



universität
wien

MASTERARBEIT

Titel der Masterarbeit

„Austrian Airlines wirklich *Austrian*?
Eine soziolinguistische Analyse der
Austrian Airlines-Homepage“

Verfasser

Mateusz Maselko, BA MA

angestrebter akademischer Grad

Master of Arts (MA)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 818

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Austrian Studies – Cultures, Literatures, Languages

Betreuer:

Doz. Mag. Dr. habil. Manfred Glauningner

*Meinen besten Austrian Friends
Pflugi und Katzenberger*

Danke für unsere Freundschaft.

Wien, am 15. Jänner 2015

Danksagung

Allerherzlichsten Dank insbesondere an:

- ❖ meine Familie, die mir allzeit in Gedanken nah war und mir mit ihrer Liebe das Leben leichter gemacht hat wie auch sich für die von mir behandelten Themen begeistern hat lassen, obwohl Deutsch nicht ihre Muttersprache ist.
- ❖ Manzi Glauninger, der diese Arbeit betreut und begutachtet hat sowie mir auf dem ganzen universitären Bildungsweg stets mit Rat und Tat beigestanden ist und bei jeder Begegnung gute Laune und Humor ausgestrahlt hat
- ❖ Alex Lenz und Peter Ernst, die mich im Studium der Deutschen Philologie und Austrian Studies jederzeit unterstützt und gerne ihre hervorragenden Erfahrungen, aber auch ihren Optimismus mit mir geteilt haben
- ❖ Pflugi, die die vorliegende Masterarbeit trotz des Heurigenstresses lektoriert hat, mir immer privat- und studienmäßig zur Seite gestanden ist und ansonsten bei jedem Lokalbesuch mir Recht geben musste, dass es preiswerter ist, anstatt eines Seidels gleich ein Krügerl zu bestellen
- ❖ Katzenberger, die während meines Aufenthalts in Wien für mich nicht nur als sehr gute Motivatorin, Beraterin und Klatschtante fungiert hat, sondern auch die allerbeste und -liebste Ex-Ex-Frau der Welt ist
- ❖ Monsieur, der freundlicherweise die Rolle meines privaten Berufsberaters übernommen hat und mir aber immer noch Geld schuldet, weil er nicht bei jeder Nächtigung in meiner Wiener Wohnung mit mir Alkohol konsumiert hat
- ❖ Fabian, der immer voller Spontanität und Expressivität Lust auf Fußballdiskussionen, Frauen-Männer-Gschichterln und sprachwissenschaftliche Debatten gehabt hat und so zuvorkommend war, nun kennengerlernte Boxtechniken nicht an mir auszuprobieren
- ❖ die deutsche Sprache, die wegen ihres ausgebauten Varietätennetzes einerseits zu meiner Leidenschaft und andererseits zu meiner Lebensbeschäftigung geworden ist
- ❖ Österreich, das mich freundlich empfangen hat und sich schnell als neues abenteuerliches Zuhause akzeptierten und erleben hat lassen
- ❖ Wien, das mich wissenschaftlich und größtenteils auch sozial geprägt hat.

Inhaltsverzeichnis

Danksagung.....	5
Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis.....	13
Abkürzungsverzeichnis	15
1 Einleitung.....	17
1.1 Thematische Einbettung	17
1.2 Fragestellungen	18
1.3 Struktur.....	19
2 Austrian Airlines	20
2.1 Grundinformationen	20
2.2 Unternehmensleitbild und Österreich-Image	20
3 Unternehmenssprache.....	25
3.1 Vorbemerkungen zur theoretischen Diskussion.....	25
3.2 Begriffsabgrenzung und -erklärung	26
3.3 Einsatz	29
3.4 Ziele	30
3.5 Soziolinguistische Perspektive	31
3.5.1 Sprachwirklichkeitsmodell als Beschreibungsbasis.....	31
3.5.2 Unternehmenssprache im Sprachwirklichkeitsmodell.....	34
3.5.2.1 Merkmale eines Situolekts	35
3.5.2.2 Merkmale eines Funktiolekts.....	36
3.5.2.3 Merkmale eines Soziolekts.....	37
4 Deutsch in Österreich	38
4.1 Deutsch und seine Plurizentrität.....	38
4.1.1 Anfänge der plurizentrischen bzw. plurinationalen Theorie	38
4.1.2 Kritik am plurinationalen Sprachmodell	39

4.1.3	Deutsch als supranationale Sprache.....	43
4.2	Merkmale des österreichischen Deutsch.....	45
4.2.1	Phonetik/Phonologie	45
4.2.2	Lexik	47
4.2.3	Grammatik	50
4.2.3.1	Morphologie und Wortbildung	50
4.2.3.2	Genus der Substantive.....	52
4.2.3.3	Syntax	52
4.2.4	Orthographie	53
4.2.5	Pragmatik	54
5	Untersuchungsdesign.....	56
6	Untersuchungsergebnisse	58
6.1	Lexik.....	58
6.1.1	Areale Klassifikation	59
6.1.1.1	Oberdeutscher Wortschatz.....	59
6.1.1.2	Bairisch-österreichischer Wortschatz	62
6.1.1.3	Gesamtösterreichischer Wortschatz	63
6.1.1.4	Ostösterreichischer Wortschatz	68
6.1.2	Fremdworteinflüsse	69
6.1.2.1	Italienisch	70
6.1.2.2	Französisch	70
6.1.2.3	Latein	71
6.2	Grammatik	72
6.2.1	Morphologie und Wortbildung.....	72
6.2.1.1	Umlaut	72
6.2.1.2	Fugen-s	74
6.2.1.3	Neuschöpfungen.....	80

6.2.2	Genus der Substantive.....	81
6.2.3	Syntax.....	85
6.3	Orthographie	88
6.4	Pragmatik	88
7	Conclusio.....	90
8	Quellenverzeichnis.....	93
9	Anhänge	101
9.1	Abstracts	101
9.1.1	Deutsch	101
9.1.2	Englisch (<i>Abstract in English</i>)	101
9.2	Lebenslauf.....	102

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Unternehmenslogo der Austrian Airlines.....	21
Abb. 2: Österreichische Identität im Fokus der im Mai 2014 gestarteten FromTo-Werbekampagne der Austrian Airlines	22
Abb. 3: Österreichs Wintersport, Essen, Gastfreundschaft, Flair und Landesfarben als zentrale identitätsstiftende Aspekte der FromTo-Werbekampagne der Austrian Airlines mit Matthias Mayer	23
Abb. 4: Österreichs Wintersport und Substandardsprache als zentrale identitätsstiftende Aspekte der FromTo-Werbekampagne der Austrian Airlines mit Matthias Mayer	23
Abb. 5: Sprachwirklichkeitsmodell	32
Abb. 6: Unternehmenssprache/-lekt innerhalb des Sprachwirklichkeitsmodells..	35
Abb. 7: Umlaut bei den auf der Austrian-Airlines Homepage erhobenen Vertretern der Wortfamilie mit dem Kern <i>N[u/ü]tz</i>	74
Abb. 8: Fugen-s in den eruierten Komposita mit dem Erstglied <i>Gepäck</i> -.....	76
Abb. 9: Fugen-s in den eruierten Komposita mit dem Erstglied <i>Abflug</i> -	78
Abb. 10: Fugen-s in den eruierten Komposita mit dem Erstglied <i>Schaden</i> -	79
Abb. 11: Genusschwankung beim Substantiv <i>E-Mail</i> in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	82
Abb. 12: Genusschwankung beim Substantiv <i>Flair</i> in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	83
Abb. 13: Homogener Genusgebrauch beim Substantiv <i>Schranken</i> in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	84
Abb. 14: Genusschwankung beim Substantiv <i>Service</i> in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	84
Abb. 15: Genusschwankung beim Substantiv <i>SMS</i> in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	85
Abb. 16: Gebrauch der Präpositionen <i>um/für</i> bei Preisangaben in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	87
Abb. 17: Kontrastiver Gebrauch des Dialekts im standardsprachlichen Kontext...	89

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Allgemein verwendetes oberdeutsches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	60
Tab. 2: In Österreich und der Schweiz verwendetes oberdeutsches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	61
Tab. 3: In Österreich und Süd-/ (Ost)deutschland verwendetes oberdeutsches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	62
Tab. 4: In Österreich und Freistaat Bayern (Deutschland) verwendetes bairisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	63
Tab. 5: Österreichweit verwendetes spezifisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	65
Tab. 6: In Ostösterreich verwendetes spezifisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	69
Tab. 7: Aus dem Italienischen entlehntes österreichisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	70
Tab. 8: Aus dem Französischen entlehntes österreichisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	71
Tab. 9: Aus dem Lateinischen entlehntes österreichisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage	71
Tab. 10: Verhältnis zwischen den umgelauteten und nicht umgelauteten Vertretern der Wortfamilie mit dem Kern <i>N[u/ü]tz</i> in Österreich, Deutschland und der Schweiz (anhand der Anzahl der Google-Ergebnisse, Belege: Austrian Airlines-Homepage)	73
Tab. 11: Genusangaben zu den eruierten Substantiven in vier Wörterbüchern	82
Tab. 12: Gebrauch der Präpositionen <i>am</i> und <i>auf dem</i> in Präpositionalphrasen in der Funktion von Lokaladverbialien (statische Lokalität) in Österreich, Deutschland und der Schweiz (Verhältnis anhand der Anzahl der Google-Ergebnisse, Belege: Austrian Airlines-Homepage)	86
Tab. 13: Gebrauch der Präpositionen <i>auf/zum</i> und <i>an</i> in Präpositionalphrasen in der Funktion von Lokaladverbialien (dynamische Lokalität) in Österreich, Deutschland und der Schweiz (Verhältnis anhand der Anzahl der Google-Ergebnisse, Belege: Austrian Airlines-Homepage)	87

Abkürzungsverzeichnis

A _____ Österreich
Ao _____ Ostösterreich
arab. _____ arabisch
Aso _____ Südostösterreich
Aw _____ Westösterreich
bek. _____ bekannt
Beleganz. _____ Beleganzahl
bibliogr. _____ bibliographisch
CH _____ Schweiz
D _____ Deutschland
DB *Freistaat Bayern in Deutschland*
Dm _____ Mitteldeutschland
Dmw _____ Mittelwestdeutschland
Dn _____ Norddeutschland
Dno _____ Nordostdeutschland
Do _____ Ostdeutschland
Ds _____ Süddeutschland
Dsw _____ Südwestdeutschland
durchgeseh. _____ durchgesehen
erg. _____ ergänzt
erw. _____ erweitert
F. _____ Femininum

fr. _____ französisch
fs. _____ fachsprachlich
gemeindt. _____ gemeindeutsch
ger. _____ germanisch
gr. _____ griechisch
i. S. v. _____ im Sinne von
it. _____ italienisch
korr. _____ korrigiert
lat. _____ lateinisch
M. _____ Maskulinum
mhd. _____ mittelhochdeutsch
Mitarb. _____ Mitarbeit
mlat. _____ mittellateinisch
N. _____ Neutrum
öft. _____ öfters
rom. _____ romanisch
spätlat. _____ spätlateinisch
ugs. _____ umgangssprachlich
vlat. _____ vulgärlateinisch
vld. _____ veraltend
vlt. _____ veraltet

1 Einleitung

1.1 Thematische Einbettung

„Austrian Airlines wirklich *Austrian*?“ Zieht man in Betracht, dass die vorliegende Masterarbeit im Bereich der Sprachwissenschaft verfasst wird, erscheint ihr Titel auf den ersten Blick merkwürdig, unverständlich und v. a. provokant. Diese Reaktion ist ja auch vom Autor dieser Hochschulschrift erwünscht. Formuliert man die Leitfrage um bzw. passt man diese auf die linguistischen Verhältnisse an, lautet sie: Ist die von Austrian Airlines verwendete Sprache durch Merkmale des österreichischen Deutsch geprägt? Es ist keinesfalls der Zweck dieser Titelfrage, im sprachpuristischen Sinne ein Postulat auf den homogenen Gebrauch der österreichischen Spezifika zu erheben. Vielmehr soll sie zur Diskussion anregen, ob es in der Zeit der Globalisierung bzw. der sich ständig wesentlich verändernden außersprachlichen bzw. geopolitischen Verhältnisse überhaupt noch in Bezug auf die Sprache von *wirklich* oder *nur Austrian* die Rede sein kann. Selbstverständlich hängt dies stark von der Semantik des Adverbs *wirklich* ab. Je nach vertretenem Standpunkt wird darunter entweder der relativ hohe Anteil an Austriazismen bei gleichzeitiger Akzeptanz für bundesdeutsche bzw. gemeindeutsche Varianten, die potenziell durch österreichische Ausdrücke ersetzt werden könnten, begriffen oder die durchgehende Vermeidung der Teutonismen und der absurde, eifrige Einsatz von einigen selbst in Österreich unbekannten Austriazismen. In dieser Arbeit wird von der ersten dargestellten Interpretation des Worts *wirklich* ausgegangen und somit von sprachpuristischer Ideologie, die ausschließlich das *nur* vorsieht, Abstand genommen. Dies bedeutet jedoch nicht, dass das österreichische Deutsch nicht gefördert, (populär)wissenschaftlich nicht thematisiert bzw. weitgehend nicht verwendet werden darf oder soll. Ganz im Gegenteil, jedoch unter Berücksichtigung des andauernden Dynamik- und Wandelprozesses der seit Jahrhunderten heterogenen und zur Variation neigenden deutschen Sprache.

Die vorliegende Arbeit ist thematisch im sprachwissenschaftlichen Spannungsfeld von Lexikologie, Grammatik, Orthographie, Pragmatik, Variations- und Soziolinguistik angesiedelt. Das Masterprojekt zielt darauf ab, erstmals die „Sprache der Austrian Airlines“ in Hinblick auf ausgewählte Phänomene des österreichischen Deutsch als einer der drei Standardvarietäten des Deutschen zu erheben, zu er-

schließen und zu analysieren. In den Fokus der Studie rücken v. a. das Vokabular, morphologische bzw. syntaktische Aspekte der Grammatik wie auch orthographische und pragmatische Besonderheiten. Als Grundlage für die Studie dienen die auf der Webseite der Austrian Airlines veröffentlichten Texte, die im Jahre 2014 den PlattformbesucherInnen zur freien Verfügung gestanden sind. Den Gegenstand der Untersuchung bildet somit die schriftliche Standardvarietät des Deutschen im Medium Internet.

1.2 Fragestellungen

Die Untersuchung wird durch folgende Fragestellungen geleitet:

- Wird in den auf die rund 1,6 Millionen Zugriffe pro Monat zählenden (vgl. „Austrian Airlines Group. Werbeoptionen“) Homepage online gestellten Texten, auf den spezifisch österreichischen Wortschatz, s. g. Austriazismen, zurückgegriffen? Welchen Anteil machen sie aus? Haben die typisch bundesdeutschen bzw. gemeindeutsche Ausdrücke, s. g. Teutonismen, den dominanten Charakter in den publizierten Inhalten? Lassen sich bestimmte Sachgebiete feststellen, in denen besonders viele Austriazismen vorkommen?
- Welche dem österreichischen Deutsch zugeschriebenen Besonderheiten auf der Ebene der Morphologie, der Wortbildung, des Genus der Substantive und der Syntax lassen sich bei der Lektüre der Austrian Airlines-Homepage feststellen?
- Spielen die kontextabhängigen und nicht-wörtlichen Bedeutungen beim Gebrauch von sprachlichen Ausdrücken in jeweils konkreten Situationen eine Rolle für RedakteurInnen der Austrian Airlines-Homepage? Sind die Dialektismen und Regionalismen von Relevanz?
- Kommt es bei einzelnen eruierten sprachlichen Erscheinungen zur Variation? Wenn ja: Wie stark ist sie bereits ausgeprägt? Weist das österreichische Deutsch in Hinblick auf die der Analyse unterzogenen Phänomene mehr Gemeinsamkeiten mit Deutschland, der Deutschschweiz oder womöglich nur mit (kleinräumigen) geopolitischen bzw. sprachlichen Räumen auf?
- Welche Rolle spielt die einheitliche, bewusste und zielgerichtete Unternehmenssprache für Austrian Airlines?

