

Anglizismen in deutschsprachigen Stellenanzeigen

Bachelorarbeit
Lilja Mattila

Universität Jyväskylä
Institut für moderne und klassische Sprachen
Deutsche Sprache und Kultur
April 2018

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	7
2 Entlehnung.....	9
2.1 Zur Geschichte der Entlehnungen	9
2.2 Fremdwörter	10
2.3 Lehnwörter und -bildungen	11
2.4 Internationalismen, Modewörter und Exotismen	12
2.5 Komposita und Mischkomposita.....	13
3 Zum Begriff Anglizismus.....	15
3.1 Funktionen der Anglizismen	16
3.2 Englisch als lingua franca (ELF) im Arbeitsleben	18
4 Mehrsprachigkeit im Arbeitsleben	19
5 Material und Vorgehen.....	21
6 Betrachtung der Anglizismen des Korpus	21
6.1 Komposita und Mischkomposita.....	21
6.2 Alte und moderne Anglizismen.....	24
6.3 Übersetzungen	26
6.4 Häufigkeit und Funktionen der Anglizismen in den Stellenanzeigen.....	26
7 Schlussbetrachtung	29

Anhänge

TABELLE 1 ANZAHL DER ANGLIZISMEN	22
TABELLE 2 ANGLIZISMEN IN DEN ZEITUNGEN.....	26
TABELLE 3 DIE ANGLIZISMEN DES KORPUMATERIALS	34

ANHANG 1 DIE ZEIT 2.11.2016	35
ANHANG 2 DIE ZEIT 2.11.2016	35
ANHANG 3 DIE SÜDDEUTSCHE ZEITUNG. 3.4.12.2017	36
ANHANG 4 DIE SÜDDEUTSCHE ZEITUNG. 3.-4.12.2017.....	37
ANHANG 5 DIE SÜDDEUTSCHE ZEITUNG. 3.-4.12.2017.....	37
ANHANG 6 DIE SÜDDEUTSCHE ZEITUNG. 3.-4.12.2017.....	37
ANHANG 7 DIE FRANKFURTER ALLGEMEIN ZEITUNG 19.-20.11.2016	38
ANHANG 8 DIE SÜDDEUTSCHE ZEITUNG. 3.-4.12.2017.....	38
ANHANG 9 DIE FRANKFURTER ALLGEMEIN ZEITUNG. 19.-20.11.2016	39
ANHANG 10 DIE ZEIT 2.11.2017	39
ANHANG 11 DIE FRANKFURTER ALLGEMEIN ZEITUNG. 19-20.11.2016	40
ANHANG 12 DIE FRANKFURTER ALLGEMEIN ZEITUNG. 19.-20.11.2016	41
ANHANG 13 DIE FRANKFURTER ALLGEMEIN ZEITUNG. 19.-20.11.2016	41
ANHANG 14 DIE ZEIT 2.11.2017	41

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos – Department Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä – Author Lilja Alina Mattila	
Työn nimi – Title Anglizismen in deutschsprachigen Stellenanzeigen	
Oppiaine – Subject Saksan kieli ja kulttuuri	Työn laji – Level Kandidaatin tutkielma
Aika – Month and year April 2018	Sivumäärä – Number of pages 29 + liitteet
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Kandidaatintutkielmassani tutkin anglismeja, englannin kielestä lainattuja vierassanoja, saksalaisista sanomalehdistä <i>die Zeit</i>, <i>Die Frankfurter Allgemein Zeitung</i> ja <i>Die Süddeutsche Zeitung</i> etsityistä työilmoituksista. Pysin selittämään anglismien eri lajit mahdollisimman selkeästi, jonka jälkeen analyysissäni tutkin niiden esiintyvyyttä ja yleisyyttä korpukseni rajoissa. Anglismien funktiot ovat myös keskustelun aiheena tutkielmassani.</p> <p>Keskeisimmät käsitteet tutkielmassani ovat anglismit, sosiolingvistiikka, vieras- ja lainasanat, yhdyssanat sekä ns. sanasekoitukset, jossa kahta eri kieltä sekoitetaan muodostaen niistä uuden sanan. Teoriaosuudessa käydään nämä käsitteet läpi sekä tutkitaan lingua francaa ja sen käyttöä työelämässä. Analyysissä taas analysoidaan korpuksista nostettuja anglismeja ja pyritään löytämään syitä niiden käytölle.</p> <p>Tutkielman keskeisimmät päätelmät on sisälletty analyysiin, jossa selvitetään kuinka usein ja minkälaisia anglismeja 14 eri työilmoituksessa on käytetty. Yksi päätelmistä on se, että anglismeja käytetään usein erikoisalakielenä. Teknolektien käyttö auttaa karsimaan epätoivottuja työnhakijoita ulos rekryointiprosessista, sillä halutut työnhakijat ymmärtävät tarvittavan erikoissanaston.</p> <p>Tutkimuksen tavoite oli selvittää, kuinka paljon, minkälaisia ja miksi anglismeja esiintyy saksankielisissä työilmoituksissa.</p>	
Asiasanat – Keywords Anglizismen; Komposita; Mischkomposita; Soziolinguistik; Fremdwörter; Lehnwörter	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja – Additional information	

1 Einleitung

Es ist festgestellt worden, dass die deutsche Sprache – wie fast alle andere Sprachen – schon immer durch andere Sprachen beeinflusst wurde: nämlich z.B. durch die lateinischen, die französischen und die englischen (Deutsche Herkunftswörterbuch 2007, 128.) Globalisierung, Migration und Mobilität sind nur einige Gründe, warum englische Lehnwörter in verschiedenen Bereichen verbreitet sind. In den Medien hat die Position des Englischen sich immer weiter verstärkt. Englische Ausdrücke kann man unter anderen häufig in Zeitungsartikeln und in der Werbung finden, aber auch in Stellenanzeigen. Immer mehr Begriffe aus der Arbeitswelt sind ganz oder teilweise auf Englisch benannt. *Manager, Assistent, Trainee* – solche Bezeichnungen kommen häufig in Stellenanzeigen vor.

In dieser Arbeit wird das Thema der Anglizismen in den deutschen Stellenanzeigen mit Hilfe von vierzehn verschiedenen Stellenanzeigen aus den Printversionen der deutschen Pressemedien *Die Zeit*, *Die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)* und *Die Süddeutsche Zeitung (SZ)* behandelt.

Mein Ziel in dieser Arbeit ist es die Verwendung von Anglizismen zu untersuchen, u.a. in welchen Kontexten sie in deutschsprachigen Stellenanzeigen verwendet werden. Mit dieser Arbeit bin ich bestrebt, folgende Fragen zu beantworten:

1. Sind die Anglizismen feste Begriffe in der Fachsprache der Betriebskommunikation?
2. Aus welchen stilistischen Gründen werden Anglizismen anstelle gleichbedeutender deutscher Alternativen verwendet?

Ich habe mich für dieses Thema interessiert, weil ich Personalmanagement als mein Nebenfach studiere und ich bemerkt habe, wie viel Anglizismen in diesem Bereich verwendet werden. Wenn ich das Arbeitsleben in der Zukunft antrete, wird es für mich von zentraler Bedeutung sein, die Sprache sowie Ziel und Konstruktion der Stellenanzeigen zu verstehen, um fließend im Wirtschaftsbereich kommunizieren zu können.

In Kapitel 2 werden die Begriffe wie Lehnwörter und Fremdwörter behandelt. In den folgenden Kapiteln bespreche ich die Bereiche Soziolinguistik und Anglizismen. Danach in Kapitel 6 wird das Material der Untersuchung vorgestellt. Das Material wurde in folgenden Kategorien untersucht: Komposita bzw. Fachsprache, Mischkomposita, Übersetzungen und Häufigkeit. Schließlich werden die Ergebnisse der Analyse in der Schlussbetrachtung vorgestellt. Im Anhang der Arbeit sind die Tabelle mit dem Korpusmaterial und die vierzehn untersuchten Stellenanzeigen angeführt.

2 Entlehnung

Fremdsprachlicher Einfluss auf die eigene Sprache ist ein Phänomen, das in allen Kultursprachen auftritt. Es gibt in der Welt keine Sprache, die im Laufe ihrer Entwicklung von fremden Sprachen unberührt geblieben wäre. Die Entlehnungen aus fremden Sprachen bereichern nicht nur den Wortschatz der Muttersprache, beispielsweise des Deutschen, sondern stehen auch in engem Zusammenhang mit der deutschen politischen, militärischen, kulturellen und wirtschaftlichen Geschichte. (Yang 1990,1.)

Die drei wichtigsten Gründe für sprachliche Entlehnungen werden von Schippan (1992, 261-262) vorgestellt:

1. Die *Entlehnung mit der Sache* bedeutet, dass zusammen mit einer neuen Sache oder einem Sachverhalt auch der Name übernommen wird. Zum Beispiel wurde vor der hochdeutschen Lautverschiebung ganze Sachbereiche aus dem Lateinischen übernommen, z.B. der Garten- und Weinbau (*Wein, Kelter*).
2. *Entlehnung von Wörtern*, die von kulturellen und wissenschaftlichen Vorbildern übernommen sind. Die Christianisierung im 5. bis 9.Jh brachte griechisches und lateinisches Wortgut wie *Altar* und *Messe* in die deutsche Sprache.
3. *Literarische Entlehnung*, die darauf beruht, dass in der fremdsprachigen Literatur solche Wörter vorkommen, für die es keine einheimischen Äquivalente gibt. Solche Wörter werden also direkt aus der fremden Sprache entlehnt und sind häufig abstrakte Wörter, beispielsweise aus lat. *giwizziani* → ahd.¹ *giwissōn* → *Gewissen*.

2.1 Zur Geschichte der Entlehnungen

Im Vergleich zum Einfluss des Lateinischen und Französischen ist derjenige des Englischen auf das Deutsche eine relativ junge Erscheinung. Der starke Einfluss des Englischen auf das Deutsche begann erst im 19. Jahrhundert. England war eine politische und wirtschaftliche Großmacht und deswegen einflussreich im Bereich von Wirtschaft,

¹ althochdeutsch

Technik und Seefahrt. Der englische Einfluss schaltete den Einfluss des Französischen langsam aus. (Yang 1990,1.)

Seit dem 20. Jahrhundert hat das Englische seine Position im deutschen Sprachgebiet ständig verstärkt. Amerika und das amerikanische Englisch spielten nach dem Zweiten Weltkrieg eine führende Rolle in der westlichen Welt, und das hat lexikalische Folgen hinterlassen (Yang 1990, 2.) Unter anderem hatten die wirtschaftliche Hilfe der USA im Rahmen des Marshall-Plans² und der *American Way of Life*, der amerikanische Lebensstil, der durch Medien viel Sichtbarkeit bekam, eine bedeutende Wirkung auf das Leben der Deutschen. Die lexikalischen Folgen sind bemerkbar in Lebensbereichen wie Kleidung, *Shorts*, *Jogginganzug*, und Sport, *Bodybuilding*, *Golf*. Entlehnungen kamen nicht nur in der Standardsprache vor, sondern auch in der deutschen Umgangssprache wie *okay*, *out*, *fit*. (Yang 1990, 2.) Einige Anglizismen wie *Job*, *Babysitter*, haben sich schon fest in der deutschen Sprache eingebürgert, so dass viele Deutsche sie manchmal nicht mehr als Fremdwörter erkennen (Yang 1990, 3).

Heutzutage ist der englisch-amerikanische Einfluß in fast allen Lebensbereichen der Bundesrepublik Deutschland zu spüren und zählt so zu den stärksten Triebkräften für die Entwicklung der deutschen Sprache nach dem Zweiten Weltkrieg (Yang 1990, 3).

In den folgenden Kapiteln werden die Begriffe der Entlehnung genauer dargestellt.

2.2 Fremdwörter

Der Begriff *Fremdwort* wird folgendermaßen definiert: „Die Fremdwörter sind solche Entlehnungen, die die fremde orthographische, phonetische und oft auch die morphologische Form bewahren“ (Yang 1990, 11). Laut Römer und Matzke (2003, 44) werden Fremdwörter im Allgemeinen als Wörter, die unverändert in eine andere Sprache übernommen werden, definiert. Eine absolute Unveränderlichkeit gilt im Deutschen aber nicht, weil die flektierbaren Wörter sich immer beim Entlehnen ins Deutsche der deutschen Grammatik anpassen müssen, z. B. entlehnte Substantive bekommen im

² Marshall-Plan= Wirtschaftswiederaufbauprogramm der USA nach dem Zweiten Weltkrieg

Deutschen einen Artikel und einen großen Anfangsbuchstaben und Verben bekommen eine Flexionsendung, z. B. *die Show, chatten* → *sie chattet*. (Yang 1990, 11; Römer & Matzke 2003, 44.)

