnwörtern

Wie es in dem letzten Kapitel erklärt wurde, lassen sich die Fremdwörter nicht immer einfach bestimmen; es gibt keine feste Abgrenzung zwischen den Fremdwörtern und den Lehnwörtern. In dem deutschen Sprachsystem erscheinen nämlich zahlreiche Wortgruppen, die man leicht mit den Fremdwörtern verwechseln kann. Man spricht jetzt über die Sondergruppe von sogenannten *Lehnwörtern*. Um die Verwirrung zu vermeiden, ist es nötig, das Lehnwort ebenso zu definieren.

Thea Schippan (1992: 263) bezeichnet das Lehnwort als ein fremdes Wortgut, das dem deutschen Sprachsystem völlig inkorporiert und angeglichen ist. Schippan sagt auch, dass das Lehnwort von den Sprachteilnehmern nicht mehr als fremd erkannt wird und gilt also als deutsch. Es geht um Wörter, die schon längere Zeit im Deutschen sind. Es ist schon schwieriger ihre fremde Herkunft zu erkennen. Sie führt die Wörter *Banner*, *Abenteurer*, *Salat* oder *Crème* als Beispiele an. Und wieder, auch bei diesen Wörtern ist es offensichtlich, dass auch hier sich ein breites Übergangsfeld erkennen lässt. Schippan erklärt weiter: beim Wort *Banner* kann die fremde Herkunft nur die Wortgeschichte erhellen, weil Akzent, Aussprache und Morphologie deutschen Regeln entsprechen. Obwohl die Wörter *Salat* und *Crème* schon beim ersten Blick andeuten, dass sie nicht deutschen Ursprungs sind, werden sie nicht als Fremdwörter bezeichnet. Daraus ergibt sich, dass man bei der Bestimmung der Fremdwörter und Lehnwörter sehr vorsichtig sein muss, denn es gibt zwischen ihnen keine feste Grenze und nicht alle Meinungen der Sprachwissenschaftler zu der Begrenzung des Fremdworts müssen immer stimmen.

Für die bessere Erklärung des Unterschieds zwischen Lehnwörtern und Fremdwörtern kann man die Entstehung von deutschen Parallelförmern erwähnen, die T. Schippan (1992: 263) beschrieben hat. Als typisches Beispiel stellt sie das Wort *Café* vor. Zu diesem Wort existiert eine deutsche Parallelförm und zwar *Kaffee*. Auf diesem Wortpaar sind gut die polaren Gegensätze Fremdwort : Lehnwort (*Café* : *Kaffee*) zu sehen.

Im Grunde geht es darum, dass die beiden Gruppen (Lehnwörter und Fremdwörter) zwar eine fremde Herkunft haben, aber sie lassen sich nach dem Grad der Eindeutschung erkennen (Schippan 1992: 263).

Mit dieser Problematik — vielleicht wegen ihrer Kompliziertheit und Undeutlichkeit — beschäftigen sich die Sprachwissenschaftler schon viele Dekaden. Einer der ersten Autoren war R. Kleinpaul, der schon im Jahr 1896 ein Buch über dieses Thema geschrieben hat: „Fremdwort im Deutschen“. Er unterscheidet dort die Fremdwörter von Lehnwörtern ähnlich wie die oben erwähnte Schippan — und zwar nach dem Grad der *Einbürgerung*. „Fremdwörter, die so alt sind, dass man sich ihrer Ankunft gar nicht mehr erinnert, die inzwischen auch alle Leiden der Sprache geteilt haben, nennt man Lehnwörter“ (Kleinpaul 1896: 62); d.h.: bei den Lehnwörtern spricht er über einen höheren Grad der Einbürgerung (oder auch die Gewöhnung an die Sache).

Es ist offensichtlich, dass die sprachwissenschaftliche Theorien, die sich auf den Termin *Fremdwort* beziehen, sich während der Dekaden der Forschung nicht viel geändert haben; im Grunde in der Sache stimmen alle Wissenschaftler und alle Definitionen überein, es gibt keine bedeutenden Unterschiede.

Eine klare graphische Darstellung der Entlehnungen hat H. Bußmann in ihrem Lexikon bearbeitet. Die Darstellung ist unten auf dem Bild 1 zu sehen.

Die kurze Erklärung von dem Begriff *Entlehnung* scheint passend, damit man das Diagramm voll verstehen kann. *Entlehnung* ist ein Oberbegriff für alle Wörter, die aus einer Fremdsprache in eine Muttersprache übernommen wurden (Bußmann 1990: 213) abgesehen von dem Grad der Eindeutschung. Es handelt sich also um einen sehr breiten und allgemeinen Begriff. Die beiden Gruppen, Lehnwörter und Fremdwörter, fallen darin.

FREMDSPRACHLICHE ENTLLEHNUNG IM DEUTSCHEN

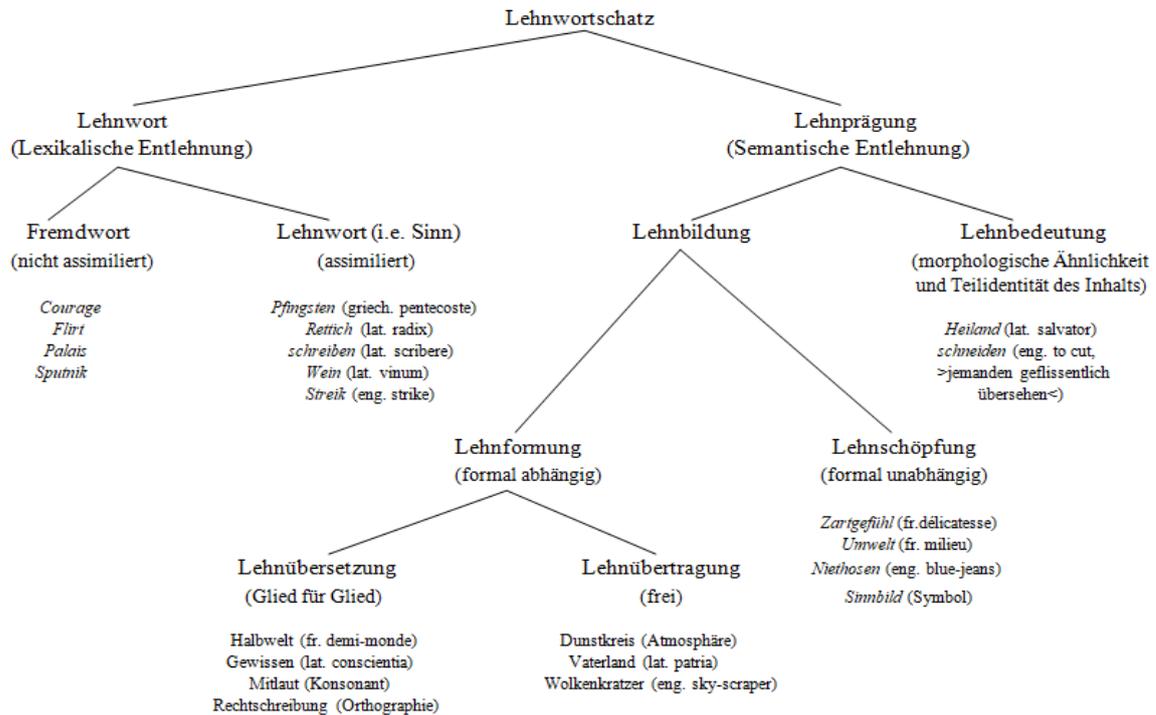


Bild 1 aus: H. Bußmann (1990: 215)

Aufgrund dieses Diagramms stellt man fest, dass Bußmann die ganze Gruppe von Entlehnungen in zwei Untergruppen teilt: Fremdwörter und Lehnwörter im eigenen Sinne. Diese zwei Gruppen stehen also nebeneinander auf demselben Niveau, sie bilden zwei gleichwertige unterschiedliche Systeme. Es ist zu bemerken, dass sie die Herkunft bei den Beispielen der Lehnwörter anführt (*Pfingsten* aus griechischen *pentecoste* oder *Rettich* aus lateinischen *radix*), wobei die Herkunft bei Fremdwörtern nicht erwähnt ist, denn sie haben sich keineswegs dem Deutschen angepasst, und deshalb ist es nicht nötig: sie haben dieselbe Form (*Courage* - *Courage*, *Flirt* - *Flirt*).

T. Schippan (1992: 263) unterscheidet zwei Wege von Entlehnungen und zwar *direkte* und *indirekte*. Die direkte Entlehnung erfolgt auf dem literarischen oder unmittelbaren Kontakt zweier Sprachen. Bei indirekter Entlehnung wird das Fremdwort noch über ein anderes Land vermittelt. Das Wort *Meeting* oder *Festival* zum Beispiel wurde erst ins Russische übernommen und erst danach ins Deutsche, also das Russische hat die Übernahme vermittelt.

3. Fremdwort als Phänomen

Die Fremdwörter bilden ohne Zweifel einen riesigen Anteil des deutschen Wortguts. Ob es um Bedrohung oder eher um Bereicherung geht, lässt sich in späteren Kapiteln überprüfen. Der Duden führt an, dass die Fremdwörter etwa 8-9% aus allen Wörtern in üblichen Zeitungstexten bilden. Wenn man nur Substantive, Adjektive und Verben betrachtet, steigt diese Nummer bis auf 16-17%. Bei Fachtexten liegt der Anteil noch höher. (DUDEN.Das Fremdwörterbuch 2010: 22)

Peter Braun (1998: 180) befasst sich mit der Problematik der Menge von *Neuaufnahmen* noch tiefer. Er hat zahlreiche Auflage des Großen Dudens untersucht und hat herausgefunden, dass der Bestand von Neuaufnahmen von Auflage zu Auflage größer. In der 16. Auflage des Rechtsschreibduden (1967) wurde eine Zunahme von 6 640 neuen Wörtern aufgezeichnet. Bei der 17. Auflage (1973) geht es schon um 10 000 neue Wörter. Einen Mehrheitsbereich von den Neuaufnahmen bilden gerade die Fremdwörter. Es ist offensichtlich, dass diese Tendenz immer weiter steigen wird und dass die Fremdwörter eine bedeutende Rolle im Deutschen spielen.

Andere Tendenz im Deutschen ist, dass die Fremdwörter ursprüngliche deutsche Bezeichnungen verdrängen, d.h., dass die deutschen Sprachbenutzer z.B. den Ausdruck *Shop* vor dem Ausdruck *Geschäft* bevorzugen. Andere typische Beispiele sind: *Center* vs. *Zentrum* oder *Drugstore* vs. *Apotheke* (Braun 1998: 193).