1.3 Struktur

Das Kapitel 2 gibt einen allgemeinen Überblick über Austrian Airlines, sprich das Unternehmen, deren „Sprache“ in der vorliegenden Masterarbeit untersucht wird. Dabei rückt die Bedeutung, die das „Österreichische“ für Austrian Airlines trägt, in den Vordergrund. Weiters folgt in 3 eine theoretische Diskussion zum Konzept der Unternehmenssprache. Zunächst wird der Begriff „Unternehmenssprache“ näher gebracht und von anderen mehr oder weniger nah verwandten Termini abgegrenzt. Anschließend kommt es zur Darlegung des Modells und der Ziele der Unternehmenssprache. Im Weiteren wird diese Varietät aus soziolinguistischer Sicht betrachtet und u. a. mit dem für diese Subdisziplin der Sprachwissenschaft charakteristischen Sprachwirklichkeitsmodell konfrontiert. In 4 wird einerseits die plurizentrische bzw. -nationale Theorie in Bezug auf die deutsche Sprache hinterfragt und andererseits auf Spezifika des österreichischen Deutsch auf phonetisch-phonologischer, lexikalischer, grammatischer, orthographischer und pragmatischer Ebene eingegangen. Im darauffolgenden Kapitel 5 wird die im Projekt eingesetzte Vorgehensweise dargelegt. Schließlich liefert 6 die Ergebnisse der quantitativen (in erster Linie) und qualitativen Analyse zu den eruierten Phänomenen. Diese werden abschließend im Kapitel 7 resümiert.

2 Austrian Airlines

2.1 Grundinformationen

Austrian Airlines ist die größte Fluggesellschaft in Österreich, die ein weltweites Streckennetz von etwa 130 Destinationen (mit Schwerpunkt auf Zentral- und Osteuropa: 41 Destinationen) betreibt und jährlich rund 11,3 Millionen PassagierInnen befördert. Der Sitz der Fluglinie befindet sich in Wien. Ihr Heimatflughafen und Drehkreuz ist der Flughafen Wien-Schwechat (vgl. „Austrian Airlines Group. Über Austrian“).

Austrian Airlines wurde 1957 gegründet und hat im Folgejahr den Linienflugbetrieb aufgenommen (vgl. „Austrian Airlines Group. Unsere Geschichte“). Seit 2009 ist sie ein Teil des Lufthansa-Konzerns und somit des größten europäischen Airline-Verbunds. Weiters gehört Austrian Airlines der Star Alliance – der ersten und zugleich bedeutendsten Luftfahrtallianz der Welt – an. Seit 2012 werden alle Flüge der Austrian Airlines durch die Tochter Tyrolean durchgeführt (vgl. „Austrian Airlines Group. Über Austrian“).

2.2 Unternehmensleitbild und Österreich-Image

Austrian Airlines wirbt für sich als Österreichs führende Fluggesellschaft und eine der bedeutendsten Airlines in Europa, die sich durch eine überdurchschnittlich hohe Qualität wie ein attraktives und weit ausgebautes, Ost und West verbindendes Netz kennzeichne.

Die Fluggesellschaft garantiere ihren PassagierInnen technische Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Serviceorientierung. Wie man auf der Austrian Airlines-Homepage lesen kann, seien ihre qualifizierten und täglich einen hohen persönlichen Einsatz leistenden MitarbeiterInnen der entscheidende Grund, warum sich immer mehr Menschen für die österreichische Fluglinie begeistern können (vgl. „Austrian Airlines Group. Leitbild“).

Eine besondere Rolle für Austrian Airlines spielt auch die österreichische Identität, die fest im Motto des Unternehmens verankert ist: „Wir tragen Österreich im Herzen und immer mehr Kunden in die Welt“ („Austrian Airlines Group. Leitbild“). Die Betonung des Nationalen zeigt sich bereits im Markennamen, dessen

erstes Glied engl. *Austrian* für 'Österreichisch' steht, wie auch in dominierendem Rot des Logos (s. Abb. 1), welches auf die österreichischen rot-weiß-roten Landesfarben hindeutet (vgl. VITOVEC 2000: 100).

Abb. 1: Unternehmenslogo der Austrian Airlines



Das österreichische Flair, die österreichische Gastfreundschaft, die österreichische Kultur, die österreichische Küche, die österreichische Leidenschaft für den Wintersport usw. gelten als unauflösbare Werbeelemente bei Austrian Airlines. Die nationale Identität oder das Österreich-Image, wie man alle gerade genannten Aspekte mit einem Hyperonym bezeichnen könnte, ist ebenfalls in den Vordergrund der im Mai 2014 – apropos einer der größten in den letzten Jahren – initiierten FromTo-Werbekampagne „Das ist meine Austrian“ gerückt. Wie Austrian Airlines in ihrem „red|blog“ (vgl. „Austrian Airlines red|blog. Das ist meine Austrian: Die neue FromTo-Kampagne“) und selbst direkt in einem Werbespot (s. Abb. 2) mitgeteilt hat, war das Ziel der unter dem Motto „Austrian ist ein Stück Österreich“ laufenden Kampagne, die einheimische Fluggesellschaft wieder in den Herzen der ÖsterreicherInnen zu verankern.

Abb. 2: Österreichische Identität im Fokus der im Mai 2014 gestarteten FromTo-Werbekampagne der Austrian Airlines



Quelle: „My Austrian“ [08.05.2014]

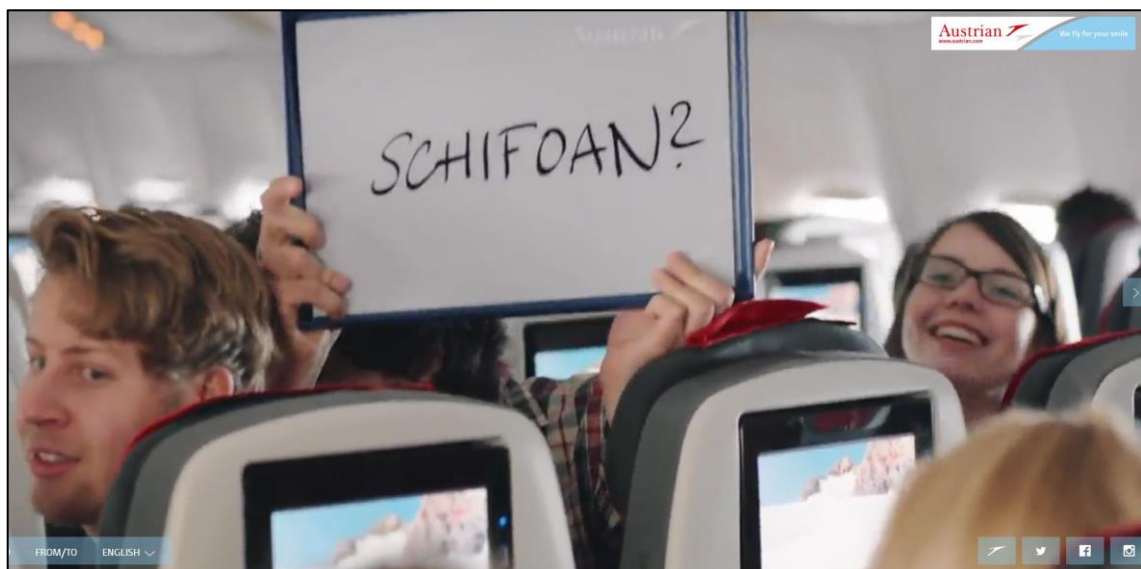
Deshalb hat Austrian Airlines – natürlich nicht zufällig – für das „Herzstück“ ihrer Kampagne auch zwei hervorragende Persönlichkeiten aus den Bereichen Kultur und Sport engagiert, und zwar den großen Opernstar Anna Netrebko und den Olympiasieger der Herren-Abfahrt in Sotschi 2014 Matthias Mayer. Die zwei unteren exemplarisch ausgewählten Grafiken aus den Spots mit Matthias Mayer zeigen nicht nur wie man mehrere Komponenten des Österreich-Images – Österreichs Wintersport, Essen, Gastfreundschaft, Flair und Landesfarben (s. Abb. 3) bzw. Österreichs Substandardsprache und Wintersport (s. Abb. 4) – in einer Werbung vereinen kann, sondern v. a. von welcher großen Bedeutung das Österreichische für Austrian Airlines ist.

Abb. 3: Österreichs Wintersport, Essen, Gastfreundschaft, Flair und Landesfarben als zentrale identitätsstiftende Aspekte der FromTo-Werbekampagne der Austrian Airlines mit Matthias Mayer



Quelle: „My Austrian“ [08.05.2014]

Abb. 4: Österreichs Wintersport und Substandardsprache als zentrale identitätsstiftende Aspekte der FromTo-Werbekampagne der Austrian Airlines mit Matthias Mayer



Quelle: „My Austrian“ [08.05.2014]

Darüber hinaus wird die österreichische Identität bei Austrian Airlines durch die Musik an Bord betont. Um den PassagierInnen ein angenehmes Flugenerlebnis zu bieten, wird – insbesondere bei interkontinentalen Flügen – beim Ein- und Aussteigen klassische österreichische Musik von Johann Strauss, Wolfgang Amadeus Mozart, Joseph Haydn bzw. Franz Schubert leise im Hintergrund abgespielt.

Wichtig zu erwähnen ist, dass die Hervorhebung der österreichischen Identität bei Austrian Airlines nicht nur unter einheimischen, sondern auch ausländischen Fluggästen Erfolge zu punkten versucht. Den ÖsterreicherInnen wird die Möglichkeit gegeben, sich (fast) wie daheim an Bord zu fühlen. „Dem ausländischen Fluggast wiederum wird ein Stück Österreich angeboten, noch bevor er österreichischen Boden betritt.“ (BOSCH/SCHIEL 1999: 237) Es ist in diesem Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass das Österreich-Image einer fortwährenden Aufmerksamkeit bedarf: „Das ausgeprägte Österreichimage von Austrian Airlines muß ständig gepflegt werden und in der Kommunikationspolitik berücksichtigt werden, will man auch künftig vom ‚Österreichbonus‘ profitieren und sich auf diesem Weg eine Unique Selling Proportion (USP) verschaffen“ – so Marktforscher BOSCH/SCHIEL (1999: 235).

3 Unternehmenssprache

3.1 Vorbemerkungen zur theoretischen Diskussion

Die Sprache ist nicht nur aus rein (sozio)linguistischer, sondern auch aus betriebswirtschaftlicher Perspektive als Kernelement jeder mündlichen und schriftlichen Kommunikation zu betrachten. Sie vermittelt Inhalte und Botschaften von und an Unternehmen und nimmt Einfluss auf das Wissen, die Emotionen und Tätigkeiten der RezipientInnen bzw. das Gesamtbild, das sich diese vom kommunizierenden Unternehmen machen. In diesem Zusammenhang ist es von überdurchschnittlicher Bedeutung, in welchen Sprachstil die zu vermittelnden Inhalte gekleidet werden. Wichtig ist, dass die Unternehmenskommunikation einerseits einheitlich und andererseits eigenständig auf die die Inhalte dekodierenden EmpfängerInnen wirkt und dabei die spezifischen Eigenschaften der divergenten Bezugsgruppen in Betracht zieht. Dadurch soll gleichzeitig die Profilierung, Positionierung und Charakterisierung gegenüber den Rezipierenden erlangt werden (vgl. BOENIGK/DOPF 2012: 457).

In der Forschungsliteratur (vgl. dazu etwa BOENIGK/DOPF 2012: 457; DOPPLER 2010: 1–3; WINISTÖRFER/GLAS 2005: 52–53) wird einhellig der Standpunkt vertreten, dass die interne Integrationskraft einer gemeinsamen Sprache von Unternehmen unterschätzt wird. Die Möglichkeit zur Festigung der Unternehmung gegen innen und außen, die sich durch die Zusammenführung unterschiedlicher individualisierten Sprachwelten – Idiolekten – zu einer gemeinsam akzeptierten und regelmäßig eingesetzten Unternehmenssprache eröffnet, wird nur selten genutzt.

Die Durchsicht der Forschungsliteratur könnte den Eindruck vermitteln, dass es umstritten ist, ob die Unternehmenssprache dem Bereich der Linguistik zuzuordnen ist. Der Terminus wird im wichtigsten deutschsprachigen Lexikon der Sprachwissenschaft, BUßMANN (2008), nicht verzeichnet. Selbst in der linguistischen Studie zur Werbekommunikation, BOENIGK/DOPF (vgl. 2012: 453–463), spricht man von ihr hauptsächlich in Hinblick auf die betriebswirtschaftlichen Aspekte. Folglich kann der Begriff der „Unternehmenssprache“ auch den Wirtschaftswissenschaften zugewiesen werden. Allerdings, wie die nähere Auseinandersetzung mit der Unternehmenssprache in 3.2–3.4 zeigt, lässt sie sich – auch bei

der Fokussierung auf wirtschaftliche Aspekte – nicht vom linguistischen Diskurs trennen. Wo die Unternehmenssprache innerhalb der Sprachwissenschaft zu platzieren ist und wie sie sich in ein soziolinguistisches Varietätenmodell integrieren lässt, soll in 3.5 beantwortet werden.

3.2 Begriffsabgrenzung und -erklärung

Vorneweg ist der Begriff der „Umgangssprache“ von demjenigen der „Fachsprache“ abzutrennen. Die Fachsprachen – manchmal synonym: Wissenschaftssprachen, Berufssprachen – werden hier in Anlehnung an LINKE/NUSSBAUMER/PORTMANN (vgl. 2004: 348) als sprachliche Erscheinungsformen verstanden, die „vorzugsweise in ganz bestimmten kommunikativen Zusammenhängen realisiert [werden – MM] – im schriftsprachlichen Bereich im Rahmen von Fachpublikationen [...], im gesprochensprachlichen Bereich v. a. in Situationen des Berufsalltags“. BUßMANN (2008: 186) ergänzt diese Definition um den Verweis auf die Funktion der Fachsprache: Diese dient „einer präzisen, effektiven Kommunikation über meist berufsspezifische Sachbereiche und Tätigkeitsbereiche“ – mit besonderer Bedeutung auf die Präposition *über*. Da selbst die englischen Entsprechungen für die ‘Fachsprache’ – *technical jargon* bzw. *languages for special purposes* (vgl. BUßMANN 2008: 186) – erheblich von der in 3.2 aufgeführten englischsprachigen Terminologie in Bezug auf die Unternehmenssprache abweichen sind beide Begriffe – „Unternehmenssprache“ und „Fachsprache“ – auseinanderzuhalten.

Das vorangehende Kapitel 3.1 hat die ersten terminologisch-theoretischen Probleme mit dem Begriff „Unternehmenssprache“ angeschnitten. Dieser hat weder in der Linguistik noch in der Betriebswissenschaft den Status eines etablierten und allgemein gültigen *Terminus technicus*. Je nach Publikation (vgl. z. B. BOENIGK/DOPF 2012; DOPPLER 2010; VOGEL 2005; WINISTÖRFER/GLAS 2005) treten die folgenden Begriffe entweder als Synonyme für die Unternehmenssprache oder mit ihr nah verwandte Termini auf: *Corporate Language*, *Corporate Wording*, *Betriebssprache*, *Corporate Style*. Da sie in der eher als begrenzt zu betrachtenden Fachliteratur jeweils unterschiedlich definiert werden, ist die hier vorgeschlagene Abgrenzung der oben genannten Termini als ein erster Versuch anzusehen, der eine aufwändigere theoretische Auseinandersetzung in Zukunft begrüßen würde.

Der Begriff „*Corporate Language*“ setzte sich in der Fachliteratur erst am Ende des 20. Jh. durch. Dieser steht für die gesamte schriftliche und – sogar überwiegend – verbale Kommunikation eines Unternehmens, und zwar sowohl in Bezug auf die Form als auch den Inhalt. Gemeint ist mit ihm gleichzeitig die interne und externe Kommunikation, durch deren Schaffung und Verwirklichung als wesentliche Komponente eines speziellen Unternehmensimages die Unternehmensziele sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens erfüllt werden (vgl. BEER 1996: 79). Wie VOGEL (vgl. 2012: 26) beobachtet, wird *Corporate Language* in der Praxis des Öfteren in Zusammenhang mit unternehmensspezifischen Schlüsselwörtern und Rechtsschreibregeln gebracht. Beide Elemente stehen in enger Verbindung mit einem unternehmensspezifischen Sprachstil. Man kann von drei Hauptzielen der *Corporate Language* sprechen. Ein einheitlicher Schreibstil durch gleichwertige Sprachqualität sowohl in der mündlichen als auch schriftlichen Kommunikation trägt zur Hervorhebung wie Festigung der Marke eines Unternehmens und folglich der Steigerung seines Werts bei. Weiters ist hie auf die Stärkung der Unternehmenspersönlichkeit nach innen wie außen und da auf die damit verbundene Entwicklung des gewünschten Images und der Reputation hinzuweisen (vgl. WINISTÖRFER/GLAS 2005: 52).