Fremdwörter sind auch dadurch charakterisiert, dass sie in Lautung und Schreibung deutlich ihren fremden Charakter bewahrt haben. Laut Römer und Matzke (2003, 43-44) sind Merkmale dieses fremden Charakters:

- *Fremdphoneme*: Phoneme, die in der deutschen Sprache nicht üblich sind, z.B. *Garage, Balkon*.
- *Fremdgrapheme*: Grapheme, die nicht im deutschen Grapheminventar vorkommen, z.B. *Zloty (polnische Währung)*
- *Fremde Graphem-Phonem-Relationen*: Grapheme, die in der deutschen Sprache unüblichen Aussprache zugeordnet werden, z.B. *-ea-* in *Team*.
- *Fremde Graphemkombinationen*: Unübliche Graphemkombinationen sind z.B. *-gh-* in *Ghetto* oder *-ou-* in *Courage*.
- *Fremde Akzentuierungen*: Im Deutschen liegt der Wortakzent auf der ersten oder der Stammsilbe, während in manchen Fremdwörtern es auch zum unüblichen Endsilbenakzent kommt, z.B. *extempor'ieren*.
- *Fremde Flexionsmarker*: Flexionsmorphologische Eigenheiten anderer Sprachen werden übernommen, z.B. die Genetivbildung (*des Atlas, nicht des Atlases*).
- *Fremde Wortbildungsmorpheme*: Aus anderen Sprachen werden auch Präfixe oder Suffixe entlehnt, z.B. *inter-* oder *-ismus*.

2.3 Lehnwörter und -bildungen

Ein Lehnwort ist ein aus einer Fremdsprache entlehntes Wort, das sich durch drei Merkmale, d.h. phonologisch, morphologisch und orthographisch dem deutschen Sprachsystem angeglichen hat (Yang 1990, 11; Kühn 1994, 38). Römer und Matzke (2003, 44) bezeichnen dies als Anpassung in Lautung und Schreibung der aufnehmenden Sprache und ordnen u.a. *Telefon* und *Mikrofon* als Lehnwörter ein. Zu einem bestimmten Grad sind die Lehnwörter an das Sprachsystem so angepasst, dass es fast nicht mehr

bemerkbar ist, dass sie ursprünglich keine Wörter dieser Sprache gewesen sind. Unter anderem erwähnt Kühn (1994, 38) *Wein* als Beispiel für ein Lehnwort.

Was die Lehnwörter betrifft, so muss man auch *Lehnbildungen* erwähnen. Lehnbildungen sind deutsche Wortbildungen, die auf fremden sprachlichen Vorbildern beruhen. Beispiele für Lehnwörter sind:

1. *Lehnübersetzungen* (=Glieder-für-Glieder-Übersetzung) wie lat. *dies lunae* → *Montag*
2. *Lehnübertragungen* (komplett oder teilweise Übersetzung der fremden Bestandteile) wie eng. *show business* → *Unterhaltungsgeschäft* oder *Showgeschäft*
3. *Lehnschöpfungen* (vom fremden Wort unabhängige Bildung) wie *Universität* → *Hochschule*. (Römer und Matzke 2003, 45.)

2.4 Internationalismen, Modewörter und Exotismen

Internationalismen werden nach Römer und Matzke (2004, 45) definiert als Wörter, deren Referenzbereiche ursprünglich auf Gegenstände außerhalb der betreffenden nationalsprachlichen Erfahrungswelt gerichtet waren und beispielsweise erst durch einen internationalen Kulturaustausch allgemein bekannt wurden. Solche Wörter sind z.B. *Whisky* (deutsch), *whisk(e)y* (englisch) und *whiski* (spanisch).

Internationalismen können noch in Unterkategorien eingeteilt werden, in *Exotismen* und *Modewörter*. Exotismen bezeichnen Denotate, die es innerhalb des deutschsprachigen Raumes ursprünglich nicht gab, z.B. *Geisha*, *Halloween*. Modewörter sind Wörter oder Redewendungen, die nur in einer bestimmten Zeit gebraucht sind. (Römer & Matzke 2004, 45.) Als Beispiel für die Moderedewendung von 2017 wurde *I bims* von der deutschen *RP-Online-Zeitung* gewählt. Mit dieser Redewendung wird *Ich bin* oder *Ich bin's* gemeint und die Wendung stammt aus der deutschen Rap-Musik-Kultur. (RP-Online 2018)

2.5 Komposita und Mischkomposita

Ein *Kompositum* ist eine Wortkombination von zwei oder mehreren Wörtern, die in einer Verbindung miteinander stehen, um eine spezifische Bedeutung auszudrücken. Da in dem Analyseteil dieser Arbeit deutsche und englische Anglizismen-Komposita betrachtet werden, werden auch in diesem Kapitel deren Kompositaregeln kurz beschrieben.

Über deutsche Komposita gibt es zahlreiche Blickwinkel, um das Thema zu behandeln. Für diese Arbeit ist es aber nicht wesentlich alle Unterkategorien aufzulisten und zu erklären. Wichtig ist zu wissen, wie deutsche und englische Komposita generell aufgebaut sind.

Eine der üblichsten Arten von deutschen Komposita sind die *Determinativkomposita*. Determinativkomposita werden aus einem dominanten Wort und einem Bestimmungswort zusammengesetzt. Das Bestimmungswort beschreibt das Grundwort genauer. Zum Beispiel ist *Apfeltortenrezeptbuchverlagsdirektorentochter* eine *Tochter*, die das Grundwort des Kompositums dargestellt. (Donalies 2007, 36.)

Komposita sind hierarchisch auf der Basis des Grundworts geordnet. Das Grundwort bestimmt die grammatischen Merkmale. Deswegen ist das Lexem *Apfeltorte* wegen des Grundworts *Torte* ein feminines Substantiv und *zuckersüß* wegen des Adjektivs *süß* ein Adjektiv. (Donalies 2007, 36.)

Komposita sind binär, d.h. lassen sich in zwei oder mehrere Teile gliedern, zum Beispiel in *Apfel* (1) *Torte* (2). Es ist auch zu merken, dass in deutschen Komposita das Grundwort immer am Ende bzw. rechts steht: Wenn ein deutschsprachiger Hörer bzw. Leser ein Kompositum hört bzw. sieht, fokussiert er auf die rechte bzw. zweite Einheit und was auch die mehrteiligen Wörter leichter verständlich macht. Man versteht gleich, dass es bei *Apfeltortenrezeptbuch* um ein *Buch* geht. (Donalies 2007, 37.)

Im Gegensatz zu englischen Komposita werden lexikalisierte deutsche Komposita grundsätzlich zusammengeschrieben (Donalies, 2007, 40). Komposita mit Bindestriche sind auch ein beliebtes Mittel um das Verstehen zu erleichtern und Wörter miteinander zu koppeln, z.B. *süß-sauer-Gericht*.

Komposita können auch mit Verben gebildet werden. Adjektivische Komposita sind besonders üblich in der Werbung, in technischen Texten und in der Lyrik. Adjektive wie *fähig* und *kundig* lassen sich oft mit einem Verbstamm verbinden, z.B. *gehfähig* oder *schreibkundig*. (Fleischer & Barz 1995. 247.)

Englische Komposita lassen sich in drei typischen Kategorien einteilen: Erstens in die singulären Wörter ohne Silbentrennung, auch *geschlossene* Komposita genannt, z.B. *flowerpot*. Zweitens in die *Komposita mit Bindestrich*, z.B. *well-being*. Drittens in die *offene Komposita*, die getrennt geschrieben sind, wie *decision making*. (Oxford dictionary, 2018.)

Mischkomposita sind englische Wörter oder Wortteile, die mit deutschen Wörtern verbunden oder kombiniert sind, beispielsweise *Apartment-Haus*. In diesem Beispiel wird ein deutsches Wort mit einem englischen Wort kombiniert. Mischkomposita können in Unterklassen eingeteilt werden, aber das ist nicht essentiell für den Rahmen diese Arbeit. Zentral ist nur zu wissen, dass Mischkomposita in Stellenanzeigen als Hilfsmittel für diverse Funktionen verwendet werden; es hilft zum Beispiel dabei moderne und aktuelle Anglizismen wie *Teamleiter* in der deutschen Sprache einzuführen oder spezielle fachsprachliche Begriffe zu bilden. (Piuholo 2008, 10-11.)

3 Zum Begriff *Anglizismus*

Ein *Anglizismus* ist ein sprachliches Zeichen, das ganz oder teilweise aus englischen Morphemen besteht, unabhängig davon, ob es mit einer im englischen Sprachgebrauch üblichen Bedeutung verbunden ist oder nicht (Schütte 1996, 38).

Laut Yang (1990, 9) lässt der Begriff Anglizismus sich in drei Typen einteilen:

1. *Konventionalisierte Anglizismen*

Diese Gruppe von Anglizismen wird als allgemein üblich und bekannt vorausgesetzt, obwohl sich diese Anglizismen in der Artikulationsart und/oder Orthographie häufig anders verhalten als einheimisches Wortgut. Beispiele von konventionalisierten Anglizismen sind *Computer, Manager, Jeans* u.a.

2. *Anglizismen im Konventionalisierungsprozess*

Im Gegensatz zu der ersten Gruppe kommen die Anglizismen dieser Gruppe vielen Deutschsprachigen fremd vor. Es liegt die Hypothese nahe, dass diese Anglizismen nach einiger Zeit entweder konventionelle Wörter werden oder wieder aus dem deutschen Sprachgebrauch verschwinden werden. Als Beispiele dienen *Factory* und *Gay*.

3. *Zitatwörter und Eigennamen*

Die Anglizismen dieser Gruppe werden nur in einer bestimmten Situation oder im kulturellen Zusammenhang mit Amerika, England, Kanada oder anderen englischsprachigen Ländern gebraucht. Beispiele für diese Kategorie sind *High School, Western* oder *Highway* (Yang 1990, 9).

Es ist festgestellt worden, dass die Anglizismen vorwiegend aus den englischsprachigen Sprachbereichen wie Groß-Britannien und Amerika stammen (Yang 1990, 7). Man stößt aber auf Schwierigkeiten, wenn man die Herkunft der Wörter untersuchen will, weil die entlehnten Lexeme oder Lexemverbindungen in vielen Fällen nicht eindeutig und einwandfrei festzustellen sind. Wörter wie *Job, Hobby* usw. scheinen aus dem britischen Englisch entlehnt worden zu sein, aber sie haben sich durch das amerikanische Englisch verbreitet. (Yang 1990, 8.)

Lehnwörter, die zwar aus einer anderen Fremdsprache stammen, aber durch englische Vermittlung ins Deutsche übernommen worden sind, werden in dieser Arbeit gleichfalls als Anglizismen behandelt. Für die vorliegende Arbeit besitzt die Herkunftsfrage der englischen Lehnwörter bzw. der Bezug auf die englischen Varietäten keine Relevanz.

3.1 Funktionen der Anglizismen

Anglizismen haben verschiedene Funktionen. Yang (1990, 118) kategorisiert den Gebrauch von Anglizismen in fünf Gruppen:

1. Um Lokalkolorit zu vermitteln,
2. Um Sprachökonomie, Kürze und Knappheit des Ausdrucks zu erreichen,
3. Um Ausdrucksvariation zu ermöglichen,
4. Euphemistischer Sprachgebrauch,
5. Um einen pädagogischen Aspekt zu betonen.

Lokalkolorit wird als eine der wichtigsten stilistischen Funktionen der Anglizismen bezeichnet. Weil fast alle Anglizismen aus dem amerikanisch-englischen Kontext stammen, schaffen die Fremdwörter eine bestimmte globale Atmosphäre, indem sie eine spezifische kulturelle Atmosphäre erzeugen, z.B. *Cowboy*, *High-School*. (Yang 1990, 119-120.)