Wenn man noch tiefer anschaut, findet man heraus, dass unter den Neuentlehnungen Wörter aus dem Angloamerikanischen am häufigsten erscheinen. Aus 6 640 Neuwörtern in der 16. Auflage (1967) kommen 172 Wörter aus Englisch (=2,6% der Neuwörter); z.B.: *Big Band, Brain, Trust, Cartoon, Image, Gang, Cockpit, Drugstore, usw.* Das stellt Englisch auf den ersten Platz als die Quellsprache von Übernahmen. Auf dem zweiten Platz von Fremdsprachen steht Russisch mit 49 Wörtern (0,7%); z.B.: *Ataman, Datscha, Druschina, Propursk, Kumys, Matka, Prawda*, die Eigennamen usw. (Braun 1998: 181)

Es ist noch zu bemerken, dass es zwischen diesen zwei Sprachen (Englisch und Russisch) ein ziemlich großes Gefälle in der Frequenz der Erscheinung von Fremdwörtern gibt. Außerdem, die meisten — 80,4% — Neuwörter bilden

Substantive, 7,8% dann Verben. Die neuen Fremdwörter betreffen am häufigsten Bereiche von Wirtschaft, Politik, Technik, Sport und Musik. (Braun 1998: 181).

Eisenberg (2011: 45) bestätigt diese Ergebnisse mit seiner Meinung, dass „Englisch als die weltweit größte Gebersprache fungiert“. Dieses Phänomen ist logisch, denn Englisch dient in der heutigen modernen Gesellschaft als die wichtigste Sprache der Weltkommunikation (Malechová/Knápek/Beníšková 2016: 276) und der Kontakt mit Englisch ist deshalb unvermeidbar. In der Presse ist diese Erscheinung dann am besten zu sehen. Weitere Gründe der Übernahme von Anglizismen in Medien werden in den folgenden Kapiteln der Arbeit beschrieben.

4. Sonderfälle

Sehr oft begegnet man Fremdwörtern in verschiedenen Formen und nicht immer muss es genau um pure Fremdwörter gehen; es gibt einige Sonderfälle, die im Hinblick auf Englisch als die größte Gebersprache beschrieben werden.

Im Deutschen ist die Bildung von Zusammensetzungen sehr populär. Das beeinflusst verständlich auch die Fremdwörter. Wir können die Sonderfälle dieser Wortbildung auf drei Hauptgruppen einteilen: die EE-Komposita (bzw. zusammengesetzte Pseudoanglizismen), die ED-Mischkomposita und DE-Mischkomposita, wobei die ersten zwei Gruppen am produktivsten im Deutschen sind¹ (Kratochvílová 2001: 22-23).

4.1 Die EE – Komposita

Es handelt sich um solche Zusammensetzungen, bei denen das Bestimmungswort und das Grundwort² aus dem Englischen gekommen sind, z. B. *CD-Player, Keyboard, Notebook, T-Shirt, Swimmingpool, Patchwork, Know-how, Lifestyle, usw.* Die Überwiegende Mehrheit der EE-Komposita bilden die Substantiv-Substantiv-Verbindungen und kommen aus dem Bereich der Technik und Mode. Für diese Wörter gibt es auch oft eine deutsche Alternative, die nicht immer genau dem Englischen entsprechend ist. (Kratochvílová 2001: 23)

¹Der Ausdruck von EE-Komposita nach Kratochvílová heißt mit vollen Bezeichnung die englisch-englischen Komposita, der Ausdruck von ED-Komposita heißt die englisch-deutschen Komposita und der Ausdruck DE-Komposita heißt die deutsch-englischen Komposita.

²Das Grundwort und das Bestimmungswort beziehen sich auf sog. Bestimmungsrelation, wo es zwischen sprachlichen Ausdrücken um eine Operator-Operand Beziehung geht, d.h. dass das Bestimmungswort/Operator/Attribut die Bedeutung von dem Grundwort//Operand/Bezugswort näher bestimmt (Bußmann 1990: 132).

Es existiert nämlich eine spezifische Gruppe von EE-Kompositen. Es sind englisch-englische Komposita, deren Wortkombination im Englischen unbekannt ist oder wird in einer anderen Bedeutung benutzt; z. B. *Beauty-farm*, *Carpark*, *Callboy*, *Dressman*, *Talkmaster*. Diese Zusammensetzungen können auch als Scheinentlehnungen bezeichnet werden. Man kann auch dem Begriff „falsche Freunde“ begegnen. Es handelt sich um solche Wortpaare, die dasselbe Denotat bezeichnen, aber ihr Formativ ganz verschieden ist. Wir zeigen es uns auf einem Beispiel: das Wort *Talkmaster* im Deutschen bedeutet dasselbe was *Quizmaster* im Englischen. Wichtig ist jetzt, dass *Talkmaster* im Englischen nicht existiert, es geht um eine freie Analogie. (Kratochvílová 2001: 25)

Eine andere spezifische Gruppe bilden die sogenannten *Mischkomposita*, die auch unter der Bezeichnung „*Hybride Zusammensetzungen*“ zu finden sind (Kratochvílová 2001: 25). Diese Komposita lassen sich nach Kratochvílová in zwei Gruppen teilen: englisch-deutsche und deutsch-englische Komposita. Bei beiden Gruppen sind Substantive die Hauptobjekte des hybridisierenden Prozesses, sie bilden ohne Zweifel das größte Teil der Mischkomposita (Fleischer/Barz 1995: 62).

4.2 Die ED – Mischkomposita

In dieser Gruppe besteht das Mischkompositum aus dem englischen Bestimmungswort und aus dem deutschen Grundwort. Nach Kratochvílová (2001: 25) gehören sie zu einem höchst aktiven Wortbildungsmodell im Deutschen. *Backstage-Treff*, *Cardigan-Ausschnitt*, *Chipkarte*, *Discowelt*, *Powerfrau* usw. gibt sie als Beispiele an. Bei manchen Kompositen erscheint der Bindestrich, bei manchen nicht; es hängt von der Inhalt jeder Zusammensetzung ab. Nach der Forschung von Kratochvílová (2001: 25, 26) gehören zu den häufigsten Bestimmungswörtern die folgenden Ausdrücke: *Computer-* (101 mögliche Kombinationsvarianten), *PC-* (64 Möglichkeiten), *CD-* (40 Mögl.), *Multimedia-* (36 Mögl.), *Software-* (33 Mögl.) und *Video-* (32 Mögl.).

4.3 Die DE – Mischkomposita

Die deutsch-englischen Komposita werden als Zusammensetzungen beschrieben, die aus einem deutschen Bestimmungswort und einem englischen Grundwort bestehen, wie z.B.: *Bürosoftware*, *Doppeldisplay*, *Drogenjunkie* oder *Überfallkick* (Kratochvílová 2001: 26). Den meisten englischen Grundwörtern entspricht keine direkte und genaue Übersetzung (Kratochvílová 2001: 26); ergo das englische Teil ist nicht vertauschbar mit einem deutschen Synonym und füllt eine lexikalische Lücke im Deutschen aus. Das deutsche Teil hat meistens nur eine Spezifizierungsfunktion. Kratochvílová (2001: 26) hat eine Liste der häufigsten Grundwörter in DE-Komposita erarbeitet: *-Shirt* (25 Mögl.), *-Software* (24 Mögl.), *-Look* (23 Mögl.), *-Computer* (17 Mögl.)

Aus den letzten zwei Unterkapiteln (ED- und DE-Komposita) kann man zwei Folgerungen ziehen. Erstens, dieselben englischen Ausdrücke können in den beiden Fällen von Kompositen erscheinen. Zum Beispiel die *Wörter Software, Computer, CD, Modem* oder *Team* sind in beiden Tabellen von Kratochvílová zu finden. In einem Fall treten sie als Grundwörter auf, in dem anderen Fall als Bestimmungswörter.

Zweitens, die Bildung von ED-Zusammensetzungen ist viel mehr produktiv im Deutschen als die DE Bildung. Auf den Beispielen, die oben angeführt wurden, lässt sich sehen, dass es bei ED-Kompositen eine sehr breite Palette von Kombinationsvarianten gibt, wobei die DE-Kompositen weniger frequentiert sind: *Computer* in ED-K. kann 101 Kombinationsvarianten bilden, *Computer* in DE-K. kann nur 17 Varianten bilden.

Alle oben beschriebenen Arten von fremden Zusammensetzungen bilden ohne Zweifel einen riesigen Anteil des gegenwärtigen deutschen Wortschatzes. Der angloamerikanische Einfluss auf die heutige deutsche Sprache ist notwendiger und verdienstvoller und es ist nicht zu bewundern (Schippan 1992: 267). In Europa gibt es keinen Mensch, der mit dem Englischen nicht konfrontiert würde. Man kann sich dem Einfluss des Englischen nicht mehr entziehen (DUDEN 2002: 152).

Weitere Sonderfälle bilden auch die Gruppen von *Rückentlehnungen* und *Lehnbildungen*. Bei Rückentlehnungen wurde ein ursprünglich deutsches Wort in andere Sprachen übernommen und dann wieder in den deutschen Wortschatz zurückgebracht. Die Form des Wortes hat sich dazwischen natürlich geändert und auch

die Bedeutung blieb oft nicht identisch; dann spricht man über einen Bedeutungswandel, z.B. das neuhochdeutsche *Rock* wurde ins Französische als *froc* (die Kappe) übernommen, später wurde es aus dem Französischen ins Englische als *frock* (die Soutane) übernommen und schließlich aus dem Englischen wieder zurück ins Neuhochdeutsche als *Frack* (Vomáčková 2013: 33).

In den Lehnbildungen werden nur bestimmte Morpheme des Wortes übernommen (Schippan 1992: 263); es bezeichnet ein nach fremdsprachigen Vorbild neu gebildetes Wort (www.glottopedia.org). Bußmann (1990: 443) führt an, dass sich die Lehnbildungen im Hinblick auf die Größe der formalen Abhängigkeit von ihrem Vorbild in Lehnübersetzungen (z.B. *Mitlaut* für *Konsonant*), Lehnübertragungen (z.B. *Wolkenkratzer* für *skyscraper*) und Lehnschöpfungen (z.B. *Sinnbild* für *Symbol*) gliedern lassen.

Die Gliederung der Fremdwörter nach Kratochvílová und ihr Terminologie werden später im praktischen Teil angewandt.

5. Substantivische Fremdwörter nach der Länge ihrer syntaktischen Struktur

Nach diesem Kriterium lassen sich zwei Untergruppen bestimmen: kleine lexikalische bzw. syntaktische Einheiten und mehr komplexe Strukturen. Bis jetzt haben wir uns nur der ersten Gruppe gewidmet, wo die syntaktische Konstruktion eine direkte Zusammensetzung bildet. (Kratochvílová 2001: 22) Kratochvílová (2001: 22) führt an, dass diese Gruppe von komplexen Strukturen sowohl als *Blockkomposita* als auch als *Rektionskomposita* bezeichnet wird. Anteil dieser Gruppe an dem fremden Wortgut ist überwiegend.

Die Rektionskomposita werden als Determinativkomposita mit einer bestimmten semantischen Relation zwischen den Worteinheiten beschrieben. Unter *Rektion* wird die grammatische Abhängigkeit eines Wortes von einem anderen verstanden, wobei ein Wort das andere steuert (Donalies 2005: 62). Das Rektionskompositum besteht aus einem regierten (abhängigen) Element und einem abgeleiteten Valenzträger (managen › Manager), der das abhängige Element (das Objekt) regiert (Bußmann 1990: 639), z.B. *Facility-Manager*.