Im Gegensatz zum Konzept der *Corporate Language* ist dasjenige des *Corporate Wording* im anglosächsischen Raum unbekannt und beschränkt sich an sich nur auf das deutschsprachige Gebiet. Dieser vor etwa zwanzig Jahren geprägte Begriff macht den Eindruck, das Spektrum Unternehmenssprache breiter zu verstehen. Das Konzept des *Corporate Wording*

beinhaltet aus seiner Sicht das sprachliche Erscheinungsbild einer Unternehmung, beispielsweise in der Form von Korrespondenz, Anzeigen, Presseinformationen und Reden, auf der Basis eines Sprachkonzeptes, das auf einer bestimmten Sprachkultur oder Sprachpolitik beruht. Diese basiert unter anderem auf Ethik-Kodes, Leitbildern, Unternehmenswerten, Markenwerten, auf der Unternehmenskultur und schließlich auf der Sprachsensibilität und der Sprachkompetenz der Sprachanwender[Innen] und Sprachmultiplikator[Inn]en in der Unternehmung. (BOENIGK/DOPF 2012: 458)

Der Schwerpunkt des *Corporate Wording* liegt, wie selbst der Name suggeriert, auf der Lexik. Die syntaktischen oder paraverbalen Aspekte scheinen stilistisch keine Rolle zu spielen. In den Mittelpunkt rücken hingegen s. g. *Love-Words* und *No-Words*, also auf der einen Seite Wörter, welche ein Unternehmen treffend

abbilden und auf der anderen Seite jene, die nicht mit seinem Image einhergehen oder falsche Inhalte und Konnotationen vermitteln (vgl. DOPPLER).

„Betriebssprache“ ist ein Terminus, der auf die rechtswissenschaftliche Definition von „Betrieb“ als jenen Ort, an dem die ArbeitnehmerInnen eines Unternehmens eine spezielle Aufgabe erfüllen, zurückzuführen ist. In ADEN (vgl. 2007: 1–2) wird in Bezug auf die Betriebssprache die Relevanz der divergenten Kommunikationsbedürfnisse auf betrieblicher Ebene und auf der Ebene der Geschäftsleitung hervorgehoben. Sollte beispielsweise die Betriebssprache von der Muttersprache der Angestellten abweichen, kann es im Gegensatz zur Leitungsebene auf betrieblicher Ebene nicht erwartet werden, dass jedeR MitarbeiterIn eine Fremdsprache lernt, um zu arbeiten. Weiters ist im Zusammenhang mit der Betriebssprache auf diese Bereiche aufmerksam zu machen, die für sie von großer Bedeutung und gleichzeitig weltweit im Arbeitsrecht stark reglementiert sind. Zu denen gehören etwa: Stellenausschreibungen, Arbeitsplatzbeschreibungen, Arbeitsvertrag und Unternehmensschriften wie z. B. Lohnabrechnungen, Mitteilungen betriebliche Vorgänge betreffend, Sicherheitshinweise und Verhandlungen auf der Ebene der MitarbeiterInnenbeteiligung.

Unter dem Begriff „*Corporate Style*“ wird im engeren Sinne ein unternehmensspezifischer Sprachstil verstanden, der die Identität des Unternehmens abbildet. Der Terminus

besitzt zwar (in Deutschland) [allgemein im deutschsprachigen Raum – MM] einen ähnlichen Verbreitungsgrad wie *Corporate Language* und *Corporate Wording*, wird allerdings mit verschiedensten Bedeutungen verknüpft. Diese Bedeutungsvielfalt hängt mit der Vieldeutigkeit des Stilbegriffs selbst zusammen, da ‚Stil‘ sich nicht nur auf Sprache, sondern auch auf andere Ausdrucksformen (wie Mode, Musik, Kunst etc.) beziehen lässt. (VOGEL 2012: 28)

Durch den ambigen Charakter des Begriffs ist es möglich, ein auf der einen Seite integratives und auf der anderen Seite umfangreiches Konzept zum unternehmensspezifischen Sprachstil zu entwerfen: „Da die Texte der Unternehmenskommunikation zunehmend semiotisch komplexe Einheiten bilden, kann Sprachstil nicht mehr unabhängig von anderen Ausdrucksformen der Unternehmensidentität betrachtet werden.“ (VOGEL 2012: 28). Folglich steht der Begriff „*Corporate Style*“ im weiteren Sinne auch für die Zusammenwirkung der unterschiedlichen Ausdrucksformen, die als Ganzes genommen den Unternehmensstil widerspiegeln.

In der vorliegenden Arbeit wird zum deutschsprachigen Terminus „Unternehmenssprache“ tendiert. Es wird mit diesem Begriff einerseits der – gleichzeitig – interne und externe Kommunikationsstil eines Unternehmens definiert, der sich allerdings im Gegensatz zu dem soeben vorgestellten Terminus „*Corporate Style*“ auf die rein sprachlichen Aspekte bezieht. Ähnlich wie der *Corporate Language* wird der Unternehmenssprache manchmal die Bedeutung einer *Lingua franca* in internationalen Unternehmen zugewiesen (vgl. VOGEL 2012: 27). Hier sieht man aber von dieser Interpretation ab. Dabei ist jedoch nochmals darauf hinzuweisen, dass es keine einzig und allein korrekte Definition der Unternehmenssprache gibt. Man muss jedoch auf die Vorteile dieses Terminus den anderen bereits behandelten Begriffen gegenüber verweisen. Die Bezeichnung „Unternehmenssprache“ ist erstens eindeutiger oder besser gesagt spezifischer als *Corporate Style*, zweitens nicht so stark juristisch behaftet wie Betriebssprache und drittens inhaltlich umfangreicher als das vor allem auf den Wortschatz bezogene Konzept des *Corporate Wording*. Der Begriff „Unternehmenssprache“ weist zahlreiche Gemeinsamkeiten mit seinem englischen Äquivalent *Corporate Language* auf. Der zweite ist allerdings stärker mit den konkreten Schlüsselbegriffen und etwas weniger mit dem sprachlichen Gesamteindruck verbunden, welcher nicht als irrelevant zu betrachten ist. Aus diesem Grunde wird in der vorliegenden Arbeit nicht von der *Corporate Language*, sondern von der Unternehmenssprache gesprochen.

3.3 Einsatz

Wie in 3.2 kurz geschildert, wurden in den letzten Jahren komplexe Modelle einer einheitlichen Unternehmenssprache entwickelt. Mit diesen sind jedoch nur wenige Unternehmen vertraut und ihr Wirkungspotenzial wird somit lediglich marginal erkannt und genützt. Auf diesen Zustand wird ebenfalls in wissenschaftlichen Studien hingewiesen. Eine für die Schweiz durchgeführte Befragung, an der rund 2.200 Betriebe teilgenommen haben, ergibt, dass beinahe 70 % der Klein- wie auch 56 % der Mittelgroß- und immer noch 40 % der Großunternehmen den Begriff „*Corporate Language*“ bzw. „Unternehmenssprache“ nicht kennen. Lediglich ein Teil der großen Unternehmen zeigt Interesse an einer einheitlichen, zielbewussten Unternehmenssprache oder verfügt sogar über ein eigenes Sprachkonzept. Die Ergebnisse der Studie belegen, dass die Sprache als eigenständiges Kommunikationsmittel in der Kommunikationsphilosophie der schweizerischen

Firmen stark unterschätzt bzw. gar als solches wahrgenommen wird (vgl. WINISTÖRFER/GLAS 2005: 52). Die Kommunikationsaktivitäten eines Unternehmens werden v. a. formal (89 % mittelgroßer Schweizer Unternehmen), inhaltlich (67 %) und zeitlich (66 %) aufeinander abgestimmt. Nur 44 % Firmen legen Wert auf die sprachliche Abstimmung der Kommunikation. Von ihnen geben lediglich 11 % an, dass sie ihre Maßnahmen als sehr gut bewerten könnten (vgl. BOENIGK/DOPF 2012: 458–459). Sucht man nach Gründen für die mangelnde Sprachsensibilität, liegt die Unsichtbarkeit des direkten ökonomischen Profits aus dem professionellen Umgang mit der Sprache nahe. „[I]n einer Zeit die, von Schnellebigkeit und starkem Wettbewerb geprägt ist, zählen prioritär finanzielle Resultate.“ (WINISTÖRFER/GLAS 2005: 53)

3.4 Ziele

In 3.2 wurden bereits beim Versuch der terminologischen Abgrenzung die Hauptziele der *Corporate Language* genannt. Nun soll jedoch explizit und exakter darauf eingegangen werden, was ein Unternehmen mit einer einheitlichen Unternehmenssprache zu bezwecken versucht. Im Fokus der sprachlichen Integration der Kommunikation steht die Sichtbarmachung der Spezifika eines Unternehmens. Insgesamt lassen sich aber fünf aufeinander aufbauende Ziele einer einheitlichen Unternehmenssprache unterscheiden.

- a) Wiedererkennung: Anfangs ist durch eine Konsistenz und Kongruenz des sprachlichen Ausdrucks nachzuweisen, dass die betroffenen Gruppen die Unternehmenskommunikation einerseits wiedererkennen und andererseits als einheitlich wahrnehmen.
- b) Differenzierung: Darauf aufbauend zielt der einheitliche Sprachauftritt darauf ab, das Unternehmen bei den BotschaftsrezipientInnen mittels einer überdurchschnittlichen Sprachqualität und eines eigenartigen und einheitlichen Sprachstils sowohl in der mündlichen als auch schriftlichen Kommunikation von der Konkurrenz eindeutig abzutrennen.
- c) Imageaufbau: Dadurch wird auf der einen Seite die Basis für die Wertsteigerung der Leistungsangebote (*Brand Value*) und auf der anderen Seite die Grundlage für die Stärkung der Unternehmenspersönlichkeit nach innen und außen gebildet, was die gewünschte Beeinflussung des Images initiiert (*Corpo-*

rate Reputation). Von Relevanz ist, dass die Handlung des Unternehmens mit dessen Sprachauftritten einhergeht. Besteht zwischen dem Gemachten und Gesagten kein Zusammenhang, ist der Erfolg der Integrationsaktivitäten in übrigen Kommunikationsbereichen bedeutsam gefährdet.

- d) Loyalität: Obgleich es sich in erster Linie um Effekte nach außen handelt, realisiert die Politik der einheitlichen Unternehmenssprache ebenso mitarbeiterInnenorientierte Ziele. Es wird das Zusammengehörigkeitsgefühl der MitarbeiterInnen gestärkt und demzufolge die Loyalität dem Unternehmen gegenüber gesteigert.
- e) Kostensenkung: Die regelmäßige und bewusste Benützung der bereits vorhandenen Sprachvorgaben ermöglicht eine bedeutsame Verwaltungs-, Vertriebs- und Marketingkostenreduzierung (vgl. BOENIGK/DOPF 2012: 459–460).

3.5 Soziolinguistische Perspektive

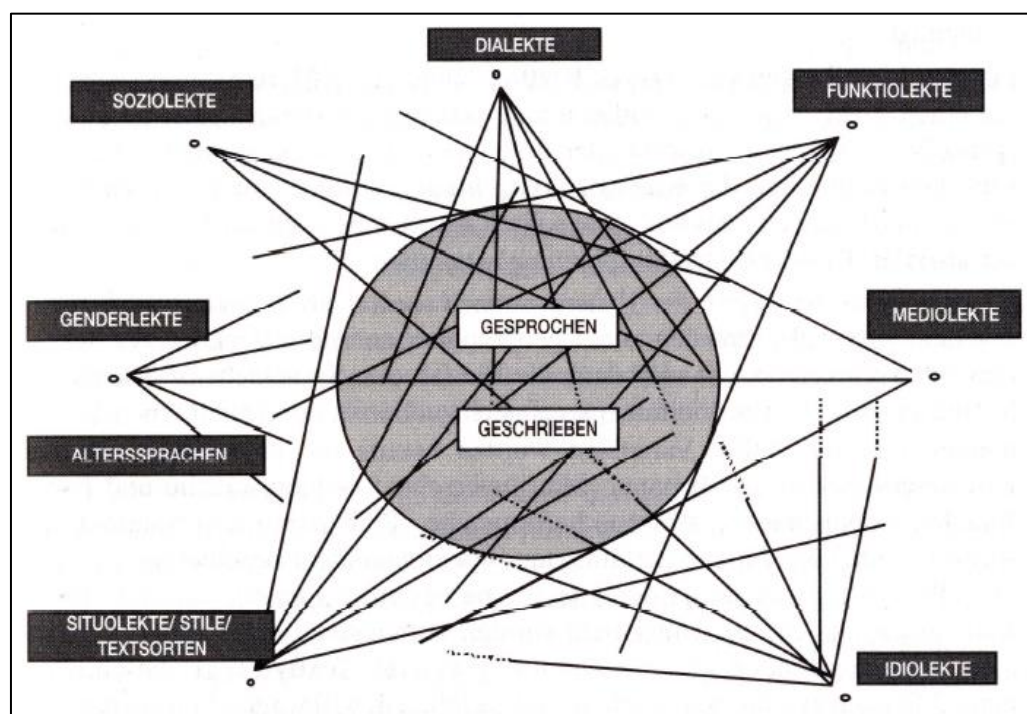
3.5.1 Sprachwirklichkeitsmodell als Beschreibungsbasis

Die Soziolinguistik ist als Gegenentwurf zu den nur formal ausgerichteten „a-sozialen“ Richtungen der strukturalistischen bzw. generativen Sprachwissenschaft entstanden und versteht die Sprache generell als soziales Phänomen. Im Fokus ihres Interesses stehen das korrelative Bedingungsgefüge von Sprach- und Sozialstruktur wie auch die soziale Relevanz des Sprachsystems und -gebrauchs (vgl. BUßMANN 2008: 634). Man kann zwei Schwerpunkte der Soziolinguistik hervorheben, und zwar erstens „[e]ine primär soziologisch orientierte ‚makrostrukturelle‘ Richtung [...], die von sozialen Strukturen ausgeht und Sprache als wesentlichen Faktor in der Organisation der Gesellschaft versteht“ (BUßMANN 2008: 634) und zweitens „[e]ine primär linguistisch orientierte ‚mikrostrukturelle‘ Richtung, die von sprachlichen Strukturen ausgeht und [...] die Variabilität als essentielles Element natürlicher Sprachen begreift; soziale Faktoren werden [hier] als Ordnungsparameter der auffindbaren sprachlichen Heterogenität untersucht“ (BUßMANN 2008: 634–635).

Im Fokus der vorliegenden Arbeit steht hauptsächlich der zweitgenannte – auf die Sprachvariation ausgerichtete – Zweig. Hierbei vertritt man den theoretischen Standpunkt, dass die sprachliche Variation, anders ausgedrückt: die Wahrscheinlichkeit der Umsetzung eines bestimmten (sozial essenziellen) Sprachmerkmals

oder einer Regel, von außersprachlichen Determinanten abhängt. „Die Faktoren, die hier interessieren, sind insofern ‚soziale Faktoren, als damit bestimmte Lebensweisen, spezifische Formen des kommunikativen Umgangs und charakteristische Erfahrungshorizonte der jeweiligen Sprecher[Innen] [...] erfasst sind.“ (LINKE/NUSSBAUMER/PORTMANN ⁵2004: 345) Um die intralinguale Variation des Deutschen anschaulicher zu machen, hat die Soziolinguistik eigene (graphische) Beschreibungsmodelle erarbeitet; das wohl bekannteste kommt von LÖFFLER (vgl. ⁴2010: 79) und ist im Weiteren als Abb. 5 wiedergegeben. Dieses s. g. Sprachwirklichkeitsmodell zielt darauf ab, den tatsächlichen Sprachgebrauch bzw. die realen Erscheinungsformen natürlicher Sprachen – Varietäten – darzustellen und nicht wie etwa die strukturalistische Schule die *langue* als abstraktes, homogenes System von Zeichen und grammatischen Regeln. Mit der „Varietät“ wird – mengentheoretisch gesehen – eine „Summe spezifischer sprachlicher Charakteristika“ (LINKE/NUSSBAUMER/PORTMANN ⁵2004: 345), s. g. Varianten, definiert.

Abb. 5: Sprachwirklichkeitsmodell



Quelle: LÖFFLER (⁴2010: 79)

Das Sprachwirklichkeitsmodell mag auf den ersten Blick verwirrend erscheinen, wurde aber vom Autor bewusst gewählt. Dadurch soll nämlich die Komplexität und Relativität der sprachlichen Wirklichkeit bzw. ihrer Klassifizierungsversuche

unterstrichen werden. Kreis und Striche zeigen, dass die Sprachwirklichkeit ein übergangsloses Kontinuum darstellt sowie dass jegliche Einteilungsversuche als eine Frage des Standpunkts anzusehen sind und nicht präzise abgrenzbar sein können. Die Übergänge und Grenzen zwischen den Erscheinungsformen natürlicher Sprachen sind fließend, einzelne Kategorien überschneiden sich. Sprachgebrauchsformen – Varietäten – werden bei LÖFFLER (vgl. 42010: 79) – in Anknüpfung an das Suffix *-lekt* im allseits bekannten Begriff *Dialekt* – als „Lekte“ bezeichnet und sind als ein Bündel von sprachlichen Merkmalen zu interpretieren. Die sprachlichen Spezifika sind durch Redekonstellationstypen und soziopragmatische Bedingungen wie Individuum, Gruppe, Gesellschaft, Milieu, Situation, Stimmung Funktion usw. geprägt. Dies bedeutet: Die Soziolinguistik sucht die Gründe für die intralinguale Variation nicht innerhalb der Sprache, sondern außerhalb von ihr, und zwar in der sozialen Alltagsrealität, in der die Sprache gebraucht wird.