Unter dem Begriff *Sprachökonomie* versteht man das Bestreben, mit minimalem sprachlichem Aufwand maximale sprachliche Effektivität zu erreichen (Yang 1990, 123). Sprachökonomie lässt sich in zwei Aspekte einteilen: In *Kürze des Ausdrucks* und in *Präzision in der Wortwahl* (Yang 1990, 123). Die Kürze und Präzision ist im Rahmen des Journalismus besonders wichtig, um Zeit und Raum zu sparen. Anglizismen dienen also dazu, einen wirkungsvolleren Effekt mit weniger Aufwand als die entsprechenden deutschen Wörter zu erzeugen. (Carstensen & Galinsky 1975, 30.)

Kürze und Präzision hängen eng zusammen. Anglizismen sind geeignet, um neue denotative oder konnotative Bedeutungen zu erzeugen, welche den deutschen Äquivalenten fehlen (Yang 1990, 126). Mit der Hilfe von Präzision wird das

Bedeutungsfeld eines Wortes erweitert, z.B. *Notebook* bedeutet ursprünglich *Notizbuch*, aber heutzutage versteht man in dem technischen Rahmen *Notebook* als ein kleinen, tragbaren Computer mit Tastatur, Bildschirm und Laufwerk. (Bohmann 1996, 195.)

Um Wiederholung zu vermeiden und um einen abwechslungsreichen Stil zu erzielen, braucht man möglichst viele *Ausdrucksvariationen*. Anglizismen fungieren als Mittel der Stilvariationen bzw. als synonyme, lexikalische Elemente und wecken so oft die Aufmerksamkeit der Rezipienten. (Bohmann 1996, 199.)

Aus Höflichkeit und dem Wunsch nach höherem Sozialprestige werden manche Anglizismen für *euphemistische Zwecke* gebraucht. In diesem Fall eignen die Anglizismen sich, um positive Konnotate für normalerweise als unangenehm empfundene Wörter und Sachverhalte zu vermitteln. Zum Beispiel wird *Putzfrau* in machen Kontexten *Raumpflegerin* benannt, was zu einem Verfremdungseffekt oder zu Distanz zwischen dem Gesagten und dem Sagenden führen könnte (Yang 1990, 131). Bei euphemistischen Ausdrücken handelt es sich dabei in erster Linie um die Bezeichnung tabuisierter Gegenstände durch verhüllende englische Optionen. (Yang 1990, 131.)

Anglizismen werden selten auch in *pädagogischer Absicht* verwendet, wobei sie den durchschnittlichen Lesern eher fremd vorkommen. Pädagogisch verwendete Anglizismen dienen dem Ziel, den Lesern neue Anglizismen zu vermitteln. Sie sind oft klein, d.h. englisch, geschrieben, damit sie als Fremdwörter erkannt werden. (Yang 1990, 133-134.) Als ein Beispiel gibt Yang (1990, 134) den folgenden Satz aus seiner Untersuchung über Anglizismen in der Zeitung *Der Spiegel*: *Martini „on the rocks“ = Martini auf Eiswürfeln im Becherglas.*

In bestimmten Fachgebieten und Bereichen wird eine spezielle Sprache gesprochen, diese Sprache wird als *Fachsprache*, auch *Technolekt* bezeichnet. Kennzeichen für Fachsprachen sind vor allem Fachbegriffe und Fremdwörter. Fachsprachen sind außerhalb des Fachgebietes sehr ungebräuchlich oder einzelne Wörter haben eine andere Bedeutung als in der Alltagssprache. Es ist auch möglich, dass Grammatik und Intonation sich unterscheiden. Ein typischer Fachbereich für die Verwendung von Anglizismen ist z.B. die Informationstechnologie. Die damit verbundenen Innovationen und sprachlichen Mittel werden durch die Globalisierung verbreitet. Fremdwörter bzw. Anglizismen

werden als terminologische Begriffe in der IT-Fachsprache benutzt, um wissenschaftlich festgelegte Größen zu bezeichnen. (Pfitzner 1978, 192.) Manchmal werden Anglizismen benutzt, um eine globale Atmosphäre zu erzeugen, da die Verwendung der englischen Begriffe eine internationale Verständigung ermöglichen (Pfitzner 1978, 192).

3.2 Englisch als lingua franca (ELF) im Arbeitsleben

Als bedeutsamste Sprache der Globalisierung gilt Englisch. In Europa spielt die Sprache eine wichtige Rolle als lingua franca der Geschäftswelt. In Duden Online (2017) wird *Lingua franca* als Verkehrssprache eines größeren mehrsprachigen Raums definiert. In der Kommunikation in multinationalen Unternehmen gilt ELF als eine Verkehrssprache, die niemandem bzw. allen gehört, als sog. neutraler, geteilter und dynamischer Kommunikationscode, der in Geschäftsdiskursen verwendet wird, insbesondere in den wichtigsten wirtschaftlichen, kommunikativen Genres wie Geschäftsbriefen, Meetings und E-Mails (Nickerson 2005, 368). Für eine erfolgreiche ELF-Kommunikation sind Faktoren wie Einfachheit und Genauigkeit des Inhaltes, Kenntnisse des geschäftsspezifischen Vokabulars und der Genre-Konventionen wichtig (Kankaanranta & Planken 2010, 380).

ELF ist in sprachintensiven Geschäftsbereichen wie Callcentern, im Tourismus und in der Werbeindustrie besonders präsent, wo die Sprache und Sprachkompetenzen als *Kommodifizierung*³ betrachtet wird. Aber auch in anderen Dienstleistungsbereichen werden sprachliche Faktoren und mehrsprachige Ressourcen bei der Vermarktung und als Mehrwert hervorgehoben, so z.B. im internationalen Gesundheitstourismus. (Coray & Duchêne 2017, 24.)

³ Vermarktung menschlicher Arbeitskraft

4 Mehrsprachigkeit im Arbeitsleben

Die Sprache reflektiert die Gesellschaft ist die zentrale Aussage der Soziolinguistik. Die Soziolinguistik untersucht Sprachen und deren Verwendung in Relation zur Gesellschaft. Aus der Perspektive von Soziolinguisten wird die Sprache ebenso als soziales Phänomen betrachtet wie auch die gesellschaftlichen Gründe, warum sich die Sprache wandelt und variiert. (Nuolijärvi 2000, 19.) Die Betrachtung der Sprache als soziale Aktivität oder soziales Handeln kann bestimmte Muster für Konversationen und Diskurse erkennen, die das soziale Handeln hervorgebracht hat, z.B. Merkmale einer Konversation wie Begrüßung und Verabschiedung oder der Aufbau eines Märchens (Wardhaugh 1992, 18). Die Untersuchung der Sprache im sozialen Kontext gibt mehr Informationen über die sozialen Beziehungen innerhalb einer bestimmten Gesellschaft. Die formale oder formlose Anrede einer Person geht nicht über die lexikalischen Sprachformen oder Vokabular, sondern mehr über die Beziehung und soziale Position der Sprecher und Empfänger.

Nach Nuolijärvi (2000, 17-18) ist Mehrsprachigkeit einer der am weitesten untersuchte Forschungsbereich im Bereich der Soziolinguistik. Es ist kein Wunder, da Sprache und Sprachkompetenzen eine wachsende Bedeutung in der Arbeitswelt haben. Unter anderem werden die zunehmende Globalisierung, Mobilität und Migration sowie technologische Innovationen als Gründe aufgeführt, warum zwei- oder mehrsprachige Angestellte gebraucht werden. Weil Firmen immer mehr Aufträge in anderen Ländern ausführen oder dort Produktionsstätten haben, Vermarktung und Service über mehrere Länder mit unterschiedlichen Sprachen verteilt sind, müssen ihre Angestellten miteinander und mit Kunden kommunizieren oder wechseln kurzzeitig den Arbeitsplatz bzw. siedeln sich für eine gewisse Zeit in einem anderen Kultur- bzw. Sprachraum an. (Daxler 2007.)

Mit der Globalisierung hat Englisch sich als lingua franca durchgesetzt und wurde zur globale Sprache der Geschäftswelt, der Industrie und der Wissenschaft (Weskamp 2006, 1). Neben Englisch noch weitere Sprachen zu sprechen, verschafft den Vorteil zwischen Kulturen navigieren und Beziehungen zu unterschiedlichen Menschen in der Welt aufzunehmen zu können (Weskamp 2006, 1). Es ist daher nicht verwunderlich, dass

Mehrsprachigkeit auch schon im Schul- und Ausbildungskontext wichtig ist. Der Fremdsprachenunterricht leistet einen wichtigen Beitrag zum friedliche und produktiven Zusammenleben. Er bringt Kinder und Jugendliche in Kontakt mit anderen Kulturen und schult sie dabei im Umgang mit der Bevölkerung unterschiedlicher Herkunft. (Däxler 2007.) Deswegen wurde 2003 von der Europäischen Kommission festgestellt, dass jeder Bürger mehrere Sprachen können sollte.

„Das Erlernen einer einzigen Lingua franca reicht nicht aus. Jeder europäische Bürger sollte sich außer seiner Muttersprache in mindestens zwei anderen Sprachen gut verständigen können“ (Europäische Kommission 2004, 10).

Es sollte nicht vergessen werden, dass die Sprache als Vertrauensmittel in Kundenbeziehungen oder dem Umgang mit den Kollegen dienen kann. Die alte Kaufmannsweisheit lautet: „Willst du etwas verkaufen, sprich am besten die Sprache deines Kunden“ (Däxler, 2007). Wenn einer der Gesprächspartner seine Muttersprache verwenden kann, ist das gemeinsame Verständnis wesentlich einfacher aufzubauen. Eine Studie der Deutschen Handelskammer für Spanien hat erforscht, ob die Sprache große Rolle beim Handel spielt. Laut der Ergebnisse hatten die spanischen Unternehmen, die sich bei Geschäfte in oder mit Deutschland vorrangig der deutschen Sprache bedienen, eine signifikant bessere Stellung auf dem deutschen Markt als die Unternehmen, die nur auf Englisch kommunizierten. (Deutsche Handelskammer für Spanien, 2011. 17-19, 24-25.)

5 Material und Vorgehen

Das Material für den Analyseteil besteht aus 82 Anglizismen aus vierzehn Stellenanzeigen aus drei verschiedenen Zeitungen. Bei den Printmedien handelt es sich um *Die Zeit*, *Die Frankfurter Allgemeine Zeitung* und *Die Süddeutsche Zeitung*. Die Ausgaben wurden zufällig ausgewählt, stammen aber aus dem Zeitraum von 19.11.2016 bis 2.11.2017. Die drei Zeitungen wurden wegen ihres hohen gesellschaftlichen Ansehens und der zahlreichen Anzeigen gewählt. Die Zielgruppen von allen Zeitungen sind ungefähr ähnlich: Die Leserschaft ist gebildet und höher qualifiziert, und die Altersstruktur wird mit zwischen 30 und 60 angesetzt. Die Firmennamen wurden bei der Auswahl der Anzeigen nicht beachtet.

Aus den Zeitschriften wurden Stellenanzeigen für ähnliche akademische Bereiche, d.h. Professuren und Stellen des Managements, ausgewählt. Gerade Ausschreibungen von Professuren erwiesen sich als im Hinblick auf die Analysekriterien sehr ergiebig.

Die gefundenen Anglizismen sind in fünf Kategorien kategorisiert worden: englische Komposita bzw. Fachsprache, Mischkomposita, alte Anglizismen, moderne Anglizismen und Übersetzungen. In dem Analysekapitel werden die Anglizismen in vier Unterkapiteln besprochen: Komposita und Mischkomposita, alte und moderne Anglizismen, Übersetzungen und Häufigkeit der Anglizismen.

6 Betrachtung der Anglizismen des Korpus

6.1 Komposita und Mischkomposita

Komposita und Mischkomposita waren die größten Gruppen von Anglizismen, die in dem Korpus gefunden wurden. Insgesamt gibt es 57 Komposita und Mischkomposita aus dem Korpus von 82 Anglizismen. Die meisten Komposita wurden aus zwei Lexemen gebildet. Die fachspezifischen, englischen Komposita machen einen beträchtlichen Teil von 40 % des Korpus aus und ist die größte Gruppe der Anglizismen in dieser Studie. In Tabelle 1 sind die Anzahl der Anglizismen des Materials vorgestellt und in Tabelle 3, die im

Anhang steht, sind die 24 gefundenen Mischkomposita und englische Komposita aufgeführt.