Zu der zweiten Gruppe gehören solche Kompositionsgruppen, die aus mehreren Gliedern bestehen. Es handelt sich um sogenannte *Satzkopplungen* oder *Wortkopplungen* je nach der Länge und Funktion (Kratochvílová 2001: 22). Nach Kratochvílová (2001: 30) sind es solche Komposita, die „einen selbständigen Satz als Kompositionskomponente haben“, z.B.: *Do-It-Yourself-Zentrum*, *Think-Big-Strategie*, *Roll-on-Roll-off-Passagiefähre*. In allen diesen Fällen ersetzen die Zusammensetzungen ganze Sätze.

6. Univerbierung

Mit dem Phänomen der Fremdwörter ist unter anderem auch die Tendenz von Univerbierung in der Synthese verbunden. Nach Braun (1998: 168) kann es als „Haupttendenz im Bereich der deutschen Wortbildung angesehen werden“. Er beschreibt den Prozess der Univerbierung als Tendenz, Wortgruppen zu einem Wort zusammenfassen, anders gesagt — eine Synthese von *Wortmehrheiten* zu *Worteinheiten*. Die Verwendung von dieser Art der Zusammensetzungen, besonders dann in der Pressesprache, steigt. Die Tendenz ist wegen der Sprachökonomie, die sich in letzten Jahren immer mehr in den Hintergrund drängt, sehr populär. Die Sprachökonomie lässt sich als „eine Ursache bzw. ein Anlaß für die Tendenz, mit einem Minimum an sprachlichem Aufwand ein Maximum an sprachlicher Effektivität zu erzielen“ beschrieben (Bussmann 1990: 711). Dieses Ziel ist durch verschiedene Maßnahmen realisierbar, z.B. durch die Kürzung (aus *Zaubererin* wird *Zauberin*), Verwendung von Abkürzungen, Analogie oder durch die Vereinheitlichung (Bussmann 1990: 711). Die Sprache wird so vereinfacht und die Informationsmenge verdichtet. Die Tendenz der Univerbierung ist also in der modernen Gesellschaft unvermeidbar.

7. Gründe der Übernahme des fremden Wortguts

Die Erscheinung des fremden Wortguts im Deutschen ist sicher nicht zufällig, es gibt bestimmte Ursachen dafür. Erst schauen wir die allgemeine Historie des Entlehnungsprozesses im Deutschen kurz hinein.

Braun (1998: 192) erklärt, dass eine wichtige Differenzierung im Lehnwortbereich besonders mit der veränderten politischen Gesamtsituation im 18. und 19. Jahrhundert verbunden ist. Nach Braun war das ein Zeitalter der Entstehung von Nationalstaaten und damit gleichzeitig der Entwicklung von Nationalsprachen. Das erschaffte den Boden für das gegenseitige Wirken der einzelnen Sprachen wie nie vorher.

Er behauptet auch, dass aber die größten Veränderungen im Wortschatz der deutschen Gegenwartssprache besonders die Umwälzung auf den Gebieten der Wissenschaft (z.B. Physik, Chemie, Rechtsprechung, Soziologie, usw.) im 19. und 20. Jahrhundert verursacht hat (Braun 1998: 158).

Braun beschreibt unter anderem kurz die wichtigsten Fremdwort- bzw. Entlehnungsepochen, die als die sogenannten europäischen *Sprachbewegungen* bezeichnet werden: im Mittelalter war Latein am meisten einflussreich, später im Humanismus hatten den größten Einfluss wieder Latein und auch Griechisch, im 17. und 18. Jahrhundert dann Französisch und von 1945 bis heute ist Englisch; also heutzutage spricht man über die Tendenz der Anglisierung und Amerikanisierung (Braun 1998: 193). Alle Epochen werden unten noch detaillierter überprüft.

7.1 Die Ursachen in der Vergangenheit

Infolge vielfältiger Beziehungen zwischen den Sprachträgern, direkter Berührungen, kultureller Verbindungen und internationaler Zusammenarbeit kommt es auch zu wechselseitiger Beeinflussung der Sprachen und zu Entlehnungen im Wortschatz; so definiert Schippan kurz und bündig die allgemeinen Hauptursachen der Übernahme der Fremdwörter (Schippan 1992: 261). Sie führt noch eine Detailanalyse durch:

Als eine der wichtigsten Ursachen der Übernahme in der Vergangenheit hält Schippan die Entlehnung mit der Sache, d.h. die neuen unbekanntenen Erscheinungen oder Gegenstände werden auch mit ihren fremden Bezeichnungen übernommen, denn die eigene Sprache besitzt für sie keinen Ausdruck (Vomáčková 2013: 28). Es ging manchmal um ganze Sachbereiche wie z.B. die Terminologie des Christentums aus der Zeit der Christianisierung zwischen den 5. und 9. Jahrhundert (*Altar, Messe, predigen*). In der Zeit der römischen Besetzung kam die zweite Welle von der Übernahme der zahlreichen Wörter aus Latein, diesmal besonders aus den Bereichen des Straßen-, Garten- oder Weinbaues, Militärwesens und Handels (*Straße, Wein, Rettich, Pfeil, Sack*). Später, in Renaissance, wurden Griechisch und Latein als Sprachen der Wissenschaft genutzt und seitdem bilden diese Sprachen den Kern der Bildung von Fachwörtern bis heute. In diesem Fall kann man von echten Fremdwörtern sprechen, denn die Fachwörter wurden oft als Ganzheiten entlehnt.

Ein anderer Grund der Übernahme des fremden Wortguts waren nach Schippan die gruppen- und schichtenspezifischen Interessen von Ständen sich vom Volk abzuheben. Es betrifft besonders die Übernahme der französischen Wörter im 16. und 17. Jh. durch den Adel und später im 18. und 19. Jh. durch das Bildungsbürgertum. Die übernommenen Wörter beziehen sich vor allem auf den Lebensstil der höfischen Gesellschaft (Ausstattung, Mode, Kunst, Architektur), die den französischen Hof als Vorbild hatte.

Neues Wortgut wurde auch wegen der gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Rückständigkeit Deutschlands im 19. Jh. übernommen. In diesem Fall waren die Schöpfsprachen Englisch und Französisch. Ein großer Teil des politischen und parlamentarischen Wortschatzes kommt ursprünglich aus der Zeit der Französischen Revolution. (Schippan 1992: 262)

Damit wird der nächste wichtige Grund verbunden: die internationale Zusammenarbeit auf allen Gebieten. Es führte zur Entstehung von den sogenannten *Internationalismen*³ (Schippan 1992: 262). Nach der Forschung Brauns handelt sich es meistens um Ausdrücke aus dem Bereich des Sports (*Baseball, Basketball, Rugby, Surfing*), der

³Internationalismus bezeichnet ein international gebräuchliches Wort, das in vielen Nationalsprachen ohne Übersetzung verständlich ist (Braun 1998: 194).

Musik (*Gong, Tuba, Saxophon, Harmonium*), Technik und Wissenschaft (*Bus, Jet, Cockpit, Dynamo, Jeep, Algebra*) oder Pflanzen (*Rose, Oleander, Aster, Jasmin*). Die Verwendung der *Internationalismen* soll die Alltagskommunikation zwischen Menschen verschiedener Herkunftssprachen erleichtern und sie leisten einen wichtigen Beitrag zur europäischen Integration, d.h. zur Differenzierung der Fremdwortdiskussion (Braun 1998: 205).

Die kulturellen und wissenschaftlichen Vorbilder und Beziehungen führten immer wieder zu Entlehnungen (Schippa 1992: 261); diese Ursache ist immer noch aktuell. In der modernen Gesellschaft ist der technische Fortschritt in Verbindung mit der Entwicklung der Kommunikationsmittel schnell und intensiv. Es gibt also einen „ungewöhnlich großen Benennungsbedarf in allen Bereichen des modernen Lebens“ (Braun 1998: 170).

7.2 Die Ursachen in der Gegenwart

Seit Ende des zweiten Weltkriegs wird wegen des wirtschaftlichen und politischen Einflusses Englands und der USA das Englische als Modesprache empfunden (Schippa 1998: 262).

Die Anglizismen hängen mit der Problematik der folgenden gesellschaftlichen Erscheinung: unsere Gesellschaft steht im Umbruchprozess zur *Network Society*. Dieser Begriff wurde von Manuel Castells geschaffen, der sich mit dem Informationszeitalter beschäftigt hat. In *Network Society* befindet man sich in einem beständigen Wissenszuwachs. Die Informationen, die man jeden Tag bekommt, sind oft unzusammenhängend. Deswegen wird man oft in dem riesigen Informationsschwall ganz verloren. Nur wenigen gelingt es, die Informationsflut unterschiedlichen Gewichts und Werts zu meistern und komplexe Ideen aufzubauen. Dieses Problem beschreibt Kroker als das *Digitale Delirium*.

Die Gesellschaft befindet sich im digitalen Zeitalter der sprachlichen Globalisierung, wo Englisch ohne Zweifel dominiert. (DUDEN 2002: 152). Schippa (1998: 268) führt

an, dass anhand dieses Phänomens „eine neue Welle fremden Wortgutes gegenüber dem britischen Englisch des beginnenden 20. Jahrhunderts entsteht“.

Fast alle Autoren und Forscher stimmen zu, dass der englische Einfluss besonders auf den Gebieten der Fachsprachen am stärksten ist. Bei Entwicklung der Unterhaltungsindustrie, Technik, Marketings, Mode und Wirtschaft überwiegt der angloamerikanische Einfluss (Schippan 1998: 268). In Duden (2002: 158) wird noch mit Sondersprachen wie z.B. der Slang der Schüler gerechnet. Die Entertainmentindustrie umfasst den Sprachgebrauch in den Massenmedien (Internet) und Werbebranche.

Wer sich heutzutage in den deutschsprachigen Ländern beruflich qualifiziert und spezialisiert, braucht jedenfalls englische Sprachkenntnisse (DUDEN 2002: 155) und je fester sich Strukturen der Informationsgesellschaft mit ihrer digitalen Vernetzung von Kommunikationssystemen etablieren, desto stabiler ist die Rolle des Englischen. (DUDEN 2002: 165).

Die Anglizismen sind in größerer Zahl nur in bestimmten Textsorten zu finden. Nach Duden (2002:174) handelt es sich meistens um Anzeigen- und Werbesprache (d.h. in Massenmedien), Computersprache und in bestimmten Sendungen des Hörfunks und Fernsehens. Interessant ist, dass z.B. in Serien durchschnittlich alle dreieinhalb Minuten ein Fremdwort aus dem Englischen verwendet wird (Duden 2002: 221).

„Der englische Einfluss ist außerordentlich stark und muss zu den auffallenden Entwicklungserscheinungen der deutschen Sprache der Gegenwart gerechnet werden“, beschreibt Schippan (1998: 269) die gegenwärtige sprachliche Situation des Deutschen.

Nicht auszulassen ist wieder der Begriff der Sprachökonomie, der im Kapitel 6 beschrieben wurde. In der heutigen modernen Welt gibt es eine Tendenz, mit möglichst wenig sprachlichen Mitteln möglichst viel auszudrücken (www.mediensprache.net). T. Schippan (1992: 269) meint, dass zu Entwicklungen der Sprache nur solche Innovationen des deutschen Wortschatzes führen, die der Effektivität sprachlicher Kommunikation dienen.