Die äußeren Ecken bilden sprachliche Großbereiche, die sich nach Individuum (Idiolekte), Medium (Mediolekte), Funktion (Funktiolekte), arealer Verteilung (Dialekte), SprecherInnengruppen (Soziolekte), Geschlecht (Genderlekte), Alter (Alterssprachen i. S. v. Kinder-, Jugend-, Erwachsenen- und Alterssprachen/-lekten), Situationen und Interaktionstypen (Situolekte, Stile, Textsorten) unterscheiden. Strahlen, die von jedem der genannten Hauptbereiche hinausgehen, stellen nicht die Gesamtsumme der Variationserscheinungen dar, sondern deuten auf übergangslose weitere Unterteilungen innerhalb des „Lekts“ und gegenseitige Überlagerungen hin.

Bei der Abgrenzung eines „Lekts“ von anderem werden gleichzeitig sprachliche Merkmale und außersprachliche Korrelate mitberücksichtigt. Die Varietäten sollen zwar auf Grundlage ihrer sprachlichen Spezifika – Varianten – erkennbar sein, nicht zu vergessen sind jedoch extralinguistischen Faktoren, soziale Determinanten, durch welche eine Menge von sprachlichen Merkmalen zu einer Varietät verknüpft wird.

Eine wichtige Rolle in LÖFFLERS (vgl. 42010: 79) Sprachwirklichkeitsmodell spielt die binäre Opposition zwischen der gesprochenen und geschriebenen Sprache. Die Divergenz beider Sprachformen ist nicht nur auf das Kommunikationsmedium, also entsprechend Artikulationsorgane für die gesprochene Sprache und

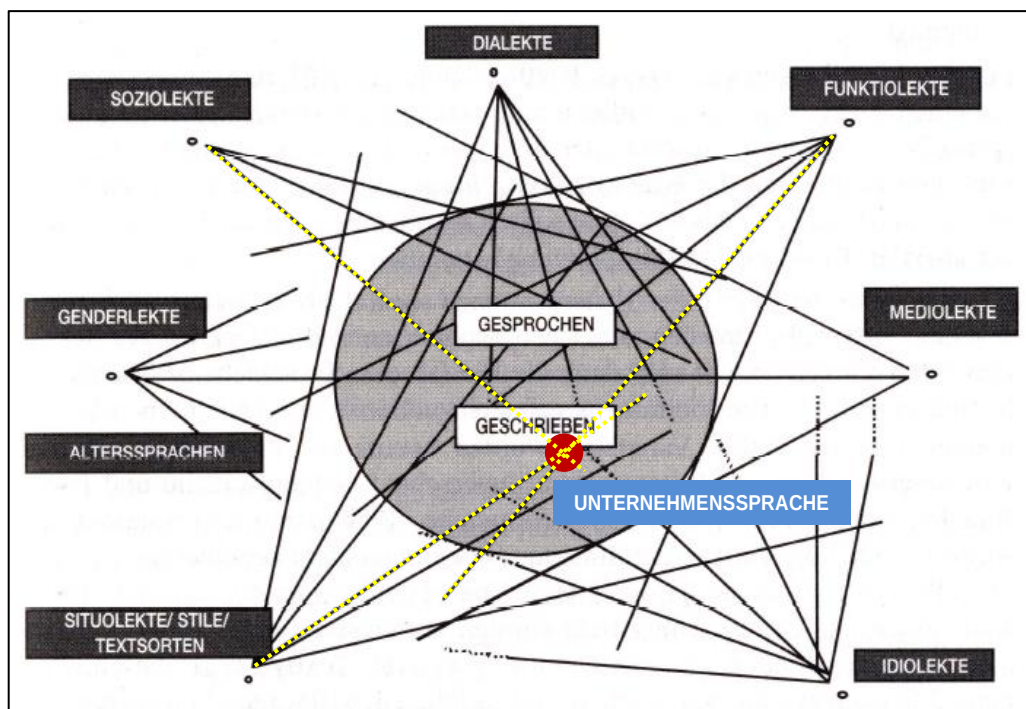
Schreibgeräte für die geschriebene Sprache, zurückzuführen. Beide Sprachformen unterscheiden sich auch erheblich in ihrer Grammatik und Elaboriertheit und sind sowohl durch divergente Merkmalkomplexe – i. S. v. Bündeln an spezifischen grammatischen Erscheinungen – wie auch unterschiedliche situativ-funktionale Kontexte gekennzeichnet, die für sie als prototypisch gelten (vgl. LINKE/NUSSBAUMER/PORTMANN 2004: 346). Bei aller Unterschiedlichkeit darf aber an dieser Stelle nicht stillschweigend übergangen werden, dass die mündliche und schriftliche Form einer Sprache in einem gegenseitigen Abhängigkeitsverhältnis zueinander stehen und sich stets ergänzen.

3.5.2 Unternehmenssprache im Sprachwirklichkeitsmodell

Die Unternehmenssprache, welche die Untersuchungsbasis der vorliegenden Arbeit darstellt, lässt sich sehr gut in LÖFFLERS (vgl. 2010: 79) Sprachwirklichkeitsmodell integrieren. Die Position der Unternehmenssprache innerhalb dieses Varietätennetzwerks wird hier – freilich als eine Art idealisiertes und womöglich auch pauschalisierendes Abstraktum – als Schnittpunkt dreier Linien verstanden, die von folgenden „Lekten“ ausgehen: Situolekt/Stil/Textsorte, Funktiolekt und Soziolekt (s. graphische Darstellung in Abb. 6). Da es sich bei der hier analysierten Varietät grundsätzlich um eine geschriebene Sprachform – überwiegend zu lesende und nicht zu hörende Inhalte der Homepage – handelt, wird die Unternehmenssprache im unteren Halbkreis des Modells platziert, der eben für die schriftlichen Erscheinungsformen der Sprache steht.

Mit dem Kopf *-sprache* im Kompositum *Unternehmenssprache* wird eigentlich synonym ein „Lekt“ („Unternehmenslekt“) bzw. eine Varietät gemeint. Diese Bezeichnungsform geht noch auf die vorsoziolinguistische Zeit zurück, als man sprachliche Erscheinungsformen mit den Sprachen gleichgesetzt hat. So sind nach wie vor in linguistischer Anwendung solche Begriffe wie Alltagssprache, Alterssprache, Jugendsprache, Pressesprache und eben Unternehmenssprache, die aus heutiger soziolinguistischer Sicht als Varietäten zu bezeichnen wären.

Abb. 6: Unternehmenssprache/-lekt innerhalb des Sprachwirklichkeitsmodells



Quelle: LÖFFLER (2010: 79) [Sondermarkierung: MM]

3.5.2.1 Merkmale eines Situolekts

Für die Verknüpfung von Unternehmenssprache und Situolekten/Stilen/Textsorten spricht sowohl die rein sprachliche als auch die inhaltliche Dimension. Die Unternehmenssprache hat mit ihrem zu erreichenden charakteristischen bzw. eigenartigen – i. S. v. betriebsspezifischen – Stil in erster Linie potenzielle KundInnen zu erreichen. Der sprachliche Stil fungiert für sie als eine Beurteilungskomponente des Unternehmens und hat somit eine nicht marginale Auswirkung auf die Bildung des Gesamtimages eines Unternehmens. Man hat hierbei mit einem bestimmten situativen Kontext zu tun, der eng mit den zu erreichenden Zielen – hauptsächlich erhofften wirtschaftlichen Erfolgen – einhergeht. Nicht außer Acht zu lassen, ist der Ort, in dem die Inhalte vermittelt werden oder anders gesagt: in dem ein Unternehmen in Verbindung mit ihrer potenziellen Kundschaft tritt. In den Vordergrund dieser Untersuchung rückt das Medium Internet, in dem einerseits informative und andererseits werbende Texte veröffentlicht werden. Im Fall einer Fluggesellschaft mit einer ähnlichen Betriebsphilosophie wie jene von Austrian Airlines muss der sprachliche Stil zwar qualitativ, aber gleichzeitig ausgewogen gehalten sein, d. h. möglichst alle in Betracht kommenden KundInnenzielgruppen ansprechen. Ein (übertrieben) gehobener Stil würde sich höchstwahrscheinlich

scheinlich als unangebracht erweisen, da das Angebot der Austrian Airlines nicht nur von der wissenschaftlichen Elite wahrgenommen wird.

Da RedakteurInnen der Austrian Airlines-Homepage sich erstens der Heterogenität der AdressatInnen der vermittelten Inhalte und zweitens des Mediums, in dem ihre Texte erscheinen, bewusst sind, bedienen sie sich einer überregionalen allgemein verständlichen (geschriebenen) Standardvarietät. Dialektismen und Regionalismen, die dann und wann zum Einsatz kommen, haben meist einen bestimmten Zweck zu erfüllen und somit beispielsweise im Rahmen einer „national“ ausgerichteten Werbekampagne die Aufmerksamkeit eventueller BezieherInnen zu wecken. Es ist jedoch nicht vom starken Einfluss bzw. von der Konstellation der Werbe- und Fachsprache auszugehen, vielmehr handelt es sich bei der Online-Sprache einer Airline um eine Mischung von verschiedenen Textsorten: von Werbetexten (z. B. anlässlich der Eröffnung neuer Strecken) über Informationstexte (z. B. zum erlaubten Freigepäck) bis hin zu Rechtstexten (z. B. AGB). Insbesondere die Texte der zwei letzten Typen haben eine längere Geltung und werden nur selten verändert. Die zeitliche Überdimensionalität ist in dem Fall insofern wichtig, als man in solchen Texten die bereits im Sprachsystem festverankerten Ausdrücke verwendet und sich nicht zwangsweise der – vielleicht nur eine kurze Zeitspanne „in-seienden“ – Neologismen und grammatikalischen Neuschöpfungen bedient.

3.5.2.2 Merkmale eines Funktioletks

Durch den Einsatz einer einheitlichen, überlegten Unternehmenssprache sollen konkrete bereits in 3.4 thematisierte Ziele (Wiedererkennung, Differenzierung, Imageaufbau, Loyalität, Kostensenkung) erreicht werden. Die gesteckten Ziele haben im Großen und Ganzen zur Festigung der Firma nach innen und außen beizutragen, wobei es hervorzuheben gilt, dass mittels eines einheitlichen und eigenständigen Sprachstils in erster Linie der äußere Effekt, sprich der ökonomische Profit zu erzielen ist. In erfolgreichen Unternehmen scheint das enorme Wirkungspotenzial der Sprache bereits wahrgenommen zu werden; man setzt dort nicht nur seine Hoffnung auf sprachliche Mittel, sondern vielmehr versteht man die Unternehmenssprache als eine Komponente der modernen Betriebswirtschaft. Die Unternehmenssprache ist durch ihr untrennbares Verhältnis zu den Wirt-

schaftswissenschaften mit einer klaren ökonomisch ausgerichteten Funktion verbunden, das Unternehmen hervorzuheben, zu festigen sowie sichtbar zu machen und schließlich ihm einen wirtschaftlichen Erfolg zu garantieren bzw. zumindest zu ihm beizutragen.

3.5.2.3 Merkmale eines Soziolekts

Nicht unerheblich ist die soziale Bedeutung der im Medium Internet eingesetzten Unternehmenssprache, die zwar von einer an sich geschlossenen Gruppe der MitarbeiterInnen (WebmasterInnen, ModeratorInnen, TexterInnen etc.) geschaffen wird, jedoch je nach Firmenprofil täglich auf hunderte oder sogar tausende Homepage-BesucherInnen trifft, wodurch die zwei koexistierenden sozialen Gruppen der InhaltsvermittlerInnen und -adressatInnen in Kontakt treten. Es handelt sich also – mit sehr wenigen Ausnahmen – nicht um eine mit dutzenden Fachtermini überfüllte Erscheinungsform der Sprache, die für das MitarbeiterInnenumfeld typisch wäre (Fachsprache), sondern um einen allgemein – auch unter Nichtfachleuten – verständlichen „(Sozio)Lekt“, der sich zwar nicht von der Branche des Unternehmens abtrennen lässt, aber zugleich von BesucherInnen seiner Onlineplattform kein Fachwissen verlangt und überwiegend auf deren Interesse abzielt bzw. auf der Ursache des Webseitenaufrufs basiert. Im übertragenen Sinne vereint das Unternehmen zwei Personenkreise, seine MitarbeiterInnen und an seinem Profil Interessierte (meist die potenzielle Kundschaft), in eine soziale Gruppe, deren „Mitglieder“ im Medium Internet – explizit gesagt: auf bzw. bei der Beschäftigung mit der Unternehmenshomepage – mit derselben „Varietät“ umgehen. Beide Personenkreise – auch wenn aus unterschiedlichen Perspektiven – zeigen Interesse am gleichen Gegenstand bzw. Thema. Das zeugt nicht nur von ihrer Koexistenz, sondern auch von deren Kooperation, anders gesagt: sozialer Verknüpfung. Entscheidend für die „Gruppenbildung“ sind damit diastratische Faktoren und nicht z. B. diatopische.

4 Deutsch in Österreich

4.1 Deutsch und seine Plurizentrität

Die deutsche Sprache hat in sieben Ländern den Status einer Amtssprache: in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Lichtenstein, Luxemburg, Belgien (in der deutschsprachigen Gemeinschaft in Ostbelgien), Italien (Südtirol). Weiters ist Deutsch Amtssprache und eine der drei Arbeitssprachen der Europäischen Union neben Englisch und Französisch. Im Folgenden wird lediglich auf die drei ersten Länder eingegangen, in denen die meisten MuttersprachlerInnen des Deutschen leben.

4.1.1 Anfänge der plurizentrischen bzw. plurinationalen Theorie

In Deutschland, Österreich und der Schweiz fungiert die deutsche Standardsprache als eine leitende Sprachform, eine *idioma cardinale*, die sich durch eine institutionalisierte Verbindlichkeit in Normfragen kennzeichnet (vgl. LÜDTKE/MATTHEIER 2005: 15) oder – im Sinne der modernen Variationslinguistik – als „diejenige Vollvarietät, auf deren Literarisierungsnorm die Mitglieder einer Sprachgemeinschaft ihre Makrosynchronisierung [Sprachprozesse, die eine gemeinsame überregionale Norm bezwecken – MM] ausrichten“ (SCHMIDT/HERRGEN 2011: 62). Die Standardsprache ist allerdings keine Einheitssprache, sondern setzt sich aus Varietäten zusammen, deren „Oralisierungsnormen [...] durch Freiheit von (kommunikativ) salienten Regionalismen gekennzeichnet“ (SCHMIDT/HERRGEN 2011: 62) sind.

Mit dem Beginn der Theorie der Plurizentrität (vgl. KLOSS 1978) wird Deutsch als eine pluri- oder polyzentrische Sprache angesehen, weil sich seine Entwicklungszentren im Laufe der diachronen Geschichte kontinuierlich gewechselt bzw. neu gebildet haben. Diese diachrone Plurizentrität hat die synchrone Divergenz der Norm bzw. Standardvarietäten des Deutschen verursacht. Eine der ersten Interpretationen der plurizentrischen Theorie bietet CLYNE (1989), der von einem plurinationalen Modell ausgeht und Staat, Nation, Staatsterritorium mit der Sprache identifiziert, sodass die Rede von Nationalvarietäten bzw. nationalen Varietäten ist und seither zwischen den Varietäten der deutschen Standardsprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz – entsprechend: dem bundesdeut-

schen Deutsch, österreichischen Deutsch und Schweizerdeutsch – unterschieden wird. Der originale Begriff „Zentrum“, der bei KLOSS noch „für dynastisch bzw. historisch und/oder kulturell zusammenhängende Territorien als auch wirtschaftlich besonders einflussreiche urbane Ballungsräume“ (GLAUNINGER 2013: 125) steht, ändert im Laufe der 1980er Jahre seine Bedeutung und wird (staats)national bzw. nationalstaatlich kontaminiert. Das Zentrum beschränkt sich in der plurinationalen Theorie auf das Areal des politisch souveränen Staates, der sich als Nation interpretieren lässt und somit einen ideologischen Charakter mitbringt. Damit verbunden ist die Konzentration auf die synchrone Dimension der Plurizentrität und demzufolge Nichtwahrnehmung ihrer diachronen Perspektive.