	Anzahl der Anglizismen	%
Komposita	33	40
Mischkomposita	24	29
Alte Anglizismen	17	21
Moderne Anglizismen	7	9
Übersetzung	1	1
Insgesamt	82	100

Tabelle 1 Anzahl der Anglizismen

In einer Stellenanzeige aus der FAZ für die Position eines Geschäftsführers sollte der Kandidat eine *Management-Persönlichkeit* haben. Das Kompositum ist ein typisches Beispiel von Mischkomposita. Das Wort *Management* stammt aus der englischen Sprache, wogegen *Persönlichkeit* ein deutsches Wort ist. Mit dem Wort ist eine leistungsbereite Attitüde verbunden und das Wort ist mit Bindestrich geschrieben, um das Verstehen zu erleichtern und zu betonen, dass es ein neues bzw. seltenes Komposita ist. Das Wort befindet sich nicht im Wörterbuch, d.h. ist nicht lexikalisiert und was, dass es eine relativ neues Komposita ist.

Es ist darauf hinzuweisen, dass bei einer Stellenanzeige von SZ von für einen/eine *Mediaberater/-in*, besonders viele Anglizismen vorkommen. Die Stellenanzeige hatte insgesamt 13 Anglizismen, davon waren acht Mischkomposita, d.h. in dieser Stellenanzeige das große Mehrheit der Anglizismen Mischkomposita waren. Ein gutes Beispiel für ein Mischkomposita aus dieser Stellenanzeige ist das Lexem *PR-Texten*. Es handelt sich dabei um einen fachspezifischen Begriff, dessen Äquivalent in der deutschen Sprache *Öffentlichkeitsarbeit* wäre. In seinem originalen Kontext steht PR für *Public Relations*. Es ist sehr typisch für die Fachsprache von Marketing und Kommunikation Abkürzungen zu verwenden. Andere Beispiele für typische Fachbegriffe in dieser Fachsprache sind *B2B (Business to Business)* und *CPC (Cost-per-click)*. Der Empfänger

muss ein Teil der Kultur sein, um die Bedeutungen der Abkürzungen zu verstehen. Die Verkürzungen werden aus sprachökonomischen Gründen verwendet, also um Zeit und Platz zu sparen.

Neben Mischkomposita wurden auch zahlreiche englische Komposita bzw. Fachsprache gefunden. Die englischen Komposita sind in den ausgewählten Stellenanzeigen nur in Kontext von Fachwissen vorgekommen. Zum Beispiel wurden in diesem Korpus englische Komposita besonders häufig in Stellenanzeigen des Fachgebiets Informationstechnik, IT, gefunden. Die IT-Fachsprache ist international und die meisten Programme sind auf Englisch und es gab keinen Grund, diese Fachlexik in Deutsche zu übersetzen, da deren Beherrschung mit dem Fachwissen verbunden ist. In diesem Kontext ist es berechtigt von *Entlehnung mit der Sache* zu sprechen, da fast das komplette Wortgut dieses Sachbereichs aus dem Englischen übernommen worden ist. Zum Beispiel gilt das offene Kompositum *Interface prototyping* als ein gutes Beispiel für ein IT-fachspezifische englische Kompositum.

Alle drei in Kapitel 2.5 erwähnte Arten von englischer Kompositabildung befinden sich in dem Korpus: Geschlossene Komposita, offene Komposita als auch Komposita mit Bindestrich. Für die Gruppe der geschlossenen Komposita dient *Projectmanagement* als Beispiel. *IT-Management* und *Business-Intelligence-Software* sind Komposita, die mit Bindestrich geschrieben sind. Da die einzelnen Lexeme mit einem Bindestrich verbunden sind, bilden sie eine Bedeutungseinheit.

Ein Beispiel für ein offenes Kompositum ist *User experience*. Hier wird ein Substantiv *User* mit einem zweiten Substantiv, *Experience*, beschrieben, um ein neuen Begriff zu schaffen. Solche Wörter sind manchmal schwierig als Komposita zu identifizieren, da die zwei oder mehrere Substantive alleinstehen. Offene Komposita sind aber dadurch erkennbar, dass sie oft zusammen benutzt sind und es mit der Hilfe des Kontexts oft klar ist, dass die beiden Wörter einander ergänzen.

Die meisten im Material gefundenen Komposita und Mischkomposita bestehen aus zwei Teilen. Die Konstruktion von Komposita aus mehr als zwei Wörtern ist aber auch ziemlich üblich für Eng-Eng-Komposita. In dieser Arbeit gilt das aber nicht für die Mischkomposita: Nur fünf von dreiundzwanzig Mischkomposita hatten drei Bestandteile,

z.B. *business-intelligence-Lösungen* und *Social Media und Online Redaktion*. Laut dem Korpus der Arbeit waren zweiteilige Komposita in dieser Kategorie beachtlich üblicher.

In der Kategorie von den englischen Komposita bzw. von der Fachsprache wurde ein Kompositum mit mehr als drei Bestandteilen gefunden, z.B. *non Food Private Label*. Das Wort beschreibt eine private Beschriftung von Sachgut. Sonst waren die gefundenen Anglizismen zwei- oder dreiteilig.

6.2 Alte und moderne Anglizismen

Mit alten Anglizismen werden eingedeutschte englische Lehnwörter bezeichnet. Das Kriterium für die Anglizismen ist, dass das Wort im Duden-Wörterbuch vorkommen muss. Moderne Anglizismen werden in diesem Kapitel gleichfalls besprochen und kategorisiert.

Insgesamt gibt es in dieser Kategorie 24 Anglizismen, also 30% des Korpus. Die Kategorie für moderne Anglizismen ist mit sechs Beispielen kleiner als die Kategorie der alten Anglizismen mit siebzehn Belegen. Der Grund dafür muss darin liegen, dass die Sprache sich durch Globalisierung und gesellschaftliche Änderungen und Phänomenen entwickelt. Neue Wörter aus dem Englischen passen sich an die Sprache an.

Laut Duden hat das Fremdwort *Team* seit ca. 1900 seinen Platz in der deutschen Sprache gehabt. Obwohl das Fremdwort eine relativ neue Erscheinung ist, ist *Team* von seiner Bedeutung her eindeutig und wird in den verschiedensten Kontexten verwendet, wie Sport und Arbeit. Das Fremdwort bezeichnet eine Arbeitsgruppe oder eine Mannschaft. *Team* wird als Fremdwort charakterisiert, weil seine Lautung sich von dem deutschen Standard unterscheidet. Die Schreibung ist gleichgeblieben wie im englischen Original.

Die Wirtschaft und damit verwendete Fachsprache der Wirtschaftswissenschaften hat eine große Wirkung auf die Sprache. *Management* ist einer der Anglizismus, dessen Herkunft aus dem Wirtschaftsleben entstammt und in die Alltagssprache eingegangen ist. Das Wort kommt relativ häufig auch in dem Korpus vor, da davon derivierte Variationen insgesamt elf Mal erscheinen.

Management bedeutet Führungskräfte in Organisationen, Verwaltung und Leitung eines Großunternehmens oder Teams. Das Äquivalent in der deutschen Sprache für Management könnte beispielsweise *Direktion*, *Führung* oder *Führerschaft* sein. Management und davon abgeleitete Variationen bedeuten aber eine typische Art von Führung. Management könnte auch aus euphemistischen Gründen verwendet werden, denn es ist nicht so negativ konnotiert wie zum Beispiel *Führerschaft*. Das könnte der Grund sein, warum Management immer häufiger verwendet wurde und dadurch in den deutschen Wortschatz eingegangen ist. Laut Duden-Online (2018) erscheint Management oft auch in gleichem Kontext wie die Adjektive *multi-* und *interkulturell*. Der Zweck für die Verwendung von Management kann auch sein, dass man damit die Internationalität, Mehrsprachigkeit und die Sprachkultur des Unternehmens vorführen will.

Ein interessanter alter Anglizismus ist auch *proaktiv*, auf Englisch *proactive*. Proaktiv bedeutet *vorausschauen* also im Voraus die erwarteten Veränderungen oder Schwierigkeiten zu berücksichtigen. Proaktiv war in seiner Zeit, etwa vor zwanzig Jahren, ein Modewort und wurde in mehreren Kontexten wie Wissenschaft, Wirtschaft und Politik verwendet. Im Laufe der Zeit hat der Anglizismus die deutsche Schreibform und Aussprache bekommen.

In diesem Korpus sind moderne Anglizismen englische Wörter, die aus stilistischen oder fachspezifischen Gründen im Haupttext der Anzeige eingebunden sind. Zum Beispiel in der Anzeige von die Süddeutsche Zeitung für die Stelle von *Referenten/-in* für *Kommunikationstätigkeiten* werden *Communities* anstatt *Interessengruppen* verwendet. *Communities* lässt sich nicht in Duden Online finden und daher ist zu vermuten, dass es kein deutschsprachiges Wort ist. Ich vermute, dass das Wort in der Stellenanzeige verwendet wurde, weil der Bereich der Kommunikationsarbeit viele aus dem Englischen stammende Begriffe verwendet.

Wahrscheinlich ist auch der moderne Anglizismus *Corporates* aus stilistischen Gründen verwendet. Laut der Stellenanzeige aus dem FAZ ist eine der Tätigkeiten von einem Diplomingenieur *Projektentwicklung größerer Corporates*. *Corporate* ist ein englisches Wort und bedeutet Unternehmen. Dieser Anglizismus ist ein relativ typisches Beispiel für ein Fremdwort. Das Wort ist unverändert aus dem Englischen übernommen außer es hat

ein großes Buchstaben Anfangsbuchstaben und wird flektiert, d.h. hat deutsche Form bekommen hat.

6.3 Übersetzungen

Eine interessante Entdeckung im Korpus war die Redewendung *kein Problem* aus der Zeitung *Die Zeit* für eine Stelle von *Professur für IT-Management und Business intelligence*. Das Wort *Problem* stammt eigentlich aus dem Lateinischen, aber es wird darauf hingewiesen, dass sich das Wort über das Englische weltweit verbreitet hat. Die Redewendung *no problem bzw. kein Problem* stammt aus dem englischen Sprachbereich.

Im deutschen Kontext ist die Redewendung eher umgangssprachlich und hat daher eine entspannte Konnotation. Eine Äquivalent für die Redewendung könnte *keine Ursache* oder *kein Thema* sein. In dem Kontext von dieser Stellenanzeige soll diese Redewendung die Wirkung von einer entspannten Arbeitskultur bzw. einem lockeren Arbeitsgeber vermitteln, die könnte also eine flache Hierarchie am Arbeitsplatz indizieren.

6.4 Häufigkeit und Funktionen der Anglizismen in den Stellenanzeigen

Anglizismen in den Zeitungen	Anzahl der Anglizismen
Die Zeit	49
Der Frankfurter Allgemein	17
Die Süddeutsche Zeitung	16
Insgesamt	82

Tabelle 2 Anglizismen in den Zeitungen

In der Zeitung *Die Zeit* wurden die meisten Anglizismen gefunden: 49 Anglizismen in fünf Anzeigen. In der FAZ wurde 17 Anglizismen aus sechs Anzeigen und in der *Süddeutsche Zeitung* nur 16 aus vier Anzeigen gefunden. Es ist schwer zu sagen, was der Grund ist, warum *Die Zeit* so viele Anglizismen im Gegensatz zu den anderen Zeitungen hat. Vielleicht lag es am Stil der Zeitungen, vielleicht hätte es in anderen Ausgaben mehr

Anglizismen gehabt oder vielleicht war es nur Zufall, dass in diesen Auflagen so wenig Fremdwörter vorkamen.

Es war allerdings zu bemerken, dass manche Anglizismen häufiger als andere vorkommen. *Management* und seine Variationen, *online* und *attraktiv* sind die üblichsten Anglizismen in dem Korpus. Ziemlich häufig dient das Anglizismus Online als Bestimmungswort wie in dem Mischkompositum *Online-Portal*. Die meisten Anglizismen befinden sich im Haupttext. Das ist einfach zu verstehen, weil der Haupttext den größten Teil des Textmaterials einer Anzeige enthält.