8. Probleme mit dem Verständnis der Fremdwörter

Es gab bestimmte Untersuchungsergebnisse, die beweisen, dass wo Menschen andere Menschen oder Sachverhalte nicht verstehen, werden die Fremdwörter oft schuldig gesprochen (Braun 1998: 191). Man spricht also über ein Missverständnis der Fremdwörter, die die Kommunikation eher komplizieren als erleichtern. Nach einer Umfrage des Instituts für Deutsche Sprache „fallen unter den negativ bewerteten Erscheinungen der gegenwärtigen Sprachentwicklung vor allem die Anglizismen auf (DUDEN 2002: 171)“. Im Duden werden auch einige Ursachen der Missverständnis beschrieben: die oben erwähnte erschwerte Verständigung, die Überflüssigkeit der Anglizismen und Probleme mit der Identität der Sprache und ihre Benutzer. Die Sprachpuristen sind natürlich gegen die Globalisierung, sie wollen Deutsch „sauber“ behalten. Sie empfinden die Fremdwörter als Bedrohung für das Deutsche (DUDEN 2002: 174). In extremen Fällen wird eine Frage bejaht, ob das Deutsche verschwindet und dass es durch eine andere Sprache verdrängt wird (z.B. mit dem sogenannten *Denglisch*).

Braun (1998: 191) bestätigt im Zusammenhang mit Verständigkeit der Fremdwörter: Erst, je vertrauter der Sachbereich, desto geringer die Schwierigkeiten beim Umgang mit Fremdwörtern sind und je fremder der Sachbereich, desto größere Schwierigkeiten.

Zweitens, je stärker die Satzeinbettung der Entlehnungen, desto geringer die Schwierigkeiten beim Umgang mit Fremdwörtern und je geringer die Satzeinbettung, desto größer die Schwierigkeiten.

Nach einer Forschung der allgemeinen Verständigkeit von Anglizismen verhindert das Verwenden von Anglizismen im Durchschnitt 10,8% der Befragten (6,2% Jugendliche und 15,4% Erwachsene) und 21,5% der Befragten verstehen dann alle Wörter aus dem Englischen. Der größte Anteil der Befragten — 67,7% — verstehen viele (aber nicht alle) fremde Ausdrücke. In allen Gruppen haben größere Schwierigkeiten mit dem Verstehen der Texte die Erwachsenen. (DUDEN 2002: 232)

Das Misstrauen gegenüber fremden Wörtern liegt vielleicht in ihrer Unmotiviertheit. Die deutschen Ausdrücke vermitteln dem Sprachbenutzer den Eindruck der Durchsichtigkeit und Vertrautheit; bei Fremdwörtern entfällt dieses Merkmal. Auch die

Merkfähigkeit bei fremden Wörtern ist schwieriger als bei den heimischen Wörtern. Bei fremden Ausdrücken fehlt einfach der Eindruck der Vertrautheit. Die Wissenschaftler umschreiben diesen Umgang mit den sprachlichen Zeichen als *naiven Sprachrealismus* (Braun 1998: 192).

PRAKTISCHER TEIL

Diese Arbeit befasst sich mit dem Phänomen der Übernahme von Fremdwörtern in das Deutsche und mit der Frequenz ihrer Erscheinung in der österreichischen Presse. Die Analyse der ausgewählten Zeitungen konzentriert sich auf substantivische Anglizismen mit der Ausrichtung auf Zusammensetzungen nach der Gliederung von Iva Kratochvílová (s. Kapitel 4).

In der Analyse wird die quantitative⁵ Methode angewandt, d.h. die absolute Anzahl der substantivischen Anglizismen wird in die relative Anzahl umgerechnet. In der Detailanalyse wird die Anzahl der gefundenen Anglizismen aus mehreren Sichten statistisch ausgewertet und in der Graphik dargestellt wird.

Das Ziel der Arbeit ist herauszufinden, wie hoch die Erscheinungsfrequenz der substantivischen Anglizismen im Deutschen auf der Basis der Analyse von gewählten Artikeln aus der österreichischen Presse ist, und so festzustellen, ob sich die Gliederung nach Iva Kratochvílová (s. Kap. 4) auch in meiner Textanalyse des praktischen Teils widerspiegelt. Die Forschung untersucht inwieweit die drei Gruppen der zusammengesetzten Anglizismen in der Gliederung von Iva Kratochvílová in den ausgewählten Texten prozentuell vertreten sind.

Meine Hypothese, dass die ersten zwei Gruppen auch in diesen österreichischen Zeitungen am häufigsten erscheinen, kann bestätigt werden (d. h. die Gruppen von EE- und ED-Kompositen im Deutschen am sind produktivsten).

In der Forschung des praktischen Teils dieser Arbeit wird die Ausgabe der Innsbrucker TT Kompakt benutzt. Zwei Typen der Zeitungen (basics und TT Kompakt) werden untersucht zwecks der Vielfältigkeit der Forschung und des Ausweichens der Homogenität der Forschung ergo ihrer möglichen Subjektivität.

⁵ Die quantitative Forschung ist eine empirische Forschung, die mit besonderen Datenerhebungsverfahren quantitative Daten erzeugt und statistisch verarbeitet, um dadurch neue Effekte zu entdecken (www.bachelorprint.de).

1. Charakteristik der ausgewählten Presse

1.1 basics

Basics ist eine regionale österreichische Zeitung, deren Wirkungskreis sich in Nordtirol befindet. Basics hat die Rechtsform einer GmbH und wird von ECHO Zeitschriften und Verlagen mit der Hauptsiedlung in Innsbruck herausgegeben. Die Zeitung erscheint alle 14 Tage (immer am Donnerstag oder Freitag). Die Zeitung ist crossmedial zugänglich; sie ist sowohl online auf dem Leseportal www.basics-media.at als auch wie ein freier App für Smartphone verfügbar. Basics befasst sich mit den Themen aus der Politik, Wirtschaft, Bildung, Mobilität und dem Wissen. Außerdem bietet die Zeitung vielfältige Möglichkeiten der Werbung und ist sehr aktiv im Bereich von der Suche der Arbeitsplätze für die Leser; sie hat einen eigenen Stellenmarkt organisiert (www.basics-media.at).

1.2 Tiroler Tageszeitung

Die Tiroler Tageszeitung (TT) ist eine österreichische Zeitung, die im Bundesland Tirol schon seit 1945 als Nachfolger der *Innsbrucker Nachrichten* tätig ist. Sie erscheint täglich mit acht lokalen Ausgaben: Schwaz, Reutte, Osttirol, Kitzbühel, Kufstein, Imst und Innsbruck. Die Zeitung hat ebenso die Form der GmbH und stellt das Flaggschiff der Moser Holding mit der Hauptsiedlung in Innsbruck (www.tt.com). Mit ihren vier Medienkanälen (Tiroler Tageszeitung, TT am Sonntag, TT Kompakt und TT online) zählt sich die TT zu den beliebtesten Leitmedien⁴ Tirols (www.moserholding.com). Die vorkommenden Themen in der Zeitung sind Politik, Wirtschaft, Technik, Finanzen, Wissenschaft und Sport.

⁴Als Leitmedien werden in der Publizistik- und Medienwissenschaft Einzelmedien bezeichnet, denen eine ausgeprägte Hauptfunktion in der Konstitution gesellschaftlicher Kommunikation und von Öffentlichkeit zukommt; es geht also um ein zentrales/führendes Medium (www.educalingo.com).

2. Die Forschung

Artikel I

„Modeferrari“ als Tiroler Unikatschule: Schwerpunkt *Design*, *Grafik* und *Lifestyle*

Selbstbewusste junge Frauen mit wichtigen Schlüsselqualifikationen für die Wirtschaft auszubilden, ist das große Ziel der Modeferraris Schule in der Innsbrucker Weinhartstraße. Die nachgefragte Schule hat ihr Ausbildungsprofil ganz bewusst auf die Notwendigkeiten des nationalen aber auch europäischen Marktes ausgerichtet. Damit will sie ihren Absolventinnen eine Vielzahl von *Jobchancen* im In- und Ausland sowie auch die Möglichkeit eines Universitätsstudiums eröffnen. Die Zusammenarbeit mit der Bekleidungs-, Mode- und Kreativwirtschaft und der Bezug zur Praxis sind wesentliche Elemente des Unterrichts an der Modeferrari. Schließlich ist sie eine „berufsbildende höhere Schule“. Und nimmt diese Ausrichtung auch sehr ernst. Sie bietet mit der Kombination von allgemein- und fachpraktischer Bildung ein modernes Angebot für kreative junge Menschen. Zentraler Teil ist der Schwerpunkt *Modedesign* mit *Grafik*. Und hier das Bemühen das kreative Potential der Schülerinnen und Schüler zu fördern, sie zu Ideendenkern auszubilden. Die trainierte Fähigkeit, neue Ideen zu denken und umzusetzen, quer zu denken, wird dabei als Transferkompetenz erachtet, die nicht nur in der Modebranche zählt. Denn wer gute Ideen hat, kreativ ist, kann diese Fähigkeit auch in anderen Bereichen von *Design* nützen.

Die Modeschülerinnen erhalten nämlich eine fundierte Ausbildung in drei großen Bereichen. Der erste Block umfasst Allgemeinbildung, Sprachen, kaufmännische Ausbildung und ein intensives *Training* für den universellen EDV-Einsatz. Der zweite Bereich bezieht sich auf die Mode, wo die SchülerInnen fundiertes Fachwissen über *Design*, Fertigung und *Marketing* erfahren. Weitere Ausbildungsziele sind Kreativität, Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit sowie Führungskompetenz.

Artikel aus: basics, 9. Jg., Nr. 386, S. 3 (s.u. Anl. 1)

Im Artikel I erscheinen folgende Anglizismen: *Design* (3x), *Lifestyle* (1x), *Jobchancen* (1x), *Modedesign* (1x), *Training* (1x), *Marketing* (1x). Davon sind ein-gliedrig: *Design*, *Training*, und *Marketing*. Davon mehrgliedrig sind: *Lifestyle*, *Jobchancen* und *Modedesign*. Aus den mehrgliedrigen Anglizismen ist: *Lifestyle* ein EE-Kompositum, *Jobchancen* ein ED-Kompositum, *Modedesign* ein DE-Kompositum (s. Kap. 4).

Artikel II

Hohe Direktinvestitionen, geringe Standortwirkung

Österreichs Unternehmen sind ein *Jobmotor* im EU-Ausland. Der Standort Österreich profitiert dagegen kaum von ausländischen Direktinvestitionen, ergab eine Studie von EY.