4.1.2 Kritik am plurinationalen Sprachmodell

Hinterfragt wird das in 4.1.1 dargelegte plurinationale – d. h. auf den staatspezifischen distinkten Varietäten der deutschen Standardsprache beruhende – Paradigma, das später u. a. auch MUHR (1993; 1995b; 1995 [gem. mit SCHRODT/WIESINGER]; 1997 [gem. mit SCHRODT]; 2006) wie AMMON (1995; 1997; 2004) vertreten, von GLAUNINGER (2013). Zur Aktualisierung des plurizentrischen Ansatzes bewegen ihn die im Vergleich zur zweiten Hälfte des 20. Jh. – der Zeit, als sich die Theorie der Plurizentrität oder -nationalität endgültig etabliert hat – sich stark veränderten außersprachlichen bzw. geopolitischen Verhältnisse, die es voraussetzen, Deutsch und seine Varietäten „in einem sich mit hoher Geschwindigkeit ‚supranational‘ formierenden makrosozialen bzw. -ökonomischen Kontext“ (GLAUNINGER 2013: 124) zu betrachten. In Hinblick darauf lassen sich zwei Kritikhauptpunkte nennen, und zwar erstens „die Nichtbeachtung eines diachron begründbaren Sonderstatus des Deutschen innerhalb der plurizentrischen Sprachen“ (GLAUNINGER 2013: 126) und zweitens „eine (von Anfang an gegebene, gegenwärtig mehr denn je virulente und zukünftig wohl noch zunehmende) Inadäquatheit der inhärenten staatsnationalen bzw. nationalstaatlichen Konzeption“ (GLAUNINGER 2013: 126).

Der erste angeführte Punkt basiert auf den in GLAUNINGER (2001a; 2001b) dargestellten Überlegungen zur Differenzierung zwischen den genetisch inhärenten bzw. primär plurizentrischen Sprachen wie Deutsch und den sekundär plurizentrischen Sprachen wie Englisch, Französisch, Portugiesisch, Spanisch. Deutsch

nimmt eine Sonderstellung innerhalb der plurizentrischen Sprachen ein und kann nicht aus derselben Perspektive wie z. B. Spanisch betrachtet werden. Die spanische Sprache entwickelte sich diachron ähnlich wie Japanisch, Polnisch oder Russisch, d. h. „klassisch“ monozentrisch mit nur einem Zentrum: Madrid. Spanisch wurde erst im Zuge des Kolonialismus bzw. Imperialismus zur plurizentrischen Sprache, indem es nach Mittel- und Südamerika quasi „exportiert“ wurde und folglich seinen ursprünglichen Typus einer monozentrischen Sprache wechseln musste. Daher spricht man im Falle des Spanischen von einer sekundär und nicht primär plurizentrischen Sprache. Der Status einer genetisch inhärenten plurizentrischen Sprache ist hingegen dem Deutschen zuzuschreiben, das einerseits nie in seiner Sprachgeschichte monozentrisch war und andererseits sich seit seiner Entstehungszeit von den unterschiedlichsten Zentren aus (zu verschiedenen Zeitpunkten etwa Basel, Frankfurt a. M., Hamburg, Innsbruck, Leipzig, Meißen, Wien; vgl. dazu u. a. KÖNIG 172011: 92) entwickelt. „[D]araus resultiert seine tiefgreifende, nachhaltige strukturelle bzw. varietätenspezifisch typologische Heterogenität“ – so GLAUNINGER (2013: 127). Weiters ist auf die Tatsache hinzuweisen, dass die synchrone Kontaktsituation zwischen den einzelnen Standardvarietäten einer Sprache deutlich stärker für Deutsch, das im relativ kleinen geschlossenen europäischen Raum gebraucht wird, ausgeprägt ist als für – um beim gleichen Beispiel zu bleiben – Spanisch, dessen transatlantische Standardvarietäten in etwa Argentinien, Kolumbien oder Mexiko durch enorme Distanzen von ihrem diachronen – in Spanien entstandenen – Ausgangssprachsystem in Europa abgetrennt sind.

Zweitens zieht GLAUNINGER (vgl. 2013: 127–128) die Adäquatheit einer staatsnational resp. nationalstaatlich ausgerichteten Theorie der Plurizentrität in Bezug auf Deutsch in Zweifel. Die Fragwürdigkeit wird darauf zurückgeführt, dass es dem Konzept und daher auch den vermittelten Postulaten – mit Ausnahme von der Schweiz – an geschichtlich begründeten Voraussetzungen mangelt. Als ausschlaggebend für diese Konzeption erweist sich insbesondere eine im kollektiven Wir-BürgerInnen-Bewusstsein fest verankerte voluntativ-konstitutionelle Deutung von „Nation“ (zur – übrigens an vielen Stellen umstrittenen – „Rekonstruktion“ des Österreichbewusstseins s. aktuelle Schriften BRUCKMÜLLER 1996; 1998). Diese Art der Interpretation des Nationsbegriffs lässt sich jedoch nur für die Schweiz

feststellen. Dem Staatsgebilde von Österreich und Deutschland liegen nicht wie im Fall der Schweiz erfolgreiche bürgerliche, verfassungsgebende Bewegungen zugrunde. Darüber hinaus wird mit dem plurinationalen Modell der deutschen Sprache quasi das „Phänomen des Nationalen“ kultiviert und erneut ins Leben gerufen, welches im deutschsprachigen Raum durch die Schreckenserfahrung des Nationalsozialismus stigmatisiert bzw. tabuisiert wurde.

Zu bestreiten ist zudem die auf der staatsnationalen Theorie der Plurizentrität beruhende sprachpuristisch ausgerichtete Bewegung. Diese lässt sich hauptsächlich in Österreich beobachten und zeigt sich in Form von neu eingerichteten Onlineplattformen (s. u.) und neu konzipierten Aktivitäten und Postulaten (s. z. B. „Patenschaft für bedrohte Wörter“, Vorschlag des Verkaufs der nur mit österreichischen Bezeichnungen versehenen Produkte oder der Nachsynchronisierung der in Deutschland synchronisierten Film- und Fernsehproduktionen von österreichischen SprecherInnen), die zum „Ziel“ haben, „Österreichisch [versus – MM] Deutsch“ („Ostarrichi. Wörterbuch Deutsch-Österreichisch“) als „eine ganz eigene Sprache [unter den westgermanischen Sprachen, zu fördern – MM], dennhierzulande [sic!] wird ein ganz besonderes Deutsch gesprochen [...] [und – MM] [i]n alltäglichen Situationen zeigt sich [...] die Unabhängigkeit des österreichischen Deutsch“ („KZwei. Österreichisch – Die österreichische Sprache“). Auch wenn einige Inhalte v. a. für das populärwissenschaftliche Publikum interessant sein könnten, müssen manche Formulierungen – wie etwa die vorhin zitierten Passagen – aus nicht nur linguistischem, sondern auch politischem Blickwinkel als zumindest kontrovers angesehen werden.

Die Grundlage für dieses Phänomen bildet allein die Sprache mit ihrem diatopischen Charakter. In Wirklichkeit decken sich (standard)sprachliche Erscheinungen nicht immer mit staatlichen – „nationalen“ – Grenzen. Es gibt sowohl Grenzüber- als auch Grenzüberschreitungen (dazu mehr in 4.2), was davon zeugt, dass für die areal-horizontale Variation die mundartlichen Räume wie bairischer, alemannischer, mitteldeutscher, niederdeutscher (Groß)Raum etc. und nicht politisch-administrative Staatsgrenzen relevant sind. Bei allem Verständnis für den sprachlich symbolisierten Patriotismus, aber die Sprache von SchärdingerInnen und PassauerInnen – den Einwohnern der österreichisch-deutschländischen

Grenzgebiete – unterscheidet sich kaum, beide sprechen (lokales) Mittelbairisch. Durchaus angemessen, wenngleich nicht wissenschaftlich ist hierbei die von MANFRED GLAUNINGER in seinen variations- und soziolinguistischen Vorlesungen auf der Universität Wien erzählte Anekdote anzuführen, dass man den Übertritt der Grenze zwischen Österreich und Deutschland lediglich durch den Empfang einer Roaming Preisinformations-SMS und den Wechsel des Handynetzes merken kann, auf jeden Fall nicht durch die sprachliche Änderung.

Es ist somit nachvollziehbar, anstelle der „Plurinationalität“ von der „Pluriarealität“ zu sprechen. Durch die Anwendung des Begriffs „Nation“ und das „Zeichnen“ der Isoglossen entlang der Staatsgrenzen werden seitens einzelner Stimmen in Österreich (beispielsweise MUHR 1993; 1995b) altbekannte sprachpuristische Versuche gemacht, einem weiteren Abbau der österreichspezifischen „nationalen“ Varianten, s. g. Austriazismen, zugunsten der bundesdeutschspezifischen „nationalen“ Varianten, s. g. Teutonismen oder Deutschlandismen, entgegenzuwirken (vgl. GLAUNINGER 2013: 128–129). In Hinblick darauf lässt sich weiters schlussfolgern, dass mit derartigen oben geschilderten Aktivitäten, welche standardsprachliche Varianten konstant mit den „nationalen“ Territorien gleichsetzen und dadurch die intralinguale Kontaktsituation ausschließen, im Prinzip das Diasystem des Deutschen mit seinen Dialektarealen haltlos angezweifelt wird.

GLAUNINGER (2013: 129) weist in diesem Zusammenhang noch auf eine wichtige Tatsache hin:

Bezeichnenderweise treten dabei Reflexe eines verzerrten Verständnisses von der Balance zwischen (sozial)symbolischer und basiskommunikativ-denotativer Funktionalität des Sprachsystems zutage. So insistiert man einerseits auf die hohe sozialsymbolische Relevanz von Austriazismen, die – unabhängig von quantitativen bzw. frequentativen Aspekten – das Postulat einer österreichischen Nationalvarietät des Deutschen rechtfertige. Andererseits negiert man aber die teils hochfrequent genutzte pragmatische (und somit ebenfalls sozialsymbolische) Funktionalität so genannter Deutschlandismen innerhalb des Sprach- und Kommunikationsverhaltens vieler – insbesondere jugendlicher – Österreicherinnen und Österreicher.

Zusammenfassend scheint die folgende Frage nicht nur relevant, sondern auch berechtigt zu sein: Warum ist bei Austriazismen die soziosymbolische Sprachfunktion überproportional wichtig, während sie bei Teutonismen keine bedeutende Rolle spielt? Man könnte diese Erscheinung auf ein – allgemein gesehen – sehr ausgeprägtes Landesbewusstsein der ÖsterreicherInnen und die Suche nach den

Elementen des Alltags, die – beim Fehlen der emphatischen Vorstellungen von Freiheitskämpfen oder erfolgreichen Bewegungen – zum Ausbau dieses Wir-Bewusstseins beitragen, zurückführen. In diesem Konzept wird die Sprache mit der Komponente des kollektiven Landesstolzes gleichgesetzt, die als Mittel zur Bildung der Gruppenidentität bzw. des Einheitsbewusstseins fungiert (vgl. BRUCK-MÜLLER 1998: 391; 394–395). Die nicht willkürliche und quasi extern „gesteuerte“ Zunahme der Bedeutung der sozialsymbolischen Funktion bei Austriazismen, die sich u. a. in den o. g. sprachpuristischen Forderungen und Handlungen zeigt, baut auf der Erzeugung eines gemeinsamen Wissens- und Bewusstseinsstands auf. Durch ihn mögen einzelne (autochthone) SprecherInnen des Deutschen in Österreich – sich primär auf sozial-kulturelle wie sprachliche Gemeinsamkeiten und sekundär die administrativ-territoriale (Mit)Zugehörigkeit stützend – vom „Wir“ sprechen und sich als eine einheitliche Sprachgesellschaft definieren.

Um noch einmal kurz zu den o. g. sprachpuristischen Initiativen zurückzukehren: Selbst wenn es anders wäre als in GLAUNINGER (vgl. 2013: 129–130) behauptet und ein Teil der ÖsterreicherInnen nicht nur ihre Lieblingsserie bzw. einen langen erwarteten Film lieber mit österreichischen als bundesdeutschen SynchronsprecherInnen schauen oder im Supermarkt „ums Eck“ lieber Produkte mit österreichischen als bundesdeutschen Produktnamen kaufen würde, sondern auch gewisse Probleme mit eher bundesdeutschspezifischen Varianten hätte, wäre es für absurd zu halten, dass dieselben KäuferInnen und ZuschauerInnen bereit wären für Zusatzkosten – in Form von teureren Produkten und den höheren GIS-Gebühren – aufzukommen, die beispielsweise wegen der Verordnung des Gesetzgebers über die österreichspezifische Artikelkennzeichnung bzw. Film- und Fernsynchronisation entstehen würden.

4.1.3 Deutsch als supranationale Sprache

Die Gegenüberstellung von den ideologisch geladenen Wunschvorstellungen einiger LinguistInnen und Sprachinteressierten, die sich dem Thema des österreichischen Deutsch widmen, und der ökonomisch-politischen (Sprach)Realität ist bestimmt eine deutliche Art, die Kontroversen eines plurinationalen Modells der deutschen Sprache darzulegen. Aus den obigen Beispielen lässt sich eindeutig herauslesen, dass es heutzutage für die Unternehmen, die sich mit der Herstellung

von Lebensmitteln, Verbrauchsgegenständen und Kinofilmen beschäftigen, die Staatsgrenze zwischen Österreich und Deutschland im engeren Sinne nicht mehr existiert. Die Betriebe negieren sie nicht nur hinsichtlich der Sprache, sondern im Allgemeinen, denn sie produzieren an sich für einen grenzenlosen Markt. So ist an dieser Stelle auf den Europäischen Binnenmarkt hinzuweisen, dem Österreich – wie 27 andere Mitgliedsstaaten – seit seinem EU-Beitritt im Jahre 1995 angehört und welcher mit seinen vier Grundfreiheiten – freiem Warenverkehr, Personenfreizügigkeit, Dienstleistungsfreiheit sowie freiem Kapital- und Zahlungsverkehr – internationale Wirtschaftsbeziehungen und den inter- wie intralingualen Kontakt fördert. Berücksichtigt man zudem die Eurozone mit ihrer Einheitswährung bzw. EU-weit wirkende Kontroll- und Sicherheitsbehörden, wird die heute weit entwickelte Politik der Europäischen Union offengelegt, die darin besteht, Zuständigkeiten der originär nationalen Legislative und Exekutive auf entsprechende supranationale Organe zu übertragen (vgl. GLAUNINGER 2013: 130). Um diesen Zustand mit wissenschaftlich begründeten Daten zu belegen: Wie Europarechtsprofessorin der Universität Wien, Alina Lengauer, im Gespräch mit dem „Standard“ sagt, ist mittlerweile 80–90 % der nationalen Gesetzgebung in Österreich vom EU-Recht determiniert (vgl. „Welcher Anteil der österreichischen Gesetzgebung beruht auf Initiativen der EU?“ 2014).

Im Rahmen dieses generellen, weitverbreiteten Umwandlungsprozesses weg vom Nationalen hin zum Supra- bzw. Postnationalen „zeigt sich nun ein altbekanntes sozialpsychologisches Phänomen: Das real Schwindende wird auf einer inszeniert-artifiziellen bzw. symbolisch-aktionistischen Ebene kompensatorisch überhöht“ (GLAUNINGER 2013: 130–131). Im Allgemeinen scheint der Nationsbegriff in einer stark (sozial, wirtschaftlich und politisch) kontakt- wie kommunikationsorientierten, weltoffenen und globalisierten – supranationalen – Gesellschaft des 21. Jh. zumindest veraltend zu sein, wenn nicht gar schon längst überholt. Während der Nationalstaat mit seinen Organisationsformen, Institutionen und Strukturen, aber auch im üblichen Alltagsleben kontinuierlich und rasant an Bedeutung verliert, werden – genau aus diesem Grund – die nationalen Gefühle und Bezüge in bestimmten Bereichen wie etwa Sport oder politischer Debatte vor Wahlen oder Referenda – gesucht und schließlich kultiviert. Wie man anhand der bereits dargestellten sprach(politisch) bezogenen Aktivitäten beobachten kann,

hofft auch ein Teil der LinguistInnen bzw. besonders Sprachinteressierten, der gegenwärtigen Sprachrealität entgegentreten und ihre Wunschvorstellungen umsetzen zu können. Es ist an dieser Stelle deutlich hervorzuheben, dass es weder das Ziel der vorliegenden Arbeit noch das Ziel des öfters zitierten Beitrags von GLAUNINGER (2013) ist, im Widerspruch zur Existenz des österreichischen Deutsch zu stehen. Ganz im Gegenteil: Dieses soll diskussionslos unterstützt werden, jedoch beim gleichzeitigen Neuverständnis der modernen Plurizentrität des Deutschen in Hinblick auf einen immer wachsenden supra- bzw. postnationalen Charakter seiner Standardvarietäten, d. h. bestimmt nicht in einer sprachpuristischen Form. Zusammenfassend: Die unikale und mannigfaltige Heterogenität der deutschen Sprache ist keinesfalls zu bestreiten. Diese ist allerdings, „mithilfe einer neuen, ebenso zeitgemäßen wie zukunftsstauglichen, nunmehr vielleicht supra- bzw. postnational orientierten Theorie [...] zu untersuchen, zu beschreiben und zu erklären“ (GLAUNINGER 2013: 131).