In den Stellenanzeigen für Professuren für Informationstechnik werden viele fachspezifische Anglizismen bzw. Fachsprache verwendet. Der Grund für die große Anzahl von Anglizismen könnte sein, dass diese Tätigkeiten besonderes viel fachspezifische Termini und Kenntnisse erfordern. In diesem Fall dienen Anglizismen als Fachsprache und zeigen Exklusivität bzw. schließen möglicherweise die unqualifizierten Bewerber aus. Die Anzeigen werden durch Anglizismen, englischsprachige Disziplinen und Termini nur an diejenigen gerichtet, die diese Fachsprache erkennen. Diese Kandidaten sind erwünscht und theoretisch auch die qualifizierten Bewerber.

Die Stellenanzeige von *Rau Consultants* aus der Süddeutsche Zeitung für eine Stelle von *Sales Manager* verwendet Anglizismen als ein Mittel, um die Internationalität der Tätigkeit zu zeigen. In den Stellenanzeigen werden acht offene Stellen vorgestellt. Zwei davon haben englische Arbeitsbezeichnungen, *Sales Manager* und *Key Account Manager*, der Rest wird deutsch beschrieben: *Betriebsleiter*, *Leiter*, *Teamleiter*. Es ist anzunehmen, dass diese Stellen sich möglicherweise Kenntnisse der englischen Sprache voraussetzen oder das Unternehmen sowohl nationale als auch internationale Tätigkeiten anbietet. Internationalität ist ein üblicher Grund, warum Anglizismen verwendet werden, da Anglizismen Interesse und Aufmerksamkeit wecken. Anglizismen sind exotisch und werbewirksam und werden die oft von den Rezipienten mit etwas Positivem und Neuem assoziiert. Die Verwendung von Anglizismen kann auch ein Indikator sein, dass man in dieser Arbeitsumgebung bzw. für diese Tätigkeit gute Sprachkenntnisse braucht – besonders in Englisch.

Es sollte bedacht werden, dass Anglizismen nicht unbedingt immer mit Absicht verwendet sind. Da viele von den untersuchten Anglizismen alte Lehnwörter sind und in dem Lauf der Zeit eingedeutscht worden sind, lässt es sich auch vermuten, dass es in manchen Fällen nicht darum geht Aufmerksamkeit zu wecken. Als Beispiel dient die Stellenanzeige aus der FAZ von der Stadt Göppingen für die Tätigkeit von *Ersten Beigeordneten*. In dieser Stellenanzeige ist die Tätigkeit einheimisch auf Deutsch präsentiert, außer den drei Anglizismen: *attraktiv*, *Sport* und *Stadtmarketing*. Attraktiv und Sport sind sehr alte Anglizismen, die seit Jahrhunderten verwendet sind. Stadtmarketing ist ein fachspezifisches Wort und erläutert einfach die Verkaufstätigkeiten, die spezifisch für diese Stelle und für Betriebswissenschaften ist. Die geringe Anzahl von Anglizismen in dieser Anzeige könnte indizieren, dass die Arbeitstätigkeiten in erster Linie auf Deutsch ablaufen.

Anzunehmen ist aber auch, dass viele der gefundenen sog. normalen, alten Anglizismen wie *kreativ*, *Partner*, *Sport* und *Generation* werden in den Augen von vielen Deutschen nicht mehr als Anglizismen oder Fremdwörter gesehen werden. Deswegen wird die Anwendung solcher Lehnwörter generell auch nicht vermieden, da überall im deutschsprachigen Sprachgebiet in Gebrauch sind und als Teil der deutschen Sprache betrachtet werden.

Das Fehlen von allgemeinen bzw. normalen, modernen Anglizismen wie *E-Mail* war interessant. Im ganzem Korpus kommt nur einmal *E-Mail* vor. Nur einmal wird gebeten, dass der Bewerber seinem Lebenslauf via E-Mail schickt. Interessant ist, dass generell Digitalisierung mit Globalisierung verbunden wird und immer mehr Information über das Internet läuft, da es eine schnelle Plattform bietet. Wegen Digitalisierung hätte ich gedacht, dass das Lexem E-Mail öfter vorkommen würde.

7 Schlussbetrachtung

Der Zweck dieser Arbeit war zu untersuchen wie viele, welche und was für Anglizismen in Stellenanzeigen vorkommen. Als Material dieser Bachelorarbeit dienten zufällig ausgewählte Stellenanzeigen aus drei Zeitschriften aus dem Zeitraum von 19.11.2016 – 2.11.2017. Die Ergebnisse wurden sowohl qualitativ als auch quantitativ behandelt.

Das Korpus bestand aus 82 Anglizismen aus vierzehn unterschiedlichen Anzeigen. Einige hatten viel Text, andere bestanden aus nur wenigen Zeilen. Die Mehrzahl der Anglizismen waren einzelne Substantive und Komposita. Firmennamen oder geographische Herkunft des Anglizismus wurden nicht beachtet. Alle gefundenen Anglizismen wurden in einem Herkunftswörterbuch verifiziert. Es ist möglich, dass alle Anglizismen des Korpusmaterials nicht gefunden wurden.

Vor der Untersuchung war meine Hypothese, dass sich Anglizismen – wenn sie überhaupt vorkämen – am häufigsten in den Tätigkeitsbezeichnungen befinden könnten. Die bestätigte sich jedoch nicht, da in allen Teilen der Stellenanzeigen Anglizismen ausgemacht werden konnten. Im Gegensatz zur Hypothese befanden sich die meisten Anglizismen sich im Haupttext und in den Bezeichnungen der Arbeitstätigkeiten, die auch oft als Überschrift der Anzeige dienten.

Es gab viele Anglizismen im Korpus, die in mehreren Anzeigen vorkamen, z.B. *Management* (11 Mal); *Online* (5Mal) und *attraktiv* (5mal). 70 % der untersuchten Anglizismen im Korpus waren Komposita und die meisten Komposita bestanden aus zwei Teilen. Die meisten Anglizismen wurden in Stellenanzeigen im Bereich von Kommunikation und Informatik gefunden.

Stellenanzeigen sind in generell immer noch eine ziemlich konservative Textsorte und aus diesem Grund gab es insgesamt relativ wenig Anglizismen im Text. Es war zu bemerken, dass die Anglizismen meistens in Kontext von einer Fachsprache verwendet wurden. Da die Verwendung von Anglizismen in Alltagssituationen üblicher ist und umgangssprachliche Äußerungen oft aus dem Englischen stammen, wären die Ergebnisse vielleicht anders gewesen, wenn eine andere Zeitschrift, die sich mehr an jüngere Menschen richtet oder in inoffizieller Art geschrieben wird, ausgewählt worden wäre.

Ebenso wäre es interessant, wenn man das Material an den Stellenanzeigen zum Beispiel nur im Bereich Informationstechnik fokussiert hätte.

In dieser Arbeit werden als Gründe für die Verwendung von Anglizismen Internationalität, Exklusivität, Fachsprache und Sprachökonomie vermutet. Laut dieser Studie ist es nicht möglich zu verallgemeinern, dass Anglizismen in der Textsorte von Stellenanzeigen fest eingebürgert wären.

9 Literaturverzeichnis

- Bohmann Stephanie (1996). *Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werbebranche*. Marburg: Tectum Verlag
- Brannen Mary Yoko, Piekari Rebecca, Tietzke Susanne (2014). *J Int Bus Stud 45: The multifaceted role of language in international business: Unpacking the forms, functions and features of a critical challenge to MNC theory and performance*. [online] Palgrave Macmillan UK [Zitiert: 4.1.2018]. 495-507. Zugang: <https://link.springer.com/article/10.1057/jibs.2014.24>
- Carstensen, B., & Galinsky, H. (1975). *Amerikanismen der deutschen Gegenwartssprache: Entlehnungsgänge und ihre stilistischen Aspekte* (3rd ed.). Heidelberg: Winter
- Corey Renata, Duchêne Alexandre (2017). *Mehrsprachigkeit und Arbeitswelt: Das Wichtigste in Kürze*. Freiburg: Institute der Mehrsprachigkeit. [Zitiert: 6.2.2018]. Zugang: https://www.fri2frei.ch/data/web/fri2frei.ch/uploads/pdf/kfm_arbeitswelt_literaturuebersicht_kurz_170405.pdf
- Deutsche Handelskammer für Spanien (2011). *La emperansa espanola en el mercado aleman: Experiencias y factores de exito*. [online] Barcelona. [Zitiert: 3.2.2018]. Zugang: http://www.ahk.es/fileadmin/ahk_spanien/Encuesta/La_empresa_espanola_en_el_mercado_aleman.pdf
- DHW (2007). *Das Herkunftswörterbuch – Etymologie der deutschen Sprache*. Nördlingen: C.H. Beck
- Dräxler Hans-Dieter (2007) Nicht nur Fremdsprachenkenntnisse braucht die moderne Welt, sondern Mehrsprachigkeit!. [online] Goethe.de [Zitiert: 3.2.2018] Saatavilla: <http://www.goethe.de/ges/spa/prj/sog/mup/de3249600.htm>

- Europäische Kommission.(2007) *Bericht über die Durchführung des Aktionsplans „Förderung des Sprachenlernens und der Sprachenvielfalt“*. [online] Brüssel. [Zitiert: 4.2.2018] Zugang: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2007/DE/1-2007-554-DE-F2-1.Pdf>
- Kantola Anu, Moring Inka, Väliverronen Esa (1998). *Media-analyysi – Tekstistä tulkintaan*. Tampere: Tammer-Paino Oy
- Kapui, Kinga (2009). *Anglizismen in der Werbesprache – Warum benutzen die Werbefachleute mit Vorliebe Anglizismen?* Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller Aktiengesellschaft & Co. KG
- Kankaanranta Anne, Louhiala-Salminen Leena (2013). “*What language does global business speak?*” – *The concept and development of BELF*. Helsinki: Aalto Universität [Zitiert: 21.12.2017]. Zugang: http://www.aelfe.org/documents/01_26_Kankaanranta.pdf
- Kühn I. 1994. *Lexikologie: Eine Einführung*. Tübingen: Niemeyer.
- Laisi Karita (2002). *Valtakieli on vallan kieli*. Kumppani-lehti [online]. 06/2002 [Zitiert: 18.12.2017]. Zugang: <https://www.maailmankuvalehti.fi/2002/6/nakokulmat/valtakieli-vallan-kieli>
- Nickerson Catherine (2005). *English as a lingua franca in international business contexts*. [online] Zugang: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0889490605000062>
- Nuolijärvi Pirkko (2000). Sosiolingvistiikka kielentutkimuksen kentässä. In: Kari Sajavaara, Arja Piirainen-Marsh (Hrsg.) *Kieli, diskurssi & yhteisö*. Jyväskylä: Helsinki: Jyväskylän yliopisto, soveltavan kielentutkimuksen keskus. 17-35.
- Piekkari Rebecca (2010). Suomi ja muut kielet monikielisessä työyhteisössä. *Kielikello* 3. [online]. [Zitiert: 3.12.2017]. Zugang: <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=2138>

- Piuhola Virva (2008). *Knowhow, Know-How, Know-how, know-how oder know how? Anglizismen in Anzeigen des Nachrichtenmagazins der Spiegel*. Saksan kielen ja kirjallisuuden Pro Gradu- tutkielma. Vaasan Yliopisto
- Pfützner Jürgen (1978). *Der Anglizismus im Deutschen: ein Beitrag zur Bestimmung seiner stilistischen Funktion in der heutigen Presse*. The University of California
- RP-Online (2018). *Jugendwort des Jahres- die Gewinner seit 2008*. [Zitiert: 15.2.2018]. Zugang: <http://www.rp-online.de/panorama/deutschland/die-jugendwoerter-der-letzten-jahre-gewinner-von-2008-bis-2017-iiid-1.6404732>
- Römer Christine, Matzke Brigitte (2004). *Lexikologie des Deutschen – Eine Einführung*. Tübingen: Gulde Druck
- Schippan Thea (1992). *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag
- Schütte Dagmar (1996). *Das schöne Fremde: Anglo-amerikanische Einflüsse auf die Sprache der deutschen Zeitschriftenwerbung*. Bonn: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Wardhaugh Ronald (1992). *An introduction to sociolinguistics*. [online] Cambridge, MA: Blackwell. [Zitiert: 29.03.2018] Zugang: http://home.lu.lv/~pva/Sociolingvistika/1006648_82038_wardhaugh_r_a_n_introduction_to_sociolinguistics.pdf
- Yang, Wenliang (1990). *Anglizismen im Deutschen- Am Beispiel des Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag

Anhänge

Komposita bzw. Fachsprache	Mischkomposita	Alte Anglizismen	Moderne Anglizismen
business intelligence	Business-intelligence-Lösungen	attraktiv	Advanced analytics
Business Intelligence	datawarehouse	attraktiv	Communities
Business Intelligence-Software	Geodata Analysis and Solutions	attraktiven	controllings
business management	HR-Kernprozessen	Attraktiven	Corporates
data mining	Internet-Auftritt	big data	Mathematics
Dual Career Service	IT-Beratung	CEO	Social Work
Enterprise-Ressource-Planning	Kandidatenpool	Generation	Migration and
Experiment Design in Human Factor Evaluation	Krisenmanagement	kreativ	Diversity
experte labour relations	Management-Persönlichkeit	kreative	Übersetzung
Game User Research	Mediaberaterin	kreativen	kein Problem
Head of SCM/Operations/COO	Online-Präsenz	management	
Human Computer Interaction	Online-Redaktion	Monitoring	
Human-Computer Interaction	Online-stellenmarkt	Partner	
Interface Prototyping/Programming	Organisationstalent	proaktiv	
international business	Print- und Onlineprodukte	Reporting	
IT-Frameworks	Projektmanagement	Sport	
IT-management	PR-Texten	Team	
IT-management, Business Intelligence	Serviceorientierte	E-Mail	
IT-Management, Consulting & Auditing	Social Media und Online Redaktion		
Key Account Manager	Social Media-Arbeit		
labour relations	Social Media-Kampagnen		
managing director	Software Ergonomie		
Mobile User Interfaces	Stadtmarketing		
Online- Portal	Teamleiter		
Online-Newsletter			
Post Merger Intergration			
Projectmanagement			
Sales Manager Non Food Private Label			
Serienprodukte			
Standardsoftware			
Supply Change			
User Experience			
Virtual und Augmented Reality			

Tabelle 3 Die Anglizismen des Korpumaterials

**H O C H
S C H U L E
T R I E R**

Trier University
of Applied Sciences



Rund 8.000 junge Menschen studieren und forschen in attraktiven Studiengängen an der Hochschule Trier im Herzen der Großregion Saar-Lor-Lux. Wir sind die drittmittelstärkste Hochschule für angewandte Wissenschaften in Rheinland-Pfalz und Mitglied der European University Association (EUA). Damit bieten wir sehr gute Bedingungen für die Durchführung von Projekten mit der regionalen und überregionalen Wirtschaft.

Am Fachbereich Wirtschaft des Standortes Trier sind rund 1.000 Studierende in den Bachelor- und Masterstudiengängen Betriebswirtschaft, International Business, Business Management, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen immatrikuliert. Der Fachbereich ist international ausgerichtet und pflegt eine Vielzahl von internationalen Kooperationen und enge Beziehungen zu Unternehmen, u. a. am nur 40 km entfernten Finanzplatz Luxemburg.

Zum nächstmöglichen Zeitpunkt ist am **Fachbereich Wirtschaft**, vorrangig für die Fachrichtung Wirtschaftsinformatik, folgende Stelle zu besetzen:

**W2-Professor
für das Fachgebiet
Business Intelligence, insbesondere Advanced Analytics**

Wir suchen eine Persönlichkeit mit ausgewiesenen Kenntnissen und umfassender praktischer Erfahrung im oben genannten Fachgebiet. Dafür sind besondere Leistungen bei der Anwendung oder Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse in den beiden folgenden Bereichen zwingend erforderlich:

- Konzeption, Umsetzung, Einführung oder Betrieb von Business-Intelligence-Lösungen in der Unternehmenspraxis
- Methodisch anspruchsvolle Analyse von Daten mit Verfahren des Data Mining sowie gegebenenfalls ergänzend der Ökonometrie oder der angewandten Statistik im Hinblick auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen

Darüber hinaus sind Kenntnisse über Datenbanken, Data Warehouses und Big Data vorteilhaft.

Die zukünftige Stelleninhaberin oder der zukünftige Stelleninhaber soll das Fachgebiet in Lehre und Forschung vertreten. Dabei erwarten wir die Bereitschaft, Lehrveranstaltungen auch außerhalb des ausgeschriebenen Lehrgebiets sowie in der Grundlagenausbildung durchzuführen – hierzu zählen derzeit die formalen Grundlagen der Wirtschaftsinformatik, die Statistik und Datenbanken. Abhängig vom Bedarf sind die Veranstaltungen sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache zu halten.

Weiterhin setzen wir die Bereitschaft zur Mitarbeit in der akademischen Selbstverwaltung und an der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Fachbereichs und seiner Studiengänge voraus. Überdies erwarten wir die Motivation zur Durchführung von Vorhaben in der angewandten Forschung und dem Praxis-Transfer im Einklang mit den eigenen Interessen. Die Hochschule Trier bietet dafür innovative und zukunftsorientierte Forschungsmöglichkeiten sowie internationale und interdisziplinäre Kooperationsmöglichkeiten. Allen ihren Beschäftigten stellt die Hochschule ein umfassendes Weiterbildungsangebot zur Verfügung. Überdies sind wir als familienfreundliche Hochschule zertifiziert und bieten vielfältige Kinderbetreuungsangebote sowie Unterstützung und Beratung durch unseren Familienservice und unseren Dual Career Service.

Das Land Rheinland-Pfalz und die Hochschule Trier vertreten ein Betreuungskonzept, bei dem eine hohe Präsenz der Lehrenden am Hochschulort erwartet wird.

Die Hochschule Trier strebt eine Erhöhung des Anteils der Frauen am wissenschaftlichen Personal an. Entsprechend freuen wir uns über Bewerbungen qualifizierter Frauen.

Schwerbehinderte werden bei gleicher Eignung bevorzugt eingestellt.

Weitere allgemeine Informationen sind im Internet abrufbar unter:
<http://www.hochschule-trier.de/go/stellenausschreibung>

Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen (Lebenslauf, Zeugnisse, Nachweise über den beruflichen Werdegang, Publikationsverzeichnis, kurze Skizze geplanter Forschungs- und Transfervorhaben) senden Sie bitte innerhalb von **5 Wochen** nach Erscheinen dieser Anzeige an den:
Präsidenten der Hochschule Trier, Postfach 18 26, D-54208 Trier

Anhang 2 Die Zeit, 2.11.2016

PROFESSUREN

**H O C H
S C H U L E
T R I E R**

Trier University
of Applied Sciences



Rund 8.000 junge Menschen studieren und forschen in attraktiven Studiengängen an der Hochschule Trier. Wir sind die drittmittelstärkste Hochschule für angewandte Wissenschaften in Rheinland-Pfalz und Mitglied der European University Association. Damit bieten wir sehr gute Bedingungen für die Durchführung von Projekten mit der regionalen und überregionalen Wirtschaft.

Im Rahmen des weiteren Ausbaus sind zum nächstmöglichen Zeitpunkt im Fachbereich Informatik folgende Stellen zu besetzen:

**W2-Professor
für das Fachgebiet
Angewandte Mathematik**

Wir suchen eine teamfähige Persönlichkeit mit einem abgeschlossenen Hochschulstudium in Mathematik oder Informatik mit ausgewiesenen Kenntnissen und praktischer Erfahrung in der Durchführung von Projekten in der angewandten Mathematik. Die zukünftige Stelleninhaberin oder der zukünftige Stelleninhaber soll dem Fachgebiet durch einen Schwerpunkt aus der angewandten Mathematik ein spezielles Profil geben, wünschenswerterweise mit erkennbarem Bezug zur Spieleentwicklung. Ferner erwarten wir die Übernahme der grundlegenden Lehrveranstaltungen zur Mathematik im Fachbereich. Weiterhin werden besondere Leistungen bei der Anwendung oder Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden, bevorzugt in einem der folgenden Gebiete, gefordert:

- Computersimulation
- Numerische Mathematik
- Optimierung
- Stochastik

**W2-Professor
für das Fachgebiet
Human Computer Interaction/User Experience**

Wir suchen eine teamfähige Persönlichkeit mit abgeschlossenem Hochschulstudium in Informatik oder einem verwandten Fachgebiet mit ausgewiesenen Kenntnissen und Projekterfahrung in den Bereichen Human Computer Interaction und User Experience. Die zukünftige Stelleninhaberin oder der zukünftige Stelleninhaber soll dem Fachgebiet durch einen Schwerpunkt ein spezielles Profil geben, wünschenswerterweise mit erkennbarem Praxisbezug zur Spieleentwicklung. Weiterhin werden besondere Leistungen bei der Anwendung und Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden in einem oder mehreren der folgenden Gebiete gefordert:

- Software Ergonomie
- User Experience
- Mobile User Interfaces
- Virtual und Augmented Reality
- Game User Research
- Experiment Design in Human Factor Evaluation
- Interface Prototyping/Programming

**W2-Professor
für das Fachgebiet
Robotik/Autonome mobile Systeme**

Wir suchen eine Informatikerin/einen Informatiker mit ausgewiesenen Kenntnissen und praktischer Erfahrung im Bereich der Robotik bzw. der autonomen mobilen Systeme oder technisch verwandter Bereiche. Die zukünftige Stelleninhaberin oder der zukünftige Stelleninhaber soll dem Lehrgebiet Robotik und autonome mobile Systeme durch einen Schwerpunkt ein spezielles Profil geben.

Praktische Industrieerfahrung in diesem Bereich ist wünschenswert. Weiterhin werden besondere Leistungen bei der Anwendung oder Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden in mehreren der folgenden Gebiete gefordert:

- Theoretische und technische Grundlagen des ausgeschriebenen Fachgebietes
- (Semi-)Autonome mobile Systeme
- Sensorik und Sensordateninterpretation (z. B. 2D-/3D-Objekterkennung)
- Aktorik (Locomotion, Dynamik, Kinematik)
- Kooperierende Robotersysteme
- Mensch-Maschine-Interaktion
- Navigation (Kollisionsvermeidung, Pfadplanung, Lokalisierung, Umgebungsmodellierung, Kartenerstellung)
- Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen

Die zukünftigen Stelleninhaberinnen oder Stelleninhaber sollen ihr jeweiliges Fachgebiet in Lehre und angewandter Forschung vertreten. Erwartet wird ferner die Bereitschaft zum Auf- und Ausbau von Forschungsaktivitäten sowie Engagement bei der Weiterentwicklung der Präsenz- und Fernstudiengänge des Fachbereichs Informatik. Wir bieten vier 6-semestrige Bachelor-Studiengänge, zwei 4-semestrige Master-Studiengänge sowie einen Master-Fernstudiengang im Bereich Informatik an. Wir erwarten die Bereitschaft zur Mitarbeit in allen genannten Studiengängen (u. a. in der Grundlagenausbildung) und dazu auch die Fähigkeit und Bereitschaft, Lehrveranstaltungen zu anderen Gebieten als dem ausgeschriebenen Lehrgebiet durchzuführen. Wir gehen davon aus, dass die zukünftigen Stelleninhaberinnen oder Stelleninhaber Lehrveranstaltungen in deutscher Sprache und bei Bedarf auch in englischer Sprache durchführen. Die Bereitschaft zur Beteiligung an der Selbstverwaltung setzen wir ebenfalls voraus.

Die Hochschule Trier bietet Ihnen innovative und zukunftsorientierte Forschungsmöglichkeiten sowie internationale und interdisziplinäre Kooperationsmöglichkeiten. Die praxisorientierte Ausbildung unserer Studierenden liegt uns ebenso am Herzen wie eine nachhaltige und teamorientierte Arbeitsumgebung. Allen Beschäftigten der Hochschule steht ein umfassendes Weiterbildungsangebot zur Verfügung. Wir sind als familienfreundliche Hochschule zertifiziert und bieten vielfältige Kinderbetreuungsangebote sowie Unterstützung und Beratung durch unseren Familienservice und unseren Dual Career Service an. Das Land Rheinland-Pfalz und die Hochschule Trier vertreten ein Betreuungskonzept, bei dem eine hohe Präsenz der Lehrenden am Hochschulort erwartet wird.