Die europäische Wirtschaft hat im vergangenen Jahr einen weiteren Schritt aus der Krise gemacht. Die Wirtschaftsleistung wuchs um knapp zwei Prozent, die Arbeitslosigkeit ging um 0,8 Prozentpunkte zurück. Dieser Aufschwung wirkt sich sichtbar positiv auf die Attraktivität des Wirtschaftsraums aus. Ausländische Direktinvestitionen (*Foreign Direct Investment*, FDI) in Europa stiegen 2016 bereits zum vierten Mal in Folge auf ein neues Allzeithoch. Die Anzahl der Investitionsprojekte kletterte im Vergleich zu der Vorjahr aufgestellten Rekordmarke um 15 Prozent auf 5.845. Die dadurch geschaffenen Arbeitsplätze stiegen sogar um 19 Prozent auf 259.673. Nur einmal in den vergangenen 20 Jahren waren noch mehr Arbeitsplätze durch ausländische Direktinvestitionen geschaffen worden. 1997 waren es fast 267.000 gewesen, wie die Beratungsorganisation EY in ihrem 15. *European Attractiveness Survey* herausfand.

Österreichs Unternehmen spielen beim Aufschwung in Europa eine tragende Rolle. Sie schufen 2016 im europäischen Ausland so viele Jobs wie nie zuvor. Gegenüber dem Vorjahr stieg die Zahl der Arbeitsplätze um 22 Prozent auf 6.138. „Österreichs Betriebe waren 2016 der zehntgrößte *Jobmotor* in Europa – nur Unternehmen aus erheblich größeren Volkswirtschaften haben mehr zum Arbeitsmarktaufschwung im vergangenen Jahr beigetragen“, sagt Helmut Maukner, *Country Managing Partner* bei EY Österreich. Europa profitierte von der eindrucksvollen Leistungsfähigkeit und hohen Investitionsbereitschaft der österreichischen Unternehmen.

Der Standort Österreich konnte hingegen bislang kaum vom Investitionsrekord in Europa profitieren: Obwohl die Anzahl der hierzulande initiierten Investitionsprojekte im Vergleich zum 2015 um ein Fünftel auf 49 gestiegen ist, findet sich der Standort Österreich im europäischen *Ranking* auf einer abgeschlagenen Position wieder.

„Österreich ist momentan nur Zaungast beim europäischen *Investitionsboom* und belegt im *Ranking* der wichtigsten Investitionsstandorte den abgeschlagenen 21. Rang hinter deutlich kleineren Volkswirtschaften wie Portugal, der Slowakei oder Ungarn,“ kommentiert Maukner. Im Endergebnis zeigt ein deutliches Ungleichgewicht: Österreichs Unternehmen haben 2016 in Europa drei Mal so viele Investitionen getätigt wie ausländische Investoren hierzulande...

Artikel aus: basics, 10. Jg., Nr. 392, S. 2 (s.u. Anl. 2)

Im Artikel II erscheinen folgende Anglizismen: *Jobmotor* (2x), *Jobs* (1x), *Ranking* (2x), *Investitionsboom* (1x), *Foreign Direct Investment* (1x), *European Attractiveness Survey* (1x), *Country Managing Partner* (1x). Davon eingliedrig sind: *Jobs* und *Ranking*, mehrgliedrig: *Jobmotor*, *Investitionsboom*, *Foreign Direct Investment*, *European Attractiveness Survey* und *Country Managing Partner*. Aus den mehrgliedrigen Anglizismen sind: *Foreign Direct Investment*, *European Attractiveness Survey* und *Country Managing Partner* EE-Komposita, *Investitionsboom* ein DE-Kompositum und *Jobmotor* ein ED-Kompositum.

Artikel III

Hausbergtag am Patscherkofel

Die Patscherkofelbahn lädt am Sonntag, den 5. März 2017, von 10:00 bis 16:00 Uhr zu Hausbergtag ein. Das vielseitige, kostenlose Programm umfasst einen Parkour mit Steilkurven und *Snowbiken* im Kinderland der Skischule Innsbruck, Kinderbetreuung im Zwerglparadies Nima's neben dem Olex Restaurant, einen *Skitouren-Workshop* für Anfänger von *Snowhow* mit vor Ort verfügbarem Leihmaterial. Der *Workshop* beginnt um 10:00 Uhr, Treffpunkt ist die Patscherkofel Lounge, eine Anmeldung ist nicht notwendig. Selbiges gilt für eine geführte Schneeschuhwanderung. Außerdem gibt es ein *BBQ* im *Snowpark*, *Live-Musik* im Schutzhaus Patscherkofel und der Patscher Alm von 11:30 bis 15:30 Uhr. Im Intersport Patscherkofel neben dem Olex Restaurant findet ein Totalabverkauf statt. Jeden Donnerstag im März steht ab 15:00 Uhr im *Snowpark* unter dem Motto „Gemeinsam am Berg chillen und grillen!“ Der Ochsenalm-Schlepplift läuft in diesen Tagen bis 18:00 Uhr.

Artikel aus: basics, 9. Jg., Nr. 386, S. 1 (s.u. Anl. 3)

Im Artikel III erscheinen folgende Anglizismen: *Snowbiken* (1x), *Skitouren-Workshop* (1x), *Snowhow* (1x), *Workshop* (1x), *BBQ* (1x), *Snowpark* (2x) und *Live-Musik* (1x). Aus diesen Anglizismen ist eingliedrig nur *BBQ/barbecue*. Die anderen sind mehrgliedrig: *Snowbiken*, *Skitouren-Workshop*, *Snowhow*, *Workshop*, *Snowpark*, und *Live-Musik*. Aus den mehrgliedrigen Anglizismen sind: *Snowbiken*, *Snowhow*, *Workshop* und *Snowpark* EE-Komposita, *Skitouren-Workshop* ein DE-Kompositum, *Live-Musik* ein ED-Kompositum.

Artikel IV

Pirlo setzt auf innovative Druckmaschine

Der Kufsteiner Verpackungshersteller Pirlo hat kürzlich eine neue Sechs-Farben-Druckmaschine in Betrieb genommen. Für das Unternehmen stellt die Neuanschaffung die größte Einzelinvestition der Firmengeschichte dar. Es handelt sich um eine MetalStar 3 des Herstellers KBA, die einzigartigen, innovativen *Features* ausgestattet ist. Mit einer Leistung von 8.000 tafeln pro Stunde und sechs Druckwerken gehört sie zu den leistungsstärksten *Offset-Druckmaschinen* am Markt.

Artikel aus: basics, 10. Jg., Nr. 392, S. 3 (s.u. Anl. 4)

Im Artikel IV erscheinen folgende Anglizismen: *Fetaures* (1x) und *Offset-Druckmaschinen* (1x). Eingliedrig ist: *Features*, *Offset-Druckmaschine* ist dann mehrgliedrig und es handelt sich um ein ED-Kompositum. Text IV enthält keine EE-Komposita und keine DE-Komposita.

Artikel V

Die Gefahren des Internets

Innsbruck – Die Kinder der Volksschule Allerheiligen waren gestern die ersten Tiroler Schüler, denen das Projekt *Cyber-Kids* vorgestellt wurde. In dem Präventionsprojekt soll den Kindern im Alter zwischen acht und zehn Jahren ein verantwortungsvoller Umgang mit dem *Internet* vermittelt werden. Ähnlich der Verkehrserziehung und der Kinderpolizei soll dabei von ausgebildeten Beamten vom *Mobbingthema* bis zum Verschicken von Fotos via *WhatsApp* alles besprochen werden, was im Netz so an Gefahren lauert. Dabei, so stellten LH Günther Platter und Bildungspräsidentin Beate Palfrader fest, sei die Nutzung von *Smartphone* oder *Computer* „Chance und Risiko gleichermaßen“. Den Schulen werde jedenfalls das Angebot gemacht, die Beratung in Anspruch zu nehmen. Den Kindern in Allerheiligen hat es gefallen.

Artikel aus: Tiroler Tageszeitung Kompakt, 21. März 2017, S. 4 (s.u. Anl. 5)

Im Artikel V erscheinen folgende Anglizismen: *Cyber-Kids* (1x), *Internet* (2x.), *Mobbingthema* (1x), *WhatsApp* (1x), *Smartphone* (1x) und *Computer* (1x). Davon eingliedrig sind: *Internet* und *Computer*, mehrgliedrig: *Cyber-Kids*, *Mobbingthema*, *WhatsApp* und *Smartphone*. Aus den mehrgliedrigen Anglizismen sind: *Cyber-Kids*, *WhatsApp* und *Smartphone* EE-Komposita, *Mobbingthema* ist ein ED-Kompositum. Text V enthält keine DE-Komposita.

Artikel VI

„Stalking-App“ narrt Facebook-Nutzer

London – Die britische *Marketing-Agentur* Zaco Creative hat *Facebook-Nutzer* und mehrere Medien mit einer erfundenen *Stalking-App* genarrt, so das Nachrichtportal „Spiegel online“. Es sei vor einigen Tagen eine *App* namens Facezam angekündigt worden, mit der Nutzer auf der Straße ein Foto von irgendwelchen Menschen machen und anhand des Schnappschusses herausfinden könnten, wie die fotografierte Person bei *Facebook* heißt. Sogar ein Chef mit dem Namen Jack Kenyon wurde erfunden, der sich Medienvertretern für Interviews anbot. Dieser sagte dem britischen *The Telegraph*: „Facezam könnte das Ende unserer anonymen

Gesellschaften bedeuten“. Die falschen Entwickler prahlten auch damit, Milliarden von Profilen pro Sekunde durchsuchen zu können, eine Trefferwahrscheinlichkeit von 70 Prozent zu erreichen und den *Link* zu einem *Facebook-Profil* innerhalb von Sekunden auszuspucken.

Nun gab Zaco Creative zu: Die *App-Ankündigung* war eine Ente. Auf der *Fake-Website* teilt die Agentur inzwischen mit: „Die *App* hat niemals existiert und wird niemals veröffentlicht.“ Doch mit der Aktion wollte das *Team* nicht nur auf sich selbst aufmerksam machen und die Medien täuschen. Sie hinterließen auch eine kritische Botschaft: „Glücklicherweise gibt es *Gesichtserkennungs-Apps* derzeit nicht im Westen. Wir hoffen, dass es so bleibt.“

Die Aktion kam aber nicht überall gut an. Nach Informationen des Tech-Portals Mashable habe sich *Facebook* nach wenigen Stunden an das *Marketing-Büro* gewandt.

„Einige Leute sind überhaupt nicht erfreut gewesen“, wird der falsche Chef Kenyon zitiert, daher habe man den *Hoax* auch gleich aufgelöst.

Artikel aus: Tiroler Tageszeitung Kompakt, 21. März 2017, S. 24 (s.u. Anl. 6)

Im Artikel VI erscheinen folgende Anglizismen: *Stalking-App* (2x), *Facebook-Nutzer* (2x), *Marketing-Agentur* (1x), *App* (2x), *Facebook* (2x), *Link* (1x), *Facebook-Profil* (1x), *App-Ankündigung* (1x), *Fake-Website* (1x), *Team* (1x), *Gesichtserkennungs-Apps* (1x), *Marketing-Büro* (1x), *Hoax* (1x). Davon eingliedrig sind: *Facebook*, *App*, *Link*, *Team* und *Hoax*, mehrgliedrig: *Stalking-App*, *Facebook-Nutzer*, *Marketing-Agentur*, *Facebook-Profil*, *App-Ankündigung*, *Fake-Website*, *Gesichtserkennungs-Apps* und *Marketing-Büro*. Aus den mehrgliedrigen Anglizismen sind: *Stalking-App* und *Fake-Websitedie* EE-Komposita, *Marketing-Agentur*, *Facebook-Nutzer*, *Facebook-Profil*, *App-Ankündigung* und *Marketing-Büro* ED-Komposita und *Gesichtserkennungs-Apps* ist ein DE-Kompositum.