4.2 Merkmale des österreichischen Deutsch

Besonderheiten der österreichischen Standardvarietät des Deutschen haben sich bereits mehrere Publikationen gewidmet, darunter v. a. MUHR (1995a), AMMON, ULRICH [u. a.] (2004), EBNER (2008), WIESINGER (2008), EBNER (2009), „Österreichisches Wörterbuch“ (2012). Im Weiteren werden anhand der genannten Veröffentlichungen die wichtigsten Merkmale des österreichischen Deutsch auf fünf verschiedenen Gebieten – Phonetik/Phonologie, Lexik, Grammatik, Orthographie, Pragmatik – aufgeführt. Dabei wird auf nähere Erklärungen verzichtet und lediglich auf die umfassende Forschungsliteratur verwiesen. Sollte eines der lexikalischen, morphologischen, syntaktischen oder pragmatischen Phänomene, die im Fokus der vorliegenden Arbeit stehen, einen Bereich der Untersuchung darstellen, wird auf dieses etwas ausführlicher im empirischen Teil (Kapitel 6) eingegangen.

4.2.1 Phonetik/Phonologie

Das österreichische Standarddeutsch weist zahlreiche segmentale phonetische Merkmale auf:

- a) Weicher einschleifender Stimmeinsatz (vgl. EBNER 2008: 42)

- b) Stimmlosigkeit der Leniskonsonanten , <d>, <g>, <s> wie auch <g> und <j> als [ʒ] in französischen Fremdwörtern
- c) Zusammenfall der Plosivlenes und -fortes – insbesondere im Anlaut – zugunsten stimmloser Halbfortes <g>/<k> und v. a. im Donau- und Voralpenraum auch <d>/<t>, /<p>; z. B. *Greis/Kreis, danken/tanken, backen/packen*
- d) Endsilbe -ig als [ik]; z. B. in *billig, Essig, heilig, König*
- e) Anlautendes <ch> in Fremdwörtern als [k]; z. B. in *Chaos, Charakter, Chemie, China, Chirurg*
- f) Anlautendes <st> in Fremdwörtern als [st]; z. B. in *Standard, Stil, Strategie, Struktur*
- g) Anlautendes <sp> in Fremdwörtern als [sp]; z. B. in *Spezies, spirituell, sporadisch* (vgl. WIESINGER 2008: 11–12)
- h) <st> und <sp> in manchen Wörtern im Wortinnern als [ʃ]; z. B. in *Kasperl* (vgl. EBNER 2008: 43)
- i) Vokalisierung des präkonsonantischen -r- zum [ɐ]-Schwa; z. B. in *erben, Hirse, Hirte, Schirm, werfen*
- j) Fast geschlossene Aussprache der Kurzvokale <i>, <u>, <ü> (vgl. WIESINGER 2008: 12)
- k) <e> als geschlossenes <e> in der Lautfolge -er-; z. B. in *Mineral, operieren* (vgl. EBNER 2008: 42)
- l) Umlaut <ä> als geschlossenes [e:]; z. B. in *Käse, nähen, nämlich, spät, Universität*
- m) Beibehaltung des Nasalvokals und -e-Apokope in französischen Fremdwörtern; z. B. in *Chance* [ʃä:s], *Balance* [balä:s] (vgl. WIESINGER 2008: 12)
- n) e-Synkope in französischen Fremdwörtern; z. B. in *Abonnement, Boulevard* (vgl. EBNER 2008: 43)
- o) Auslautendes [o:n] in französischen Fremdwörtern; z. B. in *Balkon, Karton, Pension, Saison, Salon* (vgl. WIESINGER 2008: 12)
- p) -ier im Auslaut französischer Fremdwörter als [i:ɐ]; z. B. in *Portier, Brigadier* (vgl. EBNER 2008: 43)
- q) Schwach betontes [ɐ] in Nebensilben; z. B. in *Bote, Gäste, Hose, Nase, Tage* (vgl. WIESINGER 2008: 12)

- r) e-Synkope in Nebensilben; z. B. in *fallen* [fal:n] *gehen* [ge:n], *kühlen* [kyl:n], *offen* [ɔf:n] (vgl. EBNER 2008: 42)
- s) Aussprache der betonten Silben in (Fremd)Wörtern auf -atik, -atisch, -tum, -it, -ik, -iz mit Kurzvokal; z. B. in *Thematik*, *thematisch*, *Reichtum*, *Profit*, *Politik*, *Notiz* (vgl. EBNER 2008: 42; WIESINGER ²2008: 12)
- t) Kurzvokal in Wörtern: *Art*, *Arzt*, *Bart*, *Behörde*, *Erde*, *erst*, *Geburt*, *Husten*, *Krebs*, *Montag*, *Schwert*, *Tratsch*
- u) Langvokal in Wörtern: *Bruch*, *Geruch*, *hin*, *rächen*, *Rebhuhn*, *Vorteil*
- v) Langes und geschlossenes <e> in *Chef* [ʃe:f]
- w) [i] statt [y] in *Forsythie* [fɔrzi:tsiə] (vgl. EBNER 2008: 43)

Weiters sind im Bereich der Intonation (Sprechmelodie) folgende suprasegmentale Eigenschaften festzustellen:

- a) Initialbetonung in Fremdwörtern; z. B. in 'Diakon, 'Kilogramm, 'Marzipan, 'Vatikan und ostösterreichisch auch 'Labor
- b) End- oder Zweitgliedbetonung in französischen bzw. französisch vermittelten Fremdwörtern; z. B. in *Kaf'fee*, *Kana'pee*, *Pla'tin*, *Ta'bak*, *Tele'phon*
- c) Mittelsilbenbetonung in Fremdwörtern; z. B. in *Al'gebra*, *Am'moniak*, *Cha'risma*, *Ka'tharis*, *Mathe'matik*
- d) Erstgliedbetonung in Komposita und Ableitungen deutscher Herkunft; z. B. in 'eigentlich, 'nacheinander, 'Oberforstmeister, 'Pfefferminze, 'übergücklich (vgl. WIESINGER ²2008: 10–11)
- e) Initialbetonung in Zusammensetzungen mit *anti-*, *makro-* und *un-*; z. B. in 'antialkoholisch, 'makrobiotisch, 'unbekümmert
- f) Betonung auf der drittletzten Silbe in mehrsilbigen Fremdwörtern auf -ie; z. B. 'Kopi-e, Zere'moni-e
- g) Satzbetonung von *sich* in Verbindung mit einer Präposition; z. B. *etwas von bei 'sich haben*, *etwas von 'sich geben*, *'zu sich nehmen* (vgl. EBNER 2008: 44)

4.2.2 Lexik

Den auffälligsten Teil des österreichischen Deutsch scheint die Lexik auszumachen. WIESINGER (vgl. ²2008: 15) beobachtet, dass nicht der gesamte für das österreichische Deutsch spezifische Wortschatz auf Österreich mit seinen amtlichen Grenzen beschränkt ist, und teilt ihn in Hinblick auf seine Stellung innerhalb

der deutschen Sprache nach dessen Verbreitung in fünf Bezeichnungs- und eine sechste Bedeutungsgruppe ein:

- a) Oberdeutscher Wortschatz (Gebrauch in Österreich, Süddeutschland, der Schweiz); z. B. *Bub* (österreichisches Deutsch) : *Junge* (bundesdeutsches Deutsch), *heuer* : *dieses Jahr*, *kehren* : *fegen*, *Orange* : *Apfelsinne*, *Samstag* : *Sonnabend*
- b) Bairisch-österreichischer Wortschatz (Gebrauch im bairischen Österreich und im deutschen Freistaat Bayern aufgrund der gemeinsamen Stammesgrundlage bzw. späterer kultureller Kontaktbeziehungen zwischen Österreich und Bayern); z. B. *Brösel* : *Paniermehl*, *Kluppe* : *Wäscheklammer*, *Kren* : *Meerrettich*, *Maut* : *Zoll*, *Topfen* : *Quark*
- c) Gesamtösterreichischer Wortschatz (Gebrauch in ganz Österreich); z. B. *Fensterstock* : *Fensterleibung*; *Gebarungsjahr* : *Geschäftsjahr*, *Geld beheben* : *Geld abheben*, *sich verkühlen* : *sich erkälten*, *Trafik* : *Tabakladen*, insbesondere jedoch Vokabular aus folgenden Sachgebieten:
 - i. Verwaltung, Institutionen: z. B. *Abfertigung* : *Abfindung*, *Erlagschein* : *Zahlschein*, *Landeshauptmann/-frau* : *MinisterpräsidentIn*, *Nationalrat* : *Bundestag*, *Parlament* : *Bundeshaus* (vgl. WIESINGER 2008: 15)
 - ii. Schulwesen: z. B. *Gegenstand* : *Fach*, *Matura* : *Abitur*, *ProfessorIn* : *Studienrat/-rätin*, *Schularbeit* : *Klassenarbeit*, *Volksschule* : *Grundschule* (vgl. EBNER 2008: 28–30)
 - iii. Küche: z. B. *Brauner* : *Kaffee mit Milch*, *Jause* : *Brotzeit*, *Marille* : *Aprikose*, *Stelze* : *Haxe*, *Zuckerl* : *Bonbon*
- d) Ost- bzw. westösterreichischer Wortschatz (Gebrauch in Ost- oder Westösterreich, Grenzverlauf: Westoberösterreich – östliche Salzburger Landesgrenze – Oberkärnten – Nordtiroler Unterland – Osttirol-Kärntner Landesgrenze); z. B. *Bartwisch* (Ostösterreich) : *Kehrwisch* (Westösterreich), *FleischhauerIn* : *MetzgerIn*, *Gelse* : *Mücke*, *Rauchfang* : *Kamin*, *Stoppel* : *Stöpsel*
- e) Regionaler Wortschatz (für regional beschränkte Einrichtungen, Gegenstände und Vorgänge); z. B. im ostösterreichischen Weinbaugebiet: *Heuriger* : ‘frisch-gegorener neuer Wein’, *Heuriger/Buschenschank* : *Weinschankstätte/Weinlokal*, *Sturm* : ‘gärender Traubensaft’, *WeinbauerIn/WeinhauerIn* : *WinzerIn*, in Vorarlberg (öfters wie im Allgäu und/oder in der Ostschweiz): *Alpe* :

Alm, Kilbi : Kir(ch)tag, Lauch : Porree, schaffen : arbeiten, SchreinerIn : TischlerIn (vgl. WIESINGER 2008: 15–16)

- f) Gemeindeutscher Wortschatz mit einer eigenen oder zusätzlichen Bedeutung in Österreich; z. B. *ausrasten* (Österreich) : auch *ausruhen* (Deutschland), *Bäckerei* : auch ‘süßes Kleingebäck’, *Rettung* : auch *Rettungsdienst* und *Rettungswagen*, *schlichten* : *stapeln*, *Schwamm* : auch *Pilz* (vgl. EBNER 2008: 31–34)

Darüber hinaus ist der Einfluss der Fremdsprachen kennzeichnend für das Vokabular des österreichischen Deutsch. Die meisten Entlehnungen stammen aus folgenden Sprachen:

- a) Italienisch (wichtigster kultureller Partner Österreichs bis ins 18. Jh., Wortübernahmen teils aus oberitalienischen Dialekten bzw. aus der italienischen Verwaltungs-, Finanz- und Musiksprache); z. B. *Akonto : Anzahlung, Bassena : Waschbecken, Kassa : Kasse, Maroni : Edelkastanien, Polizze : Police*
- b) Französisch; z. B. *außertourlich : zusätzlich, faschieren : ‘durch den Fleischwolf drehen’, MagazineurIn : MagazinverwalterIn, retour : zurück, Trafik : Tabakladen*
- c) Latein (Amtssprache in Österreich bis ins 19. Jh., teils Wörter, teils Wortbestandteile und Fugensilben), z. B. *inskribieren : einschreiben, Matura : Abitur, Primar(arzt) bzw. Primar(ärztin) / Primarius bzw. Primaria : leitender Arzt bzw. leitende Ärztin, refundieren : zurückerstatten, Sponsion : ‘Verleihung des akademischen Magistergrades’, Austro- : österreichisch, -ial* (beispielsweise in *Ferial-, Gremial-*)
- d) Englisch (abgesehen von den heutigen Anglizismen wenige Wortentlehnungen, die meisten von ihnen aus der Fußballsprache); z. B. *Corner : Ecke, Goal : Tor, Keeper : Tormann, Out : Aus, Referee : Schiedsrichter*
- e) „k. u. k.“-Sprachen (v. a. Einfluss der „landesüblichen“, nicht germanischen Sprachen aus der Zeit der Österreichisch-Ungarischen Monarchie):
- i. Slowenisch; z. B. *Jause : Brotzeit, Keusche : ‘kleines Bauernhaus’, Pinze : ‘Gebäck aus Hefeteig’, Potitze : ‘eine Art Striezel / Rollkuchen mit Nuss- oder Mohnfülle und Honig’, in Kärnten bzw. der Steiermark: Pranter : ‘Oberboden der Scheune’, Tschurtschen : ‘Fruchtzapfen der Nadelhölzer’*

- ii. Tschechisch/Slowakisch; z. B. *Brimsen* : ‘eine Art Schafkäse’, *Haluschka* : ‘Teigwaren mit Topfen und Speck’, *Kaluppe* : ‘baufälliges, altes Haus’, *Kolatsche* : ‘Tascherl aus Germteig, meist mit Topfen’, *Kren* : *Meerrettich*
- iii. Ungarisch; z. B. *Dobostorte* : ‘Torte aus Buttermilch mit braun glänzender Glasur’, *Fogosch* : *Zander*, *Mulatschag* : ‘ausgelassenes Fest’, *Schinakel* : *Boot* (vgl. EBNER 2008: 15–16)

4.2.3 Grammatik

Im Bereich der Grammatik des österreichischen Deutsch lassen sich Unterschiede zum bundesdeutschen Deutsch in Hinblick auf die Morphologie und Wortbildung, das Genus der Substantive wie die Syntax feststellen. Diese werden in darauffolgenden Unterkapiteln thematisiert.