Die Hochschule Trier strebt eine Erhöhung des Anteils der Frauen am wissenschaftlichen Personal an. Entsprechend freuen wir uns über Bewerbungen qualifizierter Frauen.

Schwerbehinderte werden bei gleicher Eignung bevorzugt eingestellt.

Anhang 1 Die Zeit, 2.11.2016

Selbständige Unternehmungen



Süddeutscher Verlag



Die Süddeutsche Zeitung ist die auflagenstärkste überregionale Qualitäts-Tageszeitung Deutschlands mit Sitz in München.

Für den Anzeigenverkauf des lokalen Einzelhandels in der Stadt München suchen wir ab sofort eine/n

Mediaberater/in

Ihre Aufgaben

- Persönliche und telefonische Beratungs- und Verkaufsgespräche für unsere **Print- und Onlineprodukte**
- Erstellung von Kunden- und Agenturangeboten
- Administrative Kundenpflege in SAP und dem CRM System
- Zusammenarbeit mit verbundenen Organisationsbereichen

Ihr Profil

- Argumentationsstärke im Kundengespräch
- Ausgeprägte Eigeninitiative zur persönlichen Weiterentwicklung
- Selbständige Arbeitsweise
- Zuverlässigkeit und Fleiß

Wir bieten

- Handelsvertretervertrag nach § 84 ff HGB mit der **Chance** einer beruflichen Weiterentwicklung in unserem **Konzern**
- Einkommensgarantie für 2017
- Leistungsgerechte Bezahlung

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann bewerben Sie sich, unter Angabe Ihres Provisionswunsches und Ihres frühestmöglichen Starttermins, auf www.swmh.de unter **Karriere** → Stellen & Bewerbung → Fach- und Führungskräfte → Mediaberater/in

Süddeutsche Zeitung



Anhang 4 Die Süddeutsche Zeitung, 3.-4.12.2017

Kfm. Führungskraft (m/w)



zum baldigen Eintritt für unseren wachstumsstarken Klienten, einem langjährig erfolgreichen Unternehmen der Optoelektronik und Lasertechnik mit Sitz in unmittelbarer Nähe von München gesucht.

Sie verfügen über ein Studium (Betriebswirtschaft, Wirtschafts-Ingenieur o.ä.) und mehrjährige Erfahrung in mittelständischen Unternehmen. Sie beherrschen alle Aspekte Ihres Metiers und verfügen über ein gutes technisches Verständnis.

Sie erhalten die Chance, bei Bewährung Schritt für Schritt die Leitung des Finanzbereichs zu übernehmen, diesen zu entwickeln und mit Ihren Ideen und Initiativen zum anhaltenden Erfolg des Unternehmens beizutragen.

Sie beraten die beiden Geschäftsführer proaktiv und umsichtig in allen finanziellen und kfm. Belangen.

Was Sie auszeichnen sollte: Ein über Ihr Fachgebiet hinausreichendes Interesse, Eigeninitiative, Lust an Gestaltung, z.B. beim Ausbau des Controllings, Offenheit, Einfühlungsvermögen und ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit.

... und dies werden Sie schätzen:

- Ihre Tätigkeit: erfüllend und vielseitig
- Ihre Firma: innovativ, zukunftsichere Branche
- Ihr Team und Umfeld: Sie werden sich wohlfühlen!
- Entwicklungsperspektive: ungewöhnlich und konkret.
- Ihre Vergütung: attraktiv, gute Nebenleistungen.

Pecht!
Unternehmensentwicklung
Opimalpalas
Maximiliansstr. 2
80539 München
Ihr Ansprechpartner:
Dr. jur. Ernst Pecht, Dipl.-Kfm.
Tel. 0172 89 18 434
www.pecht!.de

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung mit Zeugnissen und Ihrem Gehaltswunsch unter Kennziffer 1982 an: pecht!@pecht!.de



TECHNOSEUM
Landesmuseum
für Technik und Arbeit
in Mannheim

Wir suchen zur unbefristeten Besetzung zum nächstmöglichen Zeitpunkt den/die

Referenten/Referentin

Social Media und Online-Redaktion

Entgeltgruppe 11 TV-L, in Vollzeit (zzt. 39,5 Stunden).

Im Mittelpunkt der Tätigkeit stehen: Konzeption und redaktionelle Betreuung von Social Media-Kampagnen, systematischer Ausbau des Dialogs mit relevanten Zielgruppen, Monitoring von relevanten Themen und Communities für die Social Media-Arbeit, Evaluation und Reporting, Projektmanagement des neuen Internet-Auftritts, Betreuung und Weiterentwicklung des Internet- und Intranetauftritts, Online-Redaktion, Gewinnspiele, Pflege der Online-Präsenz des Museums auf externen Internet-Portalen, Redaktion der Online-Newsletter, Erstellung von PR-Texten, Planung und Umsetzung von Werbemaßnahmen.

Eine ausführlichere Stellenanzeige und weitere Informationen zum TECHNOSEUM finden Sie unter:
www.technoseum.de/news/stellenangebote/

TECHNOSEUM | Personalstelle | Museumsstraße 1 | 68165 Mannheim

Anhang 5 Die Süddeutsche Zeitung, 3.-4.12.2017

Ausgesuchte Vakanzen aus der Lebensmittelindustrie



Wir, die Rau Consultants, sind seit 40 Jahren der Spezialist für die Vermittlung von Führungskräften und Experten in der Lebensmittelindustrie und angrenzenden Branchen im deutschsprachigen Raum und international. Hier sehen Sie eine Auswahl unserer aktuell 45 Stellenanzeigen:

Technischer Leiter (m/w) Getränke Ort: Rhein-Main-Gebiet Referenznummer 10-2451	Leiter (m/w) Vertriebsentwicklung Ort: Bayern Referenznummer 10-2436	Senior Projektleiter/Betriebsplaner (m/w) Ort: München/Süddeutschland Referenznummer 10-2448	Key Account Manager (m/w) Ort: Home-Office Süddeutschland Referenznummer 10-2442
Sales Manager (m/w) Non Food Private Label Ort: Nordrhein-Westfalen Referenznummer 10-2453	Betriebsleiter (m/w) Getränke Ort: Rhein-Main-Gebiet Referenznummer 10-2450	Teamleiter (m/w) Frischkäse Ort: Kempten im Allgäu Referenznummer 10-2449	Abteilungsleiter (m/w) Verpackung Lebensmittel- / Fleischindustrie Ort: Süddeutschland Referenznummer 10-2417

Diese und weitere Stellen der Rau Consultants finden Sie auch im Onlinestellenmarkt der Süddeutschen Zeitung. Weitere Informationen und Positionen finden Sie unter www.rau-consultants.de/stellenangebote.

Lassen Sie sich in unseren **Kandidatenpool** aufnehmen um auch Zugang zu unseren diskreten Suchmandaten zu erhalten. Gerne stehen Ihnen unsere Berater unter +49 89 1895520-0 für Ihre Fragen zur Verfügung.

 **RAU | CONSULTANTS**

RAU | FOOD RECRUITMENT GmbH · Friedenheimer Brücke 21 · D-80639 München
Tel. +49 89 1895520-0 · info@rau-consultants.de · www.rau-consultants.de

Anhang 6 Die Süddeutsche Zeitung, 3.-4.12.2017

Erfahrener Wirtschaftsingenieur sucht neue Herausforderung als ...

Head of SCM / Operations / COO

im (Sonder-)Maschinenbau / Halbleiter / Automotive

- Hohe strategische und operative Kompetenz entlang der Supply Chain (Einkauf - Logistik - Vertriebsinnendienst)
- Langjährige Führungsverantwortung in international agierenden Mittelstandsunternehmen und in globalen Konzernen
- Gelebt in Taiwan, Schweden und in den USA
- Erfolgreiche Projektleitung bei Fabrikneubau / Post-Merger-Integration
- Stark im Krisenmanagement

Direktkontakt per Chiffre-E-Mail: 014516@personalintern.info

Anhang 7 Die Frankfurter Allgemeine Zeitung 19.-20.11.2016

VERWALTUNGSLEITER/-IN

Das Fraunhofer-Institut für Physikalische Messtechnik IPM in Freiburg forscht an Messverfahren und Materialien und entwickelt darauf basierend maßgeschneiderte Systeme für die Industrie.

Was Sie erwartet
In dieser Funktion sind Sie direkt der Institutsleitung zugeordnet und tragen die übergeordnete Verantwortung für die Aufgabenbereiche Personal, kaufmännische Dienste und Informationstechnologie. Sie erwartet ein hoch innovatives und dynamisches Arbeitsfeld.

Was Sie mitbringen

- ein abgeschlossenes wissenschaftliches Hochschulstudium mit Erfahrung in betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Fragestellungen oder vergleichbare langjährige Berufserfahrung in einer Führungsposition, vorzugsweise im F&E-Umfeld
- Kommunikationsstärke sowie eine kooperative, serviceorientierte und unternehmerische Denk- bzw. Arbeitsweise mit hoher Affinität zu den Zielsetzungen unseres Instituts
- ausgeprägte analytische und konzeptionelle Fähigkeiten
- Organisationstalent und ein hohes Maß an Verantwortungsbewusstsein

Anstellung, Vergütung und Sozialleistungen basieren auf dem Tarifvertrag für den öffentlichen Dienst (TVöD). Zusätzlich kann Fraunhofer leistungs- und erfolgsabhängige variable Vergütungsbestandteile gewähren. Die Fraunhofer-Gesellschaft legt Wert auf die berufliche Gleichstellung von Frauen und Männern.

Fraunhofer ist die größte Organisation für anwendungsorientierte Forschung in Europa. Unsere Forschungsfelder richten sich nach den Bedürfnissen der Menschen: Gesundheit, Sicherheit, Kommunikation, Mobilität, Energie und Umwelt. Wir sind kreativ, wir gestalten Technik, wir entwerfen Produkte, wir verbessern Verfahren, wir eröffnen neue Wege.

Nähere Informationen finden Sie unter:
<http://www.ipm.fraunhofer.de/jobs>

Fragen zu dieser Position beantwortet Ihnen gerne:
Herr Jörg Walter, Telefon: +49 761 8857-120, Joerg.Walter@ipm.fraunhofer.de

Süddeutsche

Anhang 8 Die Süddeutsche Zeitung. 3.-4.12.2017

Die Hohenstaufenstadt Göppingen (ca. 60.000 Einwohner) ist Mittelzentrum in verkehrsgünstiger Lage und bedeutender Wirtschaftsstandort mit einer langen industriellen Tradition in der Metropolregion Stuttgart. Ein vielfältiges kulturelles und sportliches Angebot mit zahlreichen attraktiven Freizeitaktivitäten und guten Einkaufsmöglichkeiten ist vorhanden.

Bei der Stadt Göppingen ist baldmöglichst die Stelle des/der

Ersten Beigeordneten

zu besetzen.

Der/Die Erste Beigeordnete führt die Amtsbezeichnung Erste/r Bürgermeister/in.

Sie sind für folgendes Aufgabengebiet zuständig:

Geschäftskreis/Dezernat II – Allgemeine Verwaltung –

- Fachbereich Recht, Sicherheit und Ordnung
- Fachbereich Kultur und Stadtmärkte
- Fachbereich Schulen, Sport, Soziales
- Stadtbibliothek
- Volkshochschule
- Jugendmusikschule
- Archiv und Museen

Eine Neuordnung des Geschäftskreises bleibt vorbehalten.

Für die Leitung des Geschäftskreises/Dezernats II suchen wir eine kompetente, engagierte, strategisch denkende und gestaltende Persönlichkeit, möglichst mit fundierten beruflichen Erfahrungen im kommunalen Bereich. Sie sind in der Lage, in dem Ihnen übertragenen Verantwortungsbereich zukunftsweisende Impulse für die Hohenstaufenstadt zu geben.

Sie sollten ein erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium nachweisen können, das den hohen fachlichen Anforderungen des von Ihnen zu verantwortenden Geschäftskreises/Dezernats entspricht. Es wäre von Vorteil, wenn Sie die laufbahnrechtliche Befähigung zum gehobenen oder höheren Verwaltungsdienst nachweisen können.

Wahl, Amtszeit, Rechtsstellung und Besoldung richten sich nach den gesetzlichen Bestimmungen.