Artikel VII

Spitzenathlet verkaufte Anabolika

Ein Weltklasse-Muskelprotz versorgte Kollegen mit *Dopingmitteln*. Die Strafe folgte.

Innsbruck – In seiner Disziplin zählte er zu den weltweit Besten und ist auch heute noch für sportliche Ausnahmeleistungen gut. In diesem Umfeld begann der Tiroler, sich für Dopingmittel zu interessieren, und versorgte ab 2015 auch ehrgeizige Kollegen mit diversen Anabolika, die auf Referenzliste der *Anti-Doping-Kommission* aufscheinen.

Bestellt hatte der Tiroler Athlet die Stoffe übereinen deutschen *Internetanbieter*. Da in Deutschland zu diesen Stoffen jedoch eine verschärfte Gesetzeslage herrscht, geriet der Tiroler in Behördenermittlungen. Im Februar klickten für ihn die Handschellen. Nach dreieinhalb Wochen Untersuchungshaft und größeren privaten Schwierigkeiten dann gestern am Landesgericht der *Anti-Dopingmittel-Prozess*.

Vor RichterIn Verena Offer berichtete der Sportler dann, dass Anabolika bei Österreichs *Bodybuildern* praktisch an der Tagesordnung seien. Grund dafür sei, dass es in den Vorfeldvereinen eben keinerlei *Anti-Doping-Regeln* gebe. Obwohl sich die Mittel „wie die warmen Semmeln verkauft“ hatten, will der Tiroler als Drehscheibe damit nicht mehr als 3000 Euro verdient haben. Bei einem Strafraum von bis zu fünf Jahren Haft blieb das Urteil aufgrund des vollen Geständnisses noch milde: Ein Jahr bedingte Haft und 1440 Euro Geldstrafe ergingen. Aufgrund der bestellten Riesenmengen zieht die Republik zudem 20.000 Euro an errechneten Gewinnen ein.

Artikel aus: Tiroler Tageszeitung Kompakt, 14. Juni 2017, S. 4 (s.u. Anl. 7)

Im Artikel VII erscheinen nur mehrgliedrige Anglizismen: *Dopingmittel(n)* (2x), *Anti-Doping-Kommission* (1x), *Internetanbieter* (1x), *Anti-Dopingmittel-Prozess* (1x), *Bodybuildern* (1x) und *Anti-Doping-Regeln* (x1). Aus diesen Anglizismen ist: *Bodybuildern* ein EE-Kompositum, *Dopingmittel(n)*, *Anti-Doping-Kommission*, *Internetanbieter*, *Anti-Dopingmittel-Prozess* und *Anti-Doping-Regeln* sind ED-Komposita. Der Text enthält keine DE-Komposita.

3. Die Bewertung der Forschung

Artikel	Zahl der Wörter	Anzahl der subst. Anglizismen*	Prozentanzahl der Anglizismen
I	240	8	3,3%
II	321	9	2,8%
III	136	8	5,8%
IV	65	2	3,0%
V	115	7	6,0%
VI	230	17	7,4%
VII	199	7	3,5%
Insgesamt	1.306	58	4,4%

*Manche Anglizismen können sich in den ausgewählten Texten wiederholen, in dieser Tabelle werden auch die wiederholenden Ausdrücke eingerechnet.



In der Forschung wurden sieben verschiedene Artikel aus den Zeitungen *basics* und *Tiroler Tageszeitung Kompakt* untersucht. Insgesamt handelt es sich um 1.306 untersuchte Wörter. Aus den 1.306 Wörtern wurden 58 Wörter als substantivische Anglizismen klassifiziert: das bildet im Durchschnitt die Anzahl von 4,4 %; also fast jedes 22. Wort in den untersuchten Texten ist ein substantivischer Anglizismus.

Artikel	Zahl der subst. Anglizismen**	Davon Eingliedrige	Davon Mehrgliedrige
I	6	3 (50,0%)	3 (50,0%)
II	7	2 (28,6%)	5 (71,4%)
III	7	1 (7,0%)	6 (93,0%)
IV	2	1 (50,0%)	1 (50,0%)
V	6	2 (33,3%)	4 (66,6%)
VI	13	5 (38,4%)	8 (61,5%)
VII	6	0	6 (100,0%)
Insgesamt	47	14 (29,8%)	33 (70,2%)

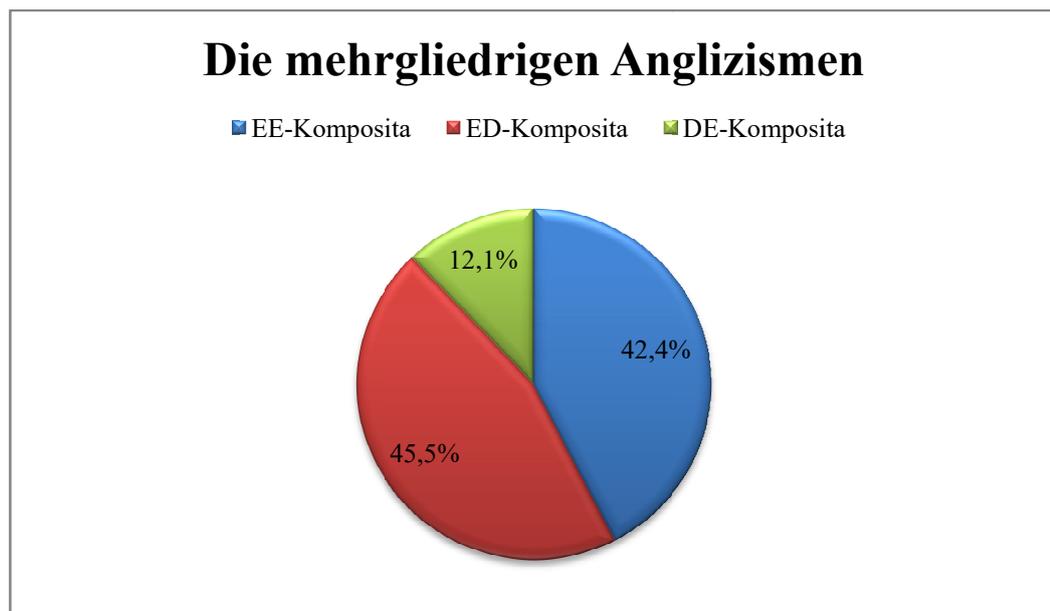
**Die Wiederholung der Anglizismen wird nicht berücksichtigt, d. h. die wiederholenden Ausdrücke werden in der Tabelle nicht eingezählt.



Unter der Voraussetzung, dass die Wiederholung von manchen Anglizismen in den untersuchten Texten nicht berücksichtigt wird, handelt es sich um 47 substantivische Anglizismen, die in den Artikeln vorkommen. Davon sind 14 eingliedrig (d.h. 29,8% aller gefundenen Anglizismen) und 33 mehrgliedrig (d.h. 70,2% aller gefundenen Anglizismen).

Artikel	Zahl der mehrgliedrigen Anglizismen***	Davon die EE Komposita	Davon die ED Komposita	Davon die DE Komposita
I	3	1 (33,3%)	1 (33,3%)	1 (33,3%)
II	5	3 (60,0%)	1 (20,0%)	1 (20,0%)
III	6	4 (66,6%)	1 (16,7%)	1 (16,7%)
IV	1	0	1 (100,0%)	0
V	4	3 (75,0%)	1 (25,0%)	0
VI	8	2 (25,0%)	5 (62,5%)	1 (12,5%)
VII	6	1 (16,7%)	5 (83,3%)	0
Insgesamt	33	14 (42,4%)	15 (45,5%)	4 (12,1%)

***Die Wiederholung der Anglizismen wird nicht berücksichtigt.



Die untersuchten Texte enthalten insgesamt 33 zusammengesetzte substantivische Anglizismen. Davon sind 14 Wörter die EE-Komposita (d.h. 42,4%), 15 Wörter die ED-Komposita (d.h. 45,5%) und vier Wörter die DE-Komposita (d.h. 12,1%).

Fazit

Im praktischen Teil der Arbeit wurden sieben Artikel aus mehreren Auflagen der österreichischen Zeitungen *Tiroler Tageszeitung* und *basics* angesichts des Erscheinungsmaßes von verschiedenen Gruppen der Anglizismen untersucht. In der Forschung wurden nur die Substantive betrachtet. Alle Ergebnisse wurden dann prozentuell und graphisch dargestellt.

Aus der durchgeführten quantitativen Forschung der Textanalyse ergibt sich, dass die Erscheinungsfrequenz der substantivischen Anglizismen in den angeführten Texten hoch ist: fast jedes zweiundzwanzigste Wort ist ein substantivischer Anglizismus (das bildet die Anzahl von 4,4% aller Wörter dieser Texte). Es gab in den ausgewählten Artikeln keinen ohne mindestens zwei Anglizismen darin. Den größeren Anteil aller gefundenen Anglizismen bilden Ausdrücke, die aus mehreren lexikalischen Einheiten stammen (70,2% aller gefundenen Anglizismen). Deutlich kleineren Anteil repräsentieren die Ausdrücke, die aus nur einer lexikalischen Einheit stammen (29,8% aller gefundenen Anglizismen). Die Forschung hat demnach aber auch bestätigt, dass der Unterschied zwischen den ein- und mehrgliedrigen Anglizismen sehr markant ist.

Aus den Resultaten kann man den Schluss ziehen, dass die Wortbildung der ED- und EE-Kompositen wirklich am produktivsten ist: das bestätigt die Gliederung nach Iva Kratochvílová (s. Kapitel 4). Die Forschung hat aber auch darauf hingewiesen, dass die Erscheinungsfrequenz der zwei Gruppen (ED- und EE-Kompositen) im Vergleich mit den Erwartungen viel höher ist.

Die Gruppe der zusammengesetzten Anglizismen wurde nach Kratochvílová in drei Untergruppen eingeteilt; die ED-Komposita bilden 45,5% der zusammengesetzten Anglizismen in den ausgewählten Artikeln, die EE-Komposita bilden 42,4% der zusammengesetzten Anglizismen und die DE-Komposita stellen 12,1% der zusammengesetzten Anglizismen dar, wobei die ersten zwei Untergruppen am häufigsten sind.

Die englischen Fremdwörter in jeder Form bilden einen wichtigen Anteil des deutschen Wortschatzes und es muss mit ihnen auch in der Zukunft gerechnet werden, denn die Tendenz der Übernahme aus dem Englischen wird möglicherweise immer noch steigen.