4.2.3.1 Morphologie und Wortbildung

Kennzeichnend für das österreichische Standarddeutsch sind folgende Phänomene aus dem Bereich der Morphologie und Wortbildung:

- a) Substantivplural:
 - i. Umlautung von umlautfähigen Vokalen, v. a. in der Position vor [r]/[l] ± Plosiv; z. B. *die_{PL} Bögen* : *Bogen*, *die_{PL} Erlässe* : *Erlasse*, *die_{PL} Generäle* : *Generale*, *die_{PL} Krägen* : *Kragen*, *die_{PL} Pölster* : *Polster*
 - ii. -s-Plural in französischen Fremdwörtern; z. B. *die_{PL} Billiards* : *Billarde*, *die_{PL} Interieurs* : *Interieure*
 - iii. -en-Plural in französischen Fremdwörtern; z. B. *die_{PL} Cremen* : *Cremes*, *die_{PL} Fassonen* : *Fassons*, *die_{PL} Saisonnen* : *Saisonnen* (vgl. WIESINGER 2008: 13)
- b) Umlautung von umlautfähigen Vokalen, v. a. in der Position vor [r]/[l] ± Plosiv, im Bereich der Wortbildung; z. B. *-färbig* : *-farbig*, *-grädig* : *-gradig*, *-hältig* : *-haltig*, *-zöllig* : *-zollig*, auch *ausständig* : *ausstehend* (vgl. MUHR 1995a: 215)
- c) Diminutive:
 - i. Echte Diminutive mit der Semantik ‘klein’: substandardsprachlich mit *-(e)(r)l* bzw. in Westtirol und Vorarlberg mit *-(e)le*, schriftsprachlich meist mit *-chen* und bei Wörtern auf *-ch* mit *-lein* (wie im bundesdeutschen Deutsch); z. B. *Flaschel* : *Flaschle* : *Fläschchen*, *Kindel* : *Kindle* :

- Kindchen, Nachtkastl : Nachtkastle : Nachtkästchen, Tücherl : Tüchle : Tüchlein* (vgl. WIESINGER 2008: 13)
- ii. Lexikalisierung mit *-erl* ohne Semantik 'klein'; z. B. *Pickerl : Aufkleber, Sackerl : Tüte, Schwammerl : Pilz, Stockerl : Hocker, Zuckerl : Bonbon*
 - iii. Frequenter spezifischer (persönlich-emotionaler) Gebrauch ohne Semantik 'klein' mit *-erl*; z. B. *Achterl : Achtel, Enkerl : Enkel, Schifferl : Schiff, Skandalerl : Skandal, Wamperl : Vamp*
- d) Fugen-s (v. a. nach Gaumenlauten [g], [k], [x]); z. B. *FabriksarbeiterIn : FabrikarbeiterIn, Gelenksentzündung : Gelenkentzündung, Gepäcksaufgabe : Gepäckaufgabe, Schweinsbraten : Schweinebraten, Spitalsaufenthalt : Spitalaufenthalt/Krankenhausaufenthalt*
- e) Beseitigung des Fugenelements *-s-* oder *-e(n)-*; z. B. *Absteigquartier : Absteigequartier, Adventkalender : Adventskalender, Sonnseite : Sonnenseite, Toilett(e)artikel : Toilettenartikel, Tragtasche : Tragetasche*
- f) Verbalableitung auf *-ieren*; z. B. *editieren : edieren, praktizieren : ein Praktikum absolvieren, pulsieren : pulsieren, röntgenisieren : röntgen, typisieren : eine Typenbescheinigung besorgen*
- g) Zahlenableitung auf *-er*; z. B. *Einser : Eins, Zweier : Zwei, Dreier : Drei, Fünfziger : Fünfzig, Siebziger : Siebzig* (vgl. EBNER 2008: 38–39)
- h) Verschiedene Suffixe bei Adjektiven und Adverbien mit partiellen Bedeutungsunterschieden; z. B. *brenzlich : brenzlig, durchwegs : durchweg, grauslich : grauslig* (vgl. MUHR 1995a: 216)
- i) Beseitigung der Endung *-e* bei Adjektiven; z. B. *blöd : blöde, fad : fade* (vgl. EBNER 2008: 38)
- j) Lateinisches *i*-Genitiv bei Feiertagsnamen und Kirchenbauten; z. B. *Jakobikirche : Jakobskirche, Josefitag : Josefstag, Martinigans : Martinsgans, Nikolaikirche : Nikolauskirche, Stefanitag : Stephanstag*
- k) Kombination von verschiedenen Suffixen oder Präfixen (meist Präpositionen) und gleichen Basisverben bei derselben Bedeutung; z. B. *aufscheinen : erscheinen, auskommen : entkommen, beistellen : bereitstellen, unterkommen : vor kommen, verköstigen : beköstigen*
- l) Kombination von verschiedenen Basisverben und gleichen Suffixen oder Präfixen (meist Präpositionen) bei derselben Bedeutung; z. B. *absperren : abschlie-*

ßen, auslangen : ausreichen, sich ausrasten : sich ausruhen, beischließen : beilegen, einlangen : eintreffen

- m) Eine Reihe von Verben und Neubildungen ohne direkte Entsprechung; z. B. *allfällig : eventuell, dazukommen : Gelegenheit haben, ehebaldigst : baldmöglichst, erstrecken : verlängern, im Vorhinein : im Voraus* (vgl. MUHR 1995a: 216–218)

4.2.3.2 Genus der Substantive

Weiters divergiert das österreichische Deutsch von anderen Standardvarietäten des Deutschen in Bezug auf die nominale Kategorie des Genus.

- a) Unterschiede (meist); z. B. *der : das Bund, das : die Cola, das : die E-Mail, der : das Gehalt, das : der Sakko*
- b) Schwankende Unterschiede (zwei Genera im österreichischen Deutsch); z. B. *das/der : der Keks, der/das : das Kiefer, das/der : der Prospekt, der/das : das Pyjama, das/die : die Vokabel*
- c) Nur ein Genus im österreichischen Deutsch; z. B. *das : das/der Biskuit, der : der/das Gummi, das : das/der Sandwich, der : der/das Spagat, das : das/der Zubehör*
- d) Drei Genera von Joghurt; *das / die (Ostösterreich) / der (Vorarlberg) : der Joghurt*
- e) Genus- samt Formunterschiede; z. B. *der Akt : die Akte, das Offert : die Offerthe, der Scherben : die Scherbe, der Schranken : die Schranke, die Zehe : der Zeh* (vgl. WIESINGER ²2008: 12–13)

4.2.3.3 Syntax

In Hinblick auf die Syntax sind folgende Unterschiede zwischen dem österreichischen Deutsch und anderen Standardvarietäten des Deutschen zu nennen:

- a) Mündlicher und großteils auch schriftlicher oberdeutscher Gebrauch des Perfekts anstelle des Präteritums; z. B. *ich bin gegangen : ich ging, ich habe gelesen : ich las, ich habe gesagt : ich sagte*
- b) Mündlicher und teils auch schriftlicher oberdeutscher Gebrauch des Doppelperfekts anstelle des Plusquamperfekts; z. B. *ich bin gegangen gewesen : ich*

war gegangen, ich habe gelesen gehabt : ich hatte gelesen, ich habe gesagt gehabt : ich hatte gesagt

- c) Perfekt der Zustands- und Bewegungsverben mit *sein*; z. B. *ich bin : habe gehangen, ich bin : habe gelegen, ich bin : habe gesessen, ich bin : habe gestanden* (vgl. WIESINGER ²2008: 13–14)
- d) Abweichender Gebrauch von Präpositionen; *am : auf dem* (z. B. *am : auf dem Boden, am : auf dem Kalender, am : auf dem Programm*), *auf* als Lokalmarker (z. B. *auf : bei der Polizei, auf : in der Post, auf : an der Uni*), *auf : zu/in* (z. B. *auf : zu Besuch kommen, auf : in Urlaub gehen, auf die : zur Meisterschule gehen, in : zur Schule gehen*), *auf : zum* (z. B. *in der Nacht auf : zum Montag*), *aus : in* (z. B. *Schularbeit aus : in Chemie*), *bei : an/zum* (z. B. *bei : an der Kassa, beim : zum Fenster hinausschauen, beim : zum Hals heraushängen*), *über : auf* (z. B. *über : auf Antrag, über : auf Ersuchen, über : auf Wunsch*), *um : für* (z. B. *um : für 10 € kaufen, um : für eine Million verkaufen, um : für diesen Lohn arbeiten*), *um* als Grundmarker (z. B. *um die : wegen der Zeitung gehen, jemanden um : wegen der Milch schicken*), *um* in Verbindung mit bestimmten Wörtern (z. B. *froh um : über etwas sein, ansuchen um : ø etwas erbitten*), *zu : an* (z. B. *zu : an Weihnachten, zu : an Ostern, zu : an Pfingsten*), *zum : an* (z. B. *sich zum : an den Tisch setzen, zum : ans Fenster rücken*) (vgl. EBNER 2008: 45–46, MUHR 1995a: 223–225)
- e) Verschiedene Verbrektion; z. B. *an/auf : an erinnern, auf : ø den Geburtstag vergessen*
- f) Abfolge 3-1-2 (Vollverb-Auxiliar-Modalverb) der verbalen Teile in Drei-Verb-Clustern des Nebensatzes; z. B. (...) *dass er auch kommen hat sollen : (...) dass er auch hat kommen sollen* (vgl. WIESINGER ²2008: 14)
- g) Verstärkter Gebrauch des Reflexivpronomens *sich*; z. B. *sich : ø lohnen, sich : ø erwarten, sich : ø niederknien, sich ausgehen : reichen/passen, sich spießen : klemmen/nicht vorangehen* (vgl. MUHR 1995a: 227)

4.2.4 Orthographie

Seit der Rechtsschreibreform 1996/2006 gibt es keine beträchtlichen Unterschiede in der Orthographie. Vereinzelt kann man folgendes als Besonderheiten des österreichischen Deutsch feststellen:

- a) Schreibvariation; *Geschoß* : *Geschoss*, *Gulyás/Gulasch* : *Gulasch*, *Kücken* : *Küken*, *Schleuße/Schleuse* : *Schleuse*, *Spass/Spaß* : *Spaß*, *Szepter* : *Zepter*, *Tunnell/Tunnel* : *Tunnel*, *Verließ/Verlies* : *Verlies* (vgl. EBNER 2008: 39, WIESINGER 2008: 12)
- b) Sprachsystem bedingte Unterschiede; *Früh* (Substantiv) als Bezeichnung einer Tageszeit (i. S. v. ‘Morgen’; z. B. *heute Früh* : *heute Morgen*, *in der Früh* : *am Morgen*) ≠ *früh* (Adjektiv), *abendessen* bzw. *mittagessen* (als zusammengesetztes Verb; z. B. *ich gehe abendessen* : *ich gehe zu Abend essen*, *ich habe mittaggegessen* : *ich habe zu Mittag gegessen*) (vgl. EBNER 2008: 39)

4.2.5 Pragmatik

Einige Unterschiede zwischen dem österreichischen und bundesdeutschen Deutsch zeigen sich ebenfalls auf der pragmatischen Ebene. In MUHR (vgl. 1995a: 231–233) werden neben den unten aufgelisteten pragmatischen Merkmalen noch weitere angeführt, die jedoch mit Distanz zu betrachten sind. Insbesondere einige aus dem Bereich des Entschuldigungs-, Bitten- und Aufforderungsverhalten scheinen sehr ideologisch und damit umstritten zu sein, daher finden sie auch keine Erwähnung in der vorliegenden Arbeit.

- a) Stark ausgeprägte „innere Mehrsprachigkeit“ (aktiver Gebrauch mehrerer Varietäten des Deutschen, meist zumindest österreichischer Standard, Dialekt, bundesdeutscher Standard) und deren kreative, situativ determinierte Verwendung
- b) Weglassung des Nachnamen beim Grüßen und bei der Anrede; z. B. *Grüß Gott* *ø* ! : *Guten Tag, Frau Mayer!*
- c) Frequente Anrede mit Berufsbezeichnungen, Titeln und akademischen Graden bzw. gar nur mit Titeln (Übertragung des Berufstitels des Ehemannes auf die Ehefrau veraltend); z. B. *Herr Direktor/Minister/Hofrat/Aktuar/Referendar/Kommerzialrat/Obmann/Professor/Doktor/Magister (Sonntagbauer)* : *Herr Sonntagbauer* (vgl. WIESINGER 2008: 16–17)
- d) Teilweiser Gebrauch der – gesetzlich abgeschafften – Adelstitel; z. B. *Graf von Khevenhüller, Gräfin von Thun und Hohenstein*
- e) Gruß- und Verabschiedungsformeln (kontextbedingte und z. T. regionale Variation):

- i. allgemein formell: *Grüß Gott, (Guten) Tag* (insbesondere in Wien), *Grüß Sie*
 - ii. allgemein je nach Tageszeit: *(Guten) Morgen/Abend*
 - iii. informell: *Servus, Grüß dich, Hallo, Hi*
 - iv. zu Mittag: *Mahlzeit*
 - v. allgemein formell: *(Auf) Wiedersehen / -schauen*
 - vi. informell allgemein: *Ciao, Tschau, Tschüss*
 - vii. informell dialektal: *Baba(tschi), Pfiat di*
- f) Sprechaktrealisierungsverhalten – Gegenüberstellung von gesprächssteuernden Faktoren; „Personalisierung“, „Hierarchisierung“, „Harmonieerhaltung“, „Gesichtsbewahrung“, „Situationshandeln“, „Normenambivalenz“, „Wirklichkeitsmanipulation“, „Humor“ : „Sachbezogenheit“, „persönliche Leistung“, „Prinzipienhandeln“, „Normentreue“, „Konstanz“, „Wirklichkeitsüberhöhung“, „Ernsthaftigkeit“ (vgl. MUHR 1995a: 230–231)
- g) Beginn der Sätze mit einer Einleitung wie *Es ist so, dass..., Ich bin der Meinung, dass...* anstatt gleich mit dem Subjekt (vgl. EBNER 2009: 474)

5 Untersuchungsdesign

Die im Rahmen der Masterarbeit durchgeführte Untersuchung setzt sich zum Ziel, die Sprache der Austrian Airlines anhand ihrer Onlineplattform in Hinblick auf das österreichische Deutsch als eine der drei Standardvarietäten des Deutschen zu erheben, zu erschließen und zu analysieren. Dies passiert auf der Grundlage von ausgewählten, repräsentativen Phänomenen, die großteils dem Kapitel 4.2 des theoretischen Teils entnommen werden können. Abgesehen vom auf schriftlicher Basis nicht zu untersuchenden phonetisch-phonologischen Bereich werden alle behandelten systemlinguistischen Ebenen, d. h. Lexik, Grammatik, Orthographie und Pragmatik, in die Studie mit einbezogen. Der im erwähnten Kapitel dargelegte Phänomenkatalog orientiert sich erstens an der Forschungsliteratur zu Besonderheiten des österreichischen Deutsch und zweitens an den aktuellen Wörterbüchern, die das Phänomen der („nationalen“) Sprachvariation nicht außer Acht lassen.

Das einer ausführlichen Analyse zu unterziehende Sprachmaterial wurde innerhalb von zwei zweiwöchigen Perioden erhoben, und zwar vom 5.–18. Mai 2014 und vom 4.–17. August 2014. In dieser Zeit wurden vollständig folgende Webseiten untersucht, die gemeinsam die Homepage des österreichischen Flugunternehmens Austrian Airlines bilden:

- a) Austrian Airlines. Austria. URL: http://www.austrian.com/?sc_lang=de&cc=AT
- b) Austrian Airlines – Eventangebot. URL: <https://secure.austrian.com/werftfuehrungen/Default.aspx>
- c) Austrian Airlines Group. URL: <http://www.austrianairlines.ag/>
- d) Austrian Training. URL: http://www.austriantraining.com/?sc_lang=de
- e) Austrian myHoliday. URL: <http://myholiday.austrian.com/>

Der Gesamtkorpus beträgt 41 A4-Seiten (Schriftart: Calibri, Schriftgröße: 11 pt) inkl. vollständiger Zitate und URL-Nachweise. Alle eruierten Belege für den spezifisch österreichischen Sprachgebrauch bzw. erhebliche Abweichungen davon wurden zunächst einer der vier mitberücksichtigten Systemebenen zugeordnet und anschließend je nach Spezifität eines sprachlichen Phänomens quantitativ (in

erster Linie) und/oder qualitativ ausgewertet und analysiert (hierfür wurde zu-
meist auf eine tabellarische oder grafische Darstellung zurückgegriffen), freilich
unter einem variationslinguistischen Blickwinkel. Dafür wurden einerseits die
bereits bei der Erstellung des Phänomenkatalogs verwendeten Publikationen (s.
genaue Verweise bei einzelnen besprochenen sprachlichen Erscheinungen) ver-
wendet sowie andererseits die Ergebnisse der Google-Recherche und nicht zuletzt
die Mitschriften wie PowerPoint-Folien aus der von MICHAEL GLAUNINGER im
Wintersemester 2011/2012 auf der Universität Wien gehaltenen VO+KO „Sprache
in Österreich“ herangezogen. Für die statistischen Rechnungen wie auch die Er-
stellung der Grafiken, die auf die Veranschaulichung der Ergebnisse zu untersuch-
ten Phänomenen abzielt, ist Microsoft Excel 2010 zur Anwendung gekommen.

6 Untersuchungsergebnisse

Die im Weiteren ausführlich dargestellten Ergebnisse der durchgeführten Studie können in vier große linguistische Gebiete eingeteilt werden, nämlich: Lexik, Grammatik, Rechtsschreibung und Pragmatik.

6.1 Lexik

Das regional bedingte Vokabular ist für LeserInnen einer Internetseite, sprich größtenteils linguistische Laien, das offenkundigste Teilgebiet einer natürlichen Sprache in Bezug auf deren (potenzielle) Plurizentrität. Sollte somit der „nationale“ Charakter der veröffentlichten Inhalte für Austrian Airlines von Relevanz sein, wäre der zielbewusste und -strebige Einsatz der Austriaismen zu erwarten. Wie die unten präsentierten Ergebnisse der lexikologischen Untersuchung zeigen, lassen sich auf der Austrian Airlines-Homepage Belege für fast alle in 4.2.2 genannten Kategorien des österreichischen Wortschatzes finden. An vielen Stellen treten sie jedoch parallel zu bundesdeutschen bzw. gemeindeutschen Varianten auf, weswegen nur begrenzt von der Einheitlichkeit und Regularität beim Gebrauch der spezifisch österreichischen Lexik zu sprechen ist.