Frauen und Männer haben bei uns die gleichen Chancen.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung mit den üblichen aussagekräftigen Unterlagen **spätestens bis 11.12.2016** an die Stadt Göppingen, zu Händen von Herrn Oberbürgermeister Guido Till – persönlich –, Postfach 1149, 73011 Göppingen oder per E-Mail an Oberbuergemeister@goeppingen.de.

Weitere Informationen zu Göppingen finden Sie unter www.goeppingen.de.



Die Fachhochschule Wedel ist eine gemeinnützige, staatlich anerkannte und vom Land Schleswig-Holstein finanziell geförderte Hochschule mit 1.300 Studierenden. Sie verfügt über eine leistungsstarke Infrastruktur mit optimalen Studienbedingungen. Ihre Absolventen genießen einen ausgezeichneten Ruf in der Wirtschaft.

Für die akkreditierten Bachelor- und Master-Studiengänge der Fachhochschule Wedel ist zum nächstmöglichen Zeitpunkt zu besetzen:

Professur für IT-Management und Business Intelligence

Sie sind berufserfahrene/r Wirtschaftsinformatiker/in mit Kompetenzen in den Bereichen IT-Management, Enterprise-Resource-Planning (SAP), Business Intelligence und Projektmanagement. Sie zeichnen sich durch Ihr tiefes Verständnis der Informationsverarbeitung vom einzelnen Datensatz, über die integrierte Datenverarbeitung entlang von Geschäftsprozessen in betriebswirtschaftlicher Standardsoftware bis hin zur zielgerichteten Bereitstellung strategischer Kennzahlen mithilfe von Business Intelligence-Software aus. Einschlägige IT-Beratungs- oder Prüfungserfahrung ist von Vorteil. Ihre Praxiserfahrungen können Sie mit einer anwendungsorientierten Methodenkompetenz und einer soliden theoretischen Vorbildung untermauern. Die praxisnahe Vermittlung relevanter IT-Frameworks (ITIL, COBIT) stellt für Sie kein Problem dar.

Sie haben Freude an der Arbeit mit Studierenden und Ihr Auftreten spiegelt Ihre zielorientierte und unaufgeregte Arbeitsweise wider. Sie übernehmen gerne Verantwortung bei der Leitung und Weiterentwicklung des Bachelor-Studiengangs „IT-Management, Consulting & Auditing“ und stellen den Praxisbezug in Zusammenarbeit mit dem Beirat des Studiengangs fortlaufend sicher. Ihre präzise und prägnante Ausdrucksweise zeigen Ihre besonderen didaktischen Fähigkeiten. Erwartet werden Begeisterungsfähigkeit, ein hohes Maß an Eigenmotivation und kreative Teilnahme an der Weiterentwicklung der Hochschule. Ein Engagement in der angewandten Forschung und die Einwerbung von Drittmitteln sind erwünscht.

Zu den Einstellungsvoraussetzungen zählen: pädagogische Eignung, Promotion sowie besondere Leistungen in mindestens 5-jähriger Berufspraxis, davon mindestens 3 Jahre außerhalb des Hochschulbereichs. Die Ausstattung der Stelle entspricht den hohen Anforderungen einer privaten Hochschule und wird individuell vereinbart.

Wir bieten Ihnen an unserem attraktiven Standort in der Metropolregion Hamburg eine selbstbestimmte und konstruktive Arbeitsatmosphäre. Ihr zukünftiger Aufgabenbereich ist durch die Arbeit mit jungen Menschen und die Freude an der Lehre geprägt. Bereichert wird dieser durch eine anspruchsvolle und enge Zusammenarbeit mit unseren hochkarätigen Wirtschaftspartnern.

Interessenten/-innen bitten wir, ihre vollständigen und aussagefähigen Bewerbungsunterlagen **bis zum 31.10.2017** an die folgende Adresse zu richten:

Prof. Dr. Eike Harms Feldstraße 143 www.fh-wedel.de
Fachhochschule Wedel 22680 Wedel Tel. (04103) 80 48 - 0

Anhang 10 Die Zeit. 2.11.2017

Anhang 9 Die Frankfurter Allgemeine Zeitung. 19.-20.11.2016

Fortschritt baut man aus Ideen.



Sandwällbrücke, Schweiz

1929 von Max Bögl gegründet, kann die Firmengruppe mit Stammsitz in Neumarkt i. d. Oberpfalz auf über 85 Jahre erfolgreiche Firmengeschichte zurückblicken. Heute in dritter Generation weitergeführt, zählt Max Bögl mit über 1,8 Mrd. Euro Jahresumsatz und weltweit 6.000 hoch qualifizierten Mitarbeitenden zu den Top 10 der deutschen Bauindustrie.

Für unseren Geschäftsbereich Infrastruktur suchen wir in altersbedingter Nachfolge eine erfahrene Management-Persönlichkeit als

Vorstand (m/w)

Ihre Aufgaben

- Leitung der Zentralbereiche **Ingenieurbau**, Brückenbau und Tunnelbau innerhalb des Geschäftsbereiches **Infrastruktur national/international**
- Planung, Steuerung und verantwortliche Führung dieses Geschäftsbereiches unter Berücksichtigung einer gesamtheitlichen Sichtweise auf das Unternehmen und dessen Entwicklung
- Umsatzverantwortung von rund 500 Mio. Euro jährlich und Personalverantwortung für über 1.200 Mitarbeitende weltweit
- Motivation, Weiterentwicklung und Bindung der zu führenden Mitarbeitenden
- Verantwortung für die strategische Ausrichtung des Geschäftsbereiches mit Zielsetzung der Technologieführerschaft
- Akquise von Neukunden sowie Stärkung bestehender Kundenbeziehungen
- Verantwortung für die Implementierung **industrieller** Serienprodukte und innovativer Geschäftsfelder

Ihr Profil

- Erfolgreicher Werdegang in einem **technologisch** führenden Unternehmen, idealerweise in der Bauindustrie mit dem Schwerpunkt **Infrastruktur**
- Nachweisbare Erfolge als Vorstand, Geschäftsführer, **CEO** oder **Managing Director** (m/w) im internationalen Geschäftsfeld
- Freude am Bauen sowie an **Innovationen** und Fortschritt
- Unternehmerische, **visionäre** Persönlichkeit mit vorausschauendem Denken und Handeln
- Mitarbeiterorientierte Führungspersönlichkeit mit Fingerspitzengefühl und entsprechender **Motivationsstärke**
- Mut zu strategischen Entscheidungen und Durchsetzungsvermögen
- **Kommunikations**-, Vertriebs- und Verhandlungsstärke

Ist das Ihre **Position**? Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins.

Zur Wahrung der Vertraulichkeit bitten wir um Zusendung Ihrer Bewerbung unter Angabe der Kennziffer 16-125 an:

Dr. Schmidt & Partner
Personalberatung GmbH
z. Hd. Sebastian Hergott
Utzburger Straße 115
D-22850 Norderstedt (Hamburg)

Tel. +49 (0) 40 525 00 4-41
E-Mail: karriere@dpsp-group.com



MAX BÖGL

Fortschritt baut man aus Ideen.

FHWS
Hochschule
für angewandte Wissenschaften
Würzburg-Schweinfurt

Die FHWS bietet durch über 40 grundständige und postgraduale Studiengänge in zehn Fakultäten und sechs Forschungsinstituten breite, praxisorientierte und zukunftsorientierte Studienmöglichkeiten. Mit mehr als 200 Professoren und Professorinnen und über 9.000 eingeschriebenen Studierenden gehört sie zu den größten Hochschulen für angewandte Wissenschaften in Bayern.

Aktuell sind folgende Stellen zu besetzen:

Professor/Professorin
(BesGr. W 2 BayBesG)

Fakultät Angewandte Natur- und Geisteswissenschaften

Lehrgebiet:
Mathematik/Mathematics
Bewerbungskennziffer: 01.2.089
Die Stelle ist ab 01.10.2018 bzw. zum darauffolgend nächstmöglichen Zeitpunkt zu besetzen, der Dienort befindet sich in Schweinfurt.

Fakultät Angewandte Sozialwissenschaften

Lehrgebiet:
Social Work, Migration and Diversity
Bewerbungskennziffer: 08.1.090
Die Stelle ist zum nächstmöglichen Zeitpunkt zu besetzen, der Dienort befindet sich in Würzburg.

Fakultät Kunststofftechnik und Vermessung

Lehrgebiet:
Geodata Analysis and Solutions
Bewerbungskennziffer: 62.1.075
Die Stelle ist zum nächstmöglichen Zeitpunkt zu besetzen, der Dienort befindet sich in Würzburg.

Fakultät Maschinenbau

Lehrgebiet:
Produktentwicklung mit Kunststoffen im Bereich Maschinenbau
Bewerbungskennziffer: 71.2.062
Die Stelle ist zum nächstmöglichen Zeitpunkt zu besetzen, der Dienort befindet sich in Schweinfurt.

Fakultät Wirtschaftsingenieurwesen

Lehrgebiet:
Technische und informationstechnische Systeme der Logistik
Bewerbungskennziffer: 72.2.092
Die Stelle ist zum 01.10.2019 bzw. zum darauffolgend nächstmöglichen Zeitpunkt zu besetzen, der Dienort befindet sich in Schweinfurt.

Für alle Stellen gilt gleichermaßen:
Die ausführlichen Stellenausschreibungen sowie die allgemeinen Einstellungsbedingungen für Professoren/Professorinnen in Bayern finden Sie auf unserem Online-Portal.
Der Freistaat Bayern bietet nicht nur optimale Arbeitsbedingungen und eine hervorragende Lebensqualität sondern auch besondere, landesspezifische Besoldungsregelungen.
Unsere Hochschule fördert die berufliche Gleichstellung von Frauen und strebt insbesondere im wissenschaftlichen Bereich eine Erhöhung des Frauenanteils an. Frauen werden daher ausdrücklich zur Bewerbung aufgefordert.
In das Beamtenverhältnis kann berufen werden, wer das 52. Lebensjahr noch nicht vollendet hat, ansonsten erfolgt eine Einstellung im Angestelltenverhältnis.
Schwerbehinderte Bewerber und Bewerberinnen werden bei ansonsten im Wesentlichen gleicher Eignung, Befähigung und fachlicher Leistung bevorzugt eingestellt.
Wenn Sie sich für eine Professur an der FHWS berufen fühlen, freuen wir uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit den üblichen Unterlagen (Lebenslauf, Zeugnisse, Nachweis zu den beruflichen Stationen sowie den wissenschaftlichen Arbeiten) bis zum 02.12.2017.
Bitte nutzen Sie hierfür unser Online-Portal (www.fhws.de/online-portal).

Anhang 14 Die Zeit. 2.11.2017

Stellengesuche

Experte Labour Relations/Arbeitsrecht

Volljurist mit umfassenden Kenntnissen im Individual- und Kollektivarbeitsrecht, erfahren im Management von Arbeitgeber/Arbeitnehmerbeziehungen in internationalem Konzern mit den Schwerpunkten

- ▶ Gestaltung und Harmonisierung von Arbeitsbedingungen
- ▶ Implementierung von HR-Kernprozessen
- ▶ Regelung der Arbeitnehmerdatenverarbeitung
- ▶ Unternehmensumstrukturierungen und M&A-Transaktionen
- ▶ Verhandlungen mit Arbeitnehmervertretungsgremien aller Ebenen
- ▶ Haustarifvertragsverhandlungen

sucht Führungs- oder Expertenaufgabe im Bereich Labour Relations und/oder Arbeitsrecht
Zuschriften erbeten unter 500458 · F.A.Z. · 60267 Ffm

Anhang 12 Die Frankfurter Allgemeine Zeitung. 19.-20.11.2016

Senior, Dipl.-Kaufmann

übernimmt kurzfristig, interimistisch, Ihre Aufgaben im Vertrieb (international), in der Projektentwicklung größerer Corporates. Hierbei seriös, leitungserfahren und mit einem tragfähigen Netzwerk ausgestattet. Einsatz im Großraum Berlin u./o. Deutschland oder international. Englisch verhandlungssicher.

Ich freue mich über Ihre Kontaktaufnahme unter 500459 F.A.Z. 60267 Ffm.

Anhang 13 Die Frankfurter Allgemeine Zeitung. 19.-20.11.2016