Resümee

Tato bakalářská práce s názvem „Fremdwörter in der deutschsprachigen Publizistik: mit dem Fokus auf substantivische Anglizismen“ je rozdělena do dvou částí: teoretická a praktická část. Teoretická část se zabývá vysvětlením a definováním základních pojmů vztahujících se k tématu cizích slov za použití sekundárních zdrojů. Pojem „cizí slovo“ je také hierarchicky zařazen do jazykového systému celkově (tzn. jaký má vztah ke slovu přejatému, jak lze cizí slova dělit apod.) V teoretické části jsou dále vysvětleny důvody přejímání cizích slov do německého jazyka, a to jak důvody v minulosti v konkrétních obdobích, tak důvody v současnosti. V neposlední řadě jsou popsány také problémy v porozumění, které přejímání cizích slov v jazyce způsobuje. Z této části vyplývá, že angličtina je hlavním jazykovým zdrojem pro přejímání.

Poznatky získané v teoretické části sloužily jako podklad při vypracovávání části praktické. V této části bylo zkoumáno sedm různých článků ze dvou různých rakouských tištěných médií (basics a Tiroler Tageszeitung Kompakt). Dva typy novin byly vybrány za účelem vyhnout se možné subjektivitě výzkumu a s tím souvisejícímu zkreslení výsledků. Obě tato média se věnují obecným tématům jako např. ekonomika, politika, vzdělání, technologie apod. Články byly rovněž různě tematicky zaměřeny, díky čemuž byl výzkum průřezový. Tyto články byly zkoumány z hlediska substantivních anglicismů; jejich četnosti a druhů. Získané údaje byly poté zpracovány statisticky a zobrazeny v grafech. Výsledná zjištění byla v závěru práce porovnána s tvrzeními z teoretické části, kde se hypotézy skutečně potvrdily. Z výsledků výzkumu praktické části navíc vyplývá, že podíl substantivních anglicismů z celkového počtu slov ve vybraných novinových článcích tvoří 4,4%, což je téměř každé dvaadvacáté slovo. Dále bylo zjištěno, že 70,2% všech nalezených anglicismů tvoří anglicismy složené, zbytek poté jednočlenné výrazy. Z celkového počtu složených anglicismů tvoří největší podíl tzv. „ED-Komposita“ (tzn. anglicko-německé složeniny; viz kapitola 4) s procentuálním zastoupením 45,5%. Další nejhojnější skupinu tvoří tzv. „EE-Komposita“ (tzn. anglicko-anglické složeniny, viz kapitola 4) s podílem 42,4%. Třetí a nejmenší skupinou jsou tzv. „DE-Komposita“ (tzn. německo-anglické složeniny, viz kapitola 4) se zastoupením pouhých 12,1%.

Literaturverzeichnis

Fachliteratur

BRAUN, Peter. *Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache: Sprachvarietäten*. 4. Aufl. Stuttgart [u.a.]: Kohlhammer, 1998. ISBN 31-701-5415-X.

BUSSMANN, Hadumod. *Lexikon der Sprachwissenschaft: Sprachvarietäten*. 2., völlig neu bearb. Aufl. Stuttgart: Alfred Kröner, 1990. ISBN 35-204-5202-2.

DONALIES, Elke. *Die Wortbildung des Deutschen: ein Überblick*. 2., überarb. Aufl. Tübingen: Narr, 2005. ISBN 38-233-6131-7.

DUDEN. *Deutsch - Englisch - Europäisch: Impulse für eine neue Sprachpolitik*. 2., (hrsg.) von Dudenredaktion und der Gesellschaft für deutsche Sprache, unveränd. Aufl. Mannheim [u.a.]: Dudenverl, 2002. ISBN 34-117-1781-5.

EICHHOFF-CYRUS, Karin M./HOBERG, Rudolf. *Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende: Sprachkultur oder Sprachverfall?*. 2., unveränd. Aufl. Mannheim: Dudenverlag, c2000. ISBN 34-117-0601-5.

EISENBERG, Peter. *Das Fremdwort im Deutschen*. Berlin: De Gruyter, 2011. Studium (De Gruyter). ISBN 978-3110235647.

FLEISCHER, Wolfgang/BARZ, Irmhild/SCHRÖDER, Marianne. *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: M. Niemeyer, 1992. ISBN 978-3484106826.

KÄMPER, Heidrun/ KILIAN, Jörg. *Wort - begriff - diskurs: deutscher wortschatz und europäische semantik*. Bremen: Hempen Verlag, 2012. Sprache-Politik-Gesellschaft, Bd. 7. ISBN 978-3934106031.

KLEINPAUL, Rudolf. *Das Fremdwort im Deutschen*. Leipzig: G.J. Göschen'sche Verlagshandlung, 1896, 176 s. Sammlung Göschen, 55. ISBN (Geb.).

KRATOCHVÍLOVÁ, Iva. Zur sprachlichen Integration der englischen Entlehnungen im Deutschen im Bereich der Wortbildung. In: Brünner Beiträge zur Germanistik und Nordistik. Brno: FF MU, 2001, Sborník prací filozofické fakulty Brněnské univerzity. 6/2001, S. 21-38.

MALECHOVÁ, Magdalena. Erscheinungsformen fremdwörtlicher Ausdrücke in der Zeitungssprache. In: KNÁPEK Pavel, BENÍŠKOVÁ Bianca (eds). *Interkulturalität in Sprache, Literatur und Bildung*. Pardubice: Univerzita Pardubice 2. 2016, s. 271-287. ISBN 978-80-7560-019-6

PAUL, Hermann/HENNE, Helmut/KÄMPER, Heidrun/OBJARTEL, Georg. *Deutsches Wörterbuch: Bedeutungsgeschichte und Aufbau unseres Wortschatzes*. 10., überarbeitete und erw. Aufl. Tübingen: M. Niemeyer, 2002. ISBN 978-348-4730-571.

SCHIPPAN, Thea. *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache: ein Überblick*. 2., unveränd. Aufl. Tübingen: Niemeyer, 1992. ISBN 34-847-3002-1.

VOMÁČKOVÁ, O. *Deutsche Lexikologie I. Wortschatzkunde*. Olomouc: Nakladatelství UP, 2013, (elektronická studijní opora), 59 s.

WANDRUSZKA, Mario. *Die Mehrsprachigkeit des Menschen*. Zürich: Piper, 1979. ISBN 34-920-2491-2.

Internetquellen:

Bachelor Print [online]. [zit. 2018-06-13]. Erreichbar unter: <https://www.bachelorprint.de/quantitative-forschung/>

Basics [online]. [zit. 2018-05-31]. Erreichbar unter: http://www.basics-media.at/fileadmin/userdaten/blaetterbuecher/gesamt_2018/M_PL_Basics_Gesamt_2018.pdf

Educalingo [online]. [zit. 2018-05-31]. Erreichbar unter: <https://educalingo.com/de/dic-de/leitmedium>

Glottopedia: Discovering Linguistics [online]. [zit. 2018-05-31]. Erreichbar unter: <http://www.glottopedia.org/index.php/Lehnbildung>

Mediensprache: Kleines linguistisches Wörterbuch [online]. [zit. 2018-05-31]. Erreichbar unter: <https://www.mediensprache.net/de/basix/lexikon/index.aspx?qu=Sprach%C3%B6konomie>

Moser Holding [online]. [zit. 2018-05-31]. Erreichbar unter: <https://www.moserholding.com/medien-services/tiroler-tageszeitung/>

Tiroler Tageszeitung [online]. [zit. 2018-05-31]. Erreichbar unter: <http://www.tt.com/mediadaten/index.csp>

Primärliteratur:

Basics. Innsbruck: ECHO Zeitschriften und Verlags, 2017, **9**(386)

Basics. Innsbruck: ECHO Zeitschriften und Verlags, 2017, **10**(392).

Tiroler Tageszeitung: KOMPAKT. Innsbruck: Moser Holding, 2017, (21. März).

Tiroler Tageszeitung: KOMPAKT. Innsbruck: Moser Holding, 2017, (14. Juni).

Anlagen

Anlage 1

„Modeferrari“ als Tiroler Unikatschule

Schwerpunkt **Design, Grafik und Lifestyle**

Selbstbewusste junge Frauen mit wichtigen Schlüsselqualifikationen für die Wirtschaft auszubilden, ist das große Ziel der Modeferrarischule in der Innsbrucker Weinhartstraße. Die nachgefragte Schule hat ihr Ausbildungsprofil ganz bewusst auf die Notwendigkeiten des nationalen aber auch europäischen Marktes ausgerichtet. Damit will sie ihren Absolventinnen eine Vielzahl von **Jobchancen** im In- und Ausland sowie auch die Möglichkeit eines Universitätsstudiums eröffnen.

Die Zusammenarbeit mit der Bekleidungs-, Mode- und Kreativwirtschaft und der Bezug zur Praxis sind wesentliche Elemente des Unterrichts an der Modeferrari. Schließlich ist sie

eine „berufsbildende höhere Schule“. Und nimmt diese Ausrichtung auch sehr ernst.

Sie bietet mit der Kombination von allgemein- und fachpraktischer Bildung ein modernes Angebot für kreative junge Menschen. Zentraler Teil ist der **Schwerpunkt Modedesign mit Grafik**. Und hier das Bemühen, das kreative Potential der Schülerinnen und Schüler zu fördern, sie zu Ideenkern auszubilden. Die trainierte Fähigkeit, neue Ideen zu denken und umzusetzen, quer zu denken, wird dabei als Transferkompetenz erachtet, die nicht nur in der Modebranche zählt. Denn wer gute Ideen hat, kreativ ist, kann diese Fähigkeit auch in anderen Bereichen von **Design** nützen.

Die Modeschülerinnen erhalten nämlich eine fundierte Ausbildung in drei großen Bereichen. Der erste Block umfasst Allgemeinbildung, Sprachen, kaufmännische Ausbildung und ein intensives **Training** für den universellen EDV-Einsatz. Der zweite Bereich bezieht sich auf die Mode, wo die SchülerInnen fundiertes Fachwissen über **Design, Fertigung und Marketing** erfahren. Weitere Ausbildungsziele sind Kreativität, Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit sowie Führungskompetenz.

Anmeldungen noch bis 3. März 2017.

Weitere Informationen:
www.ferrarischule.at

Bezahlte Anzeige

Hohe Direktinvestitionen, geringe Standortwirkung

Österreichs Unternehmen sind ein **Jobmotor** im EU-Ausland. Der Standort Österreich profitiert dagegen kaum von ausländischen Direktinvestitionen, ergab eine Studie von EY.

Die europäische Wirtschaft hat im vergangenen Jahr einen weiteren Schritt aus der Krise gemacht. Die Wirtschaftsleistung wuchs um knapp zwei Prozent, die Arbeitslosigkeit ging um 0,8 Prozentpunkte zurück. Dieser Aufschwung wirkt sich sichtbar positiv auf die Attraktivität des Wirtschaftsraums aus. Ausländische Direktinvestitionen (Foreign Direct Investment, FDI) in Europa stiegen 2016 bereits zum vierten Mal in Folge auf ein neues Allzeithoch. Die Anzahl der Investitionsprojekte kletterte im Vergleich zu der im Vorjahr aufgestellten Rekordmarke um 15 Prozent auf 5.845. Die dadurch geschaffenen Arbeitsplätze stiegen sogar um 19 Prozent auf 259.673. Nur einmal in den vergangenen 20 Jahren waren noch mehr Arbeitsplätze durch ausländische Direktinvestitionen geschaffen worden. 1997 waren es fast 267.000 gewesen, wie die Beratungsorganisation EY in ihrem 15. European Attractiveness Survey herausfand.

Österreichs Unternehmen als EU-Wirtschaftsmotor

Österreichs Unternehmen spielen beim Aufschwung in Europa eine tragende Rolle. Sie schufen 2016 im europäischen Ausland so viele **Jobs** wie nie

zuvor. Gegenüber dem Vorjahr stieg die Zahl der Arbeitsplätze um 22 Prozent auf 6.138.

„Österreichs Betriebe waren 2016 der zehntgrößte **Jobmotor** in Europa – nur Unternehmen aus erheblich größeren Volkswirtschaften haben mehr zum Arbeitsmarktaufschwung im vergangenen Jahr beigetragen“, sagt Helmut Maukner, **Country Managing Partner** bei EY Österreich. Europa profitiere von der eindrucksvollen Leistungsfähigkeit und hohen Investitionsbereitschaft der österreichischen Unternehmen.

Österreich profitiert nicht von Investitionsrekord

Der Standort Österreich konnte hingegen bislang kaum vom Investitionsrekord in Europa profitieren: Obwohl die Anzahl der hierzulande initiierten Investitionsprojekte im Vergleich zu 2015 um ein Fünftel auf 49 gestiegen ist, findet sich der Standort Österreich im europäischen **Ranking** auf einer abgeschlagenen Position wieder.

„Österreich ist momentan nur **Zaungast** beim europäischen **Investitionsboom** und belegt im **Ranking** der wichtigsten Investitionsstandorte den abgeschlagenen 21. Rang hinter deutlich kleineren Volkswirtschaften wie Portugal, der Slowakei oder Un-

garn“, kommentiert Maukner. Im Endergebnis zeigt sich ein deutliches Ungleichgewicht: Österreichs Unternehmen haben 2016 in Europa drei Mal so viele Investitionen getätigt wie ausländische Investoren hierzulande.

Während europaweit der Rückgang ausländischer Direktinvestitionsprojekte durch das weltweite Krisenjahr 2009 bereits im Folgejahr wieder wettgemacht werden konnte, hat Österreich bislang noch nicht wieder an das hohe Niveau der Vorkrisenjahre anknüpfen können.

„Während Österreichs Unternehmen dem Aufschwung in Europa ihren Stempel aufdrücken, fällt der Wirtschaftsstandort immer weiter zurück. Trotz positiver Signale und Ansätze lässt das Reformtempo leider immer noch zu wünschen übrig. Die größten Baustellen – von der Überregulierung über hohe staatliche Ausgaben und die anhaltend belastende Bürokratie bis hin zu einem moderneren Ausbildungssystem – liegen schon seit Längerem auf dem Tisch. Die zukünftige Regierung ist unabhängig von der Konstellation dringend angehalten, ihren Fokus auf diese essenziell notwendigen Maßnahmen für den Wirtschaftsstandort Österreich zu richten“, so Maukner.

Anlage 3

— DIE WOCHE —

Hausbergtag am Patscherkofel

Die Patscherkofelbahn lädt am Sonntag, den 5. März 2017, von 10:00 bis 16:00 Uhr zum Hausbergtag ein. Das vielseitige, kostenlose Programm umfasst einen Parkour mit Steilkurven und Snowbiken im Kinderland der Skischule Innsbruck, Kinderbetreuung im Zwerglparadies Nima's neben dem Olex Restaurant, einen Skitouren-Workshop für Anfänger von Snowhow mit vor Ort verfügbarem Leihmaterial. Der Workshop beginnt um 10:00 Uhr, Treffpunkt ist die Patscherkofel Lounge, eine Anmeldung ist nicht notwendig. Selbiges gilt für eine geführte Schneeschuhwanderung. Außerdem gibt es ein BBQ im Snowpark, Live-Musik im Schutzhaus Patscherkofel und der Patscher Alm von 11:30 bis 15:30 Uhr. Im Intersport Patscherkofel neben dem Olex Restaurant findet ein Totalabverkauf statt. Jeder Donnerstag im März steht ab 15:00 Uhr im Snowpark unter dem Motto „Gemeinsam am Berg chillen und grillen!“ Der Ochsenalm-Schleplift läuft an diesen Tagen bis 18:00 Uhr.

Anlage 4

Pirlo setzt auf innovative Druckmaschine

Wirtschaft. Der Kufsteiner Verpackungshersteller Pirlo hat kürzlich eine neue Sechs-Farben-Druckmaschine in Betrieb genommen. Für das Unternehmen stellt die Neuanschaffung die größte Einzelinvestition der Firmengeschichte dar. Es handelt sich um eine MetalStar 3 des Herstellers KBA, die einzigartigen, innovativen Features ausgestattet ist. Mit einer Leistung von 8.000 Tafeln pro Stunde und sechs Druckwerken gehört sie zu den leistungsstärksten Offset-Druckmaschinen am Markt.

Die Gefahren des Internets

Innsbruck – Die Kinder der Volksschule Allerheiligen waren gestern die ersten Tiroler Schüler, denen das Projekt **Cyber-Kids** vorgestellt wurde. In dem Präventionsprojekt soll den Kindern im Alter zwischen acht und zehn Jahren ein verantwortungsvoller Umgang mit dem **Internet** vermittelt werden. Ähnlich der Verkehrserziehung und der Kinderpolizei soll dabei von ausgebildeten Beamten vom **Mobbingthema**

bis zum Verschicken von Fotos via **WhatsApp** alles besprochen werden, was im Netz so an Gefahren lauert. Dabei, so stellten LH Günther Platter und Bildungslandesrätin Beate Palfrader fest, sei die Nutzung von **Smartphone** oder **Computer** „Chance und Risiko gleichermaßen“. Den Schulen werde jedenfalls das Angebot gemacht, die Beratung in Anspruch zu nehmen. Den Kindern in Allerheiligen hat es gefallen. (TT)

„Stalking-App“ narrt Facebook-Nutzer

Die Entwickler prahlten damit, Milliarden von Profilen pro Sekunde durchsuchen zu können.

London – Die britische Marketing-Agentur Zaco Creative hat Facebook-Nutzer und mehrere Medien mit einer erfundenen Stalking-App genarrt, so das Nachrichtenportal „Spiegel online“. Es sei vor einigen Tagen eine App namens Facezam angekündigt worden, mit der Nutzer auf der Straße ein Foto von irgendwelchen Menschen machen und anhand des Schnappschusses herausfinden könnten, wie die

fotografierte Person bei Facebook heißt. Sogar ein Chef mit dem Namen Jack Kenyon wurde erfunden, der sich Medienvertretern für Interviews anbot. Dieser sagte dem britischen *The Telegraph*: „Facezam könnte das Ende unserer anonymen Gesellschaften bedeuten“. Die falschen Entwickler prahlten auch damit, Milliarden von Profilen pro Sekunde durchsuchen zu können, eine Trefferwahrscheinlichkeit von 70 Prozent zu

erreichen und den Link zu einem Facebook-Profil innerhalb von Sekunden auszuspecken.

Nun gab Zaco Creative zu: Die App-Ankündigung war eine Ente. Auf der Fake-Website teilt die Agentur inzwischen mit: „Die App hat niemals existiert und wird niemals veröffentlicht.“ Doch mit der Aktion wollte das Team nicht nur auf sich selbst aufmerksam machen und die Medien täuschen. Sie hinterließen auch eine kritische Botschaft: „Glücklicherweise gibt es Gesichtserkennungs-Apps derzeit nicht im Westen. Wir hoffen, dass es so bleibt.“

Die Aktion kam aber nicht überall gut an. Nach Informationen des Tech-Portals *Mashable* habe sich Facebook nach wenigen Stunden an das Marketing-Büro gewandt. „Einige Leute sind überhaupt nicht erfreut gewesen“, wird der falsche Chef Kenyon zitiert, daher habe man den Hoax auch gleich aufgelöst. (hu)



Nun gaben die Entwickler von Zaco Creative zu: Die App-Ankündigung war eine Ente.

Foto: Screenshot/facezam.com

Spitzenathlet verkaufte Anabolika

Ein Weltklasse-Muskelprotz
versorgte Kollegen mit
Dopingmitteln. Die Strafe folgte.

Innsbruck – In seiner Disziplin zählte er zu den weltweit Besten und ist auch heute noch für sportliche Ausnahmereisungen gut. In diesem Umfeld begann der Tiroler, sich für Dopingmittel zu interessieren, und versorgte ab 2015 auch ehrgeizige Kollegen mit diversen Anabolika, die auf der Referenzliste der Anti-Doping-Kommission aufscheinen.

Bestellt hatte der Tiroler Athlet die Stoffe über einen deutschen Internetanbieter. Da in Deutschland zu diesen Stoffen jedoch eine verschärfte Gesetzeslage herrscht, geriet der Tiroler in Behördenermittlungen. Im Februar klickten für ihn die Handschellen. Nach dreieinhalb Wochen Untersuchungshaft und größeren privaten Schwierigkeiten dann gestern am

Landesgericht der Anti-Dopingmittel-Prozess. Vor Richterin Verena Offer berichtete der Sportler dann, dass Anabolika bei Österreichs Bodybuildern praktisch an der Tagesordnung seien. Grund dafür sei, dass es in den Vorfeldvereinen eben keinerlei Anti-Doping-Regeln gebe. Obwohl sich die Mittel „wie die warmen Semmeln verkauft“ hatten, will der Tiroler als Drehscheibe damit nicht mehr als 3000 Euro verdient haben. Bei einem Strafraum von bis zu fünf Jahren Haft blieb das Urteil aufgrund des vollen Geständnisses noch milde: Ein Jahr bedingte Haft und 1440 Euro Geldstrafe ergingen. Aufgrund der bestellten Riesenmengen zieht die Republik zudem 20.000 Euro an errechneten Gewinnen ein. (fell)

Annotation

Jméno a příjmení:	Eliška Marková
Katedra:	Katedra německého jazyka
Vedoucí práce:	PhDr. Olga Vomáčková, Ph.D.
Rok obhajoby:	2018

Název práce:	Fremdwörter in der deutschsprachigen Publizistik: mit dem Fokus auf substantivische Anglizismen
Název v angličtině:	Loan Words in German Speaking Journalism: with focus on noun Anglicisms
Anotace práce:	Práce se zabývá cizími slovy přejatými do německého jazyka a jejich charakteristikou z různých hledisek. Práce je rozdělena do dvou částí. Výzkum se soustřeďuje na anglicismy vyskytující se v současném německém tisku a na četnost jejich výskytu.
Klíčová slova:	Fremdwort, Entlehnung, Englisch, Deutsch, Anglizismus, Publizistik, Substantiv
Anotace v angličtině:	This thesis focuses on foreign words that were adopted into German language from other languages and on their characteristics from different points of view. The thesis is divided into two parts. The analysis is focused on Anglicisms in contemporary German Press and on their frequency.
Klíčová slova v angličtině:	Loan word, Borrowing, English, German, Anglicism, Journalism, Noun
Přílohy vázané v práci:	1 CD
Rozsah práce:	48 stran
Jazyk práce:	němčina