Der erhobene Korpus wurde nach seinem „österreichischen Charakter“ mithilfe vierer wissenschaftlicher Wörterbücher überprüft, das sind: „Österreichisches Wörterbuch“ (422012) (ÖWB), „Duden. Wie sagt man in Österreich? Wörterbuch des österreichischen Deutsch“ (EBNER 2009) (DUDÖ), „Variantenwörterbuch des Deutschen. Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol“ (AMMON [u. a.] 2004) (VWB) und „Duden online“ (URL: <http://www.duden.de/woerterbuch>) (DUDon). Sollten die Belege in mindestens zwei Wörterbüchern nicht als Austriaismen verzeichnet werden bzw. im Falle des ÖWBs gar nicht lemmatisiert werden, wurden als stützende Quellen „dtv-Atlas Deutsche Sprache“ (KÖNIG 172011) (ADS), „Atlas zur deutschen Alltagssprache“ (ELSPAß/MÖLLER 2003ff.a; URL: <http://www.atlas-alltagssprache.de/>) (AdA) oder die Analyse der Google-Ergebnisse für die Domains mit den Länderkürzeln *.at, *.de und *.ch herangezogen.

Insgesamt findet man auf der Austrian Airlines-Homepage 110 Belege für den Gebrauch des spezifisch österreichischen Wortschatzes. Diese – kritisch betrachtet nicht allzu hohe – Anzahl setzt sich aus 44 unterschiedlich frequent vorkommenden Wörtern zusammen. Die meisten davon – fast zwei Drittel – sind nach der in WIESINGER (vgl. ²2008: 15–16) vollzogenen Klassifizierung der Kategorie des gesamtösterreichischen Vokabulars zuzuweisen. 22 belegte Wörter weisen einen fremdsprachlichen Einfluss auf. Am häufigsten (47,6 %) sind sie lateinischen Ursprungs.

6.1.1 Areale Klassifikation

Der im Zuge der lexikologischen Analyse der Austrian Airlines-Homepage erhobene österreichische Wortschatz lässt sich vier von sechs von WIESINGER (vgl. ²2008: 15–16) vorgeschlagenen Arealgruppen zuordnen. Es konnten weder Wörter, die für regional beschränkte Einrichtungen, Gegenstände und Vorgänge stehen, noch Bezeichnungen, die zwar im gesamten deutschsprachigen Raum verwendet werden, allerdings in Österreich eine eigene oder zusätzliche Bedeutung haben, nachgewiesen werden.

Die eruierten Wörter werden im Weiteren in einer tabellarischen Form dargestellt. Die Verzeichnisse unterrichten der Reihe nach darüber, erstens: wie frequent ein erhobenes Wort in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage vorkommt, zweitens: wie weit verbreitet es in Österreich bzw. im gesamten deutschsprachigen Raum ist, drittens: welche areale Varianten es aufweist, viertens: welche Bedeutung es trägt und schließlich fünftens: in welchen der o. g. analysierten Wörterbücher es lemmatisiert ist. Erklärungen für die dabei eingesetzten Abkürzungen sind dem Abkürzungsverzeichnis zu entnehmen. Die bei einigen Lemmata in Bezug auf Deutschland und die Schweiz enthaltenen zeitlichen Angaben wie „veraltet“ und „veraltend“ werden in dieser Arbeit nicht ignoriert, dennoch genügen sie nicht, um ein eruiertes – spezifisch österreichisches – Wort nicht als Austriazismus zu betrachten.

6.1.1.1 Oberdeutscher Wortschatz

WIESINGERS (vgl. ²2008: 15) erste Kategorie „oberdeutscher Wortschatz“ muss für Zwecke der vorliegenden Arbeit unterteilt werden, weil nicht alle neun (20,5 % Belege) über Österreich hinaus verwendeten oberdeutschen Ausdrücke zugleich in

Süddeutschland und der Schweiz Gebrauch finden. Dies trifft nur auf drei in der Tab. 1 aufgelistete Wörter zu, und zwar *annullieren*, *Annullierung*, *heuer*. Besonders häufig greifen RedakteurInnen der Austrian Airlines-Webseite zum Substantiv *Annullierung*, das sich im oberdeutschen Sprachraum als Variante zum gemeindeutschen *Stornierung* etabliert hat. Die Frequenz ist vermutlich auf die hohe Anzahl der normativen Texte wie Storno-, Vertrags- und Allgemeine Geschäftsbedingungen zurückzuführen.

Drei Wörterbücher – DUBÖ, VWB, DUDon (das ÖWB verzichtet generell auf diatopische Angaben) – verbinden das Adverb *heuer* nicht nur mit Österreich und Süddeutschland, sondern auch mit der Schweiz, wobei wie die Ergebnisse einerseits des „Atlas zur deutschen Alltagssprache“ und andererseits der durchgeführten Google-Analyse (12.700.000 *.at-Seiten : 1.530.000 *.de-Seiten : 444.000 *.ch-Seiten) zeigen, ist die Verwendung von *heuer* in der Schweiz verhältnismäßig gering und lediglich als regional zu definieren. Nach ELSPAß/MÖLLER (vgl. 2003ff.b) ist die oberdeutsche Bezeichnung für ‘dieses Jahr’ v. a. in den südlich gelegenen Gebieten der Deutschschweiz bekannt. Somit könnte das Wort *heuer* auch der Tab. 3 zugeordnet werden. Da es aber in allen drei Lexika als ebenso in der Schweiz gängig verzeichnet wird, wird diese Angabe in der vorliegenden Arbeit beibehalten. Die Frage nach der arealen Verbreitung von *heuer* bedarf allerdings weiterführender Studien.

Tab. 1: Allgemein verwendetes oberdeutsches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage

Wort	Beleganz.	Areal	Varianten	Bedeutung	ÖWB	DUDÖ	VWB	DUDon
<i>annullieren</i>	1	A, CH, Ds	a) <i>stornieren</i> ; b) <i>nichtig erklären</i>	a) ‘stornieren, absagen’; b) ‘nichtig erklären’	+	+	-	+
<i>Annullierung</i>	7	A, CH, Ds	A, D: <i>Stornierung</i> , CH: <i>Annullation</i>	a) ‘Stornierung, Streichung’; b) ‘Ungültigkeitserklärung’	+	+	+	+
<i>heuer</i>	3	A, Ds, CH	<i>in diesem Jahr</i>	‘in diesem Jahr, dieses Jahr’	+	+	+	+

Semantische und diatopische Angaben nach AMMON [u. a.] (2004), EBNER (2009)

In Österreich und der Schweiz werden *Matura*, *retour* und *Spital* verwendet (s. Tab. 2). Die zwei letzten Ausdrücke gelten in Deutschland als veraltend bzw.

veraltet. Das österreichweit verbreitete Wort für ‘Reifeprüfung’ *Matura* tritt in der Schweiz als Nebenform zum häufiger benützten *Matur* auf.

Tab. 2: In Österreich und der Schweiz verwendetes oberdeutsches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage

Wort	Beleganz.	Areal	Varianten	Bedeutung	ÖWB	DUDÖ	VWB	DUDon
<i>Matura</i>	1	A, CH	A, D: <i>Reifeprüfung</i> , CH: <i>Matur</i> , <i>Maturität</i> , D: <i>Abitur</i>	‘Prüfung bzw. Schulabschluss zur Erlangung der Hochschulreife’	+	+	+	+
<i>retour</i>	2	A, CH, vld.: D	<i>zurück</i>	‘zurück’	+	+	+	+
<i>Spital</i>	2	A, CH, vlt.: D	A, D: <i>Krankenhaus</i>	‘Gebäude, in dem Kranke und Verletzte stationär oder ambulant behandelt werden, Klinik’	+	+	+	+

Semantische und diatopische Angaben nach AMMON [u. a.] (2004), EBNER (2009)

Drei weitere Wörter – *einheben*, *Nockerl(n)* und *Strudel* (s. Tab. 3) – finden neben in Österreich auch in Süddeutschland Verwendung. *Strudel* ist zudem in Ostdeutschland gebräuchlich. Das Verb *einheben* i. S. v. ‘eine Gebühr einziehen’ wird von TexterInnen der Austrian Airlines-Webseite durchaus regulär eingesetzt, insbesondere in Verbindung mit einer Ticket-Service- und Umbuchungsgebühr wie auch jeglichen anfallenden Taxen, Zuschlägen und Abgaben.

Tab. 3: In Österreich und Süd-/ (Ost)deutschland verwendetes oberdeutsches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage

Wort	Beleganz.	Areal	Varianten	Bedeutung	ÖWB	DUDÖ	VWB	DUDon
<i>einheben</i>	6	A, Ds	CH, D: <i>erheben</i>	‘einziehen, eintreiben, einkassieren (besonders von Steuern, Gebühren, Beiträgen)’; gemeindt.: ‘in die Haltevorrichtung einrasten lassen’	+	+	+	+
<i>Nockerl(n)</i>	3	A, Ds	a) A, Ds: <i>Spätzle</i> , Aw, Ds, Do: <i>Spatzeln</i> , CH: <i>Knöpfli</i> , <i>Spätzli</i> ; b) D: <i>Klößchen</i>	a) ‘kleines, längliches Teigstück als Suppeneinlage oder Beilage’; b) ‘in Wasser gekochtes kleines Teigstück aus festem Mehnteig als Beilage oder Hauptspeise’; c) ‘Süßspeise in ovaler Form aus festem Mehnteig, mit dem Löffel gestochen’	+	+	+	+
<i>Strudel</i>	1	A, Ds, Do		‘Speise aus auseinandergezogenem Hefeteig, Mürbteig etc., der zusammengerollt und mit geschnittenen Äpfeln, Mohn, Nüssen, Marmelade, Fleisch, Topfen etc. gefüllt wird’; gemeindt.: ‘kreisende Strömung in einem Gewässer’	+	+	+	+

Semantische und diatopische Angaben nach AMMON [u. a.] (2004), EBNER (2009)

6.1.1.2 Bairisch-österreichischer Wortschatz

Die unten dargestellte Tab. 4 umfasst das im Rahmen der Untersuchung der Austrian Airlines-Homepage eruierte Vokabular (vier Wörter), das in der gesamten bairischen Sprachlandschaft, d. h. im bairischen Österreich und großteils im deutschländischen Bundesland Bayern, zur Anwendung kommt. Das Wort *Topfen* wird in seiner zweiten Bedeutung ‘Unsinn, Misslungenes, Stümperhaftes’ lediglich in Österreich verwendet und hat einen umgangssprachlichen wie saloppen Charakter. Das Adjektiv *heurig* gehört laut dem DUDon ebenfalls zum Wortschatz des Schweizerdeutschen. Da jedoch zum einen weder der DUDÖ noch das VWB darauf hinweisen und zum anderen die Analyse der Anzahl der Google-Ergebnisse ergibt, dass es im Vergleich zu Österreich mindestens fünfzehnmal weniger Schweizer

Internetseiten gibt, die das Adjektiv *heurig* beinhalten, wird im Folgenden auf diese areale Angabe verzichtet.

Tab. 4: In Österreich und Freistaat Bayern (Deutschland) verwendetes bairisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage

Wort	Beleganz.	Areal	Varianten	Bedeutung	ÖWB	DUDÖ	VWB	DUDon
<i>heurig</i>	2	A, DB	a) <i>diesjährig</i>	a) 'diesjährig, aus diesem Jahr'; b) 'aus der letzten Ernte stammend'	+	+	+	+
<i>Tafelspitz</i>	1	A, DB	b) Dmw, Dsw: <i>Hüftdeckel</i> , Ds: <i>Rosenspitz</i>	a) 'Rindfleisch von der Hüfte, äußerstes Ende vom Rinderschwanzstück'; b) 'Gericht aus Rindfleisch, das gekocht in der Suppe zum Tisch kommt'	+	+	+	+
<i>Topfen</i>	2	a) A, DB; b) A	a) Aw, Aso, Ds: <i>Schotten</i> , CH, D: <i>Quark</i> , Do: <i>Weißkäse</i> ; b) A: <i>Holler</i> , <i>Quargel</i> , <i>Schas</i> , CH: <i>Gugus</i> , <i>Hafenkäse</i> , <i>Kabis</i> , CH, D: <i>Käse</i> , <i>Mumpitz</i> , <i>Quark</i> , D: <i>Blech</i> , <i>Fez</i> , <i>Kokolores</i> , <i>Schnickschnack</i> , Dmw: <i>Kappes</i> , Dn, Dm: <i>Kohl</i>	a) 'cremige Masse aus saurer Milch'; b) (ugs.) 'Unsinn, Misslungenes, Stümperhaftes'	+	+	+	+
<i>Topfenstrudel</i>	1	A, DB		'mit Topfen gefüllter Strudel'	+	+	+	+

Semantische und diatopische Angaben nach AMMON [u. a.] (2004), EBNER (2009)

6.1.1.3 Gesamtösterreichischer Wortschatz

Die im Folgenden in Tab. 5 zusammengestellte Liste der 29 gesamtösterreichischen Ausdrücke, die in anderen deutschsprachigen Ländern nicht verwendet werden und zum großen Teil auch unbekannt sind, dominieren Wörter aus zwei Themenbereichen: Verwaltung und Küche (jeweils zwölf Belege).

Zu der ersten Gruppe, die politische, verwaltungstechnische, amtliche, rechtliche und schultechnische Terminologie umfasst, kann man folgende Wörter zuordnen: *ansuchen*, *Arbeitsmarktservice* (abgekürzt: *AMS*), *beheben*, *Jänner*, *Kassa*,

lukrieren, *MaturantIn*, *Maturareise*, *refundierbar*, *refundieren*, *Refundierung* und *Stornospesen*. Sehr häufig (23 Belege) und zugleich durchgehend einheitlich ist die österreichische Bezeichnung für den ‘ersten Monat des Jahres’ *Jänner* vertreten. RedakteurInnen der auf der Homepage der Austrian Airlines veröffentlichten Inhalte, insbesondere der Informations- und Rechtstexte, die die Fälle einer Flugannullierung seitens der Fluggesellschaft oder der Nichtnutzung eines Tickets seitens seines Erwerbers bzw. seiner Erwerberin regulieren, greifen öfters zu der aus dem lt. *refundere* ‘zurückgießen’ abgeleiteten Wortfamilie mit dem Konfix {Refund-} (insgesamt 20 Belege für *refundierbar*, *refundieren* und *Rufundierung*). Das Wort *Stornospesen* wurde gar nicht in die behandelten Wörterbücher aufgenommen. Die Google-Analyse liefert allerdings die meisten Ergebnisse mit der *.at-Domain (2.300 : 263 : 4), deshalb auch wird die angenommen österreichische Variante zum gemeindeutschen *Stornokosten* in der u. s. Liste verzeichnet.

Die zweite thematische Gruppe bilden wie oben erwähnt kulinarische Begriffe wie *Frittate(n)*, *Gourmetmenü(s)*, *Grießnockerl(n)*, *Kaffeehaus*, *Kaiserschmarr(e)n*, *Marille(n)*, *Melange*, *Rosenmarille(n)*, *Röster*, *Schlag*, *Stelze*, *Surbraten*. Die Bezeichnung *Gourmetmenü* kann in keinem der für die Analyse herangezogenen Wörterbücher nachgeschlagen werden, daher empfiehlt sich wie bei ein paar anderen Wörtern ein Vergleich der Gebrauchshäufigkeit auf den Homepages des jeweiligen deutschsprachigen Landes. Aus der hohen Frequenz auf den österreichischen Webseiten (32.900 : 20.100 : 13.800) lässt sich schlussfolgern, dass es sich um einen spezifisch österreichischen oder zumindest einen in Österreich weitverbreiteten Begriff handelt.

Das Wort *Marillen* befindet sich auch auf der breit kommentierten offiziellen EU-Liste der 23 Austriazismen, die als integraler Bestandteil des österreichischen Beitrittsvertrags noch vor der EU-Volksabstimmung im Frühjahr 1994 zusammengestellt und ausverhandelt wurde. Das s. g. „Protokoll Nr. 10 über die Verwendung österreichischer Ausdrücke der deutschen Sprache im Rahmen der Europäischen Union“ (vgl. „Beachtung österreichischer Ausdrücke“ 1994) beschränkt sich lediglich auf landwirtschaftliche Ausdrücke, weil

eine Verankerung von in der österreichischen Rechtsordnung enthaltenen, spezifischen Ausdrücken nur hinsichtlich jener Rechtssprache erforderlich gewesen sei, die in EG-Verordnungen zur Anwendung käme. Und so seien diese Ausdrücke eben vornehmlich im Bereich der gemeinsamen Agrarpolitik vorzufinden. (CILLIA 1997: 242)

Voraussetzung für die Aufnahme in den „Katalog der Austriazismen“ war einerseits ein bundesdeutsches Gegenstück im geltenden EU-Recht und andererseits die Tatsache, dass es sich nicht „bloß um regionale oder mundartliche Begriffe“ gehandelt hat und ein „offizieller Charakter des Begriffes in Österreich durch Rechtstexte nachgewiesen werden konnte“ („Regierungsvorlage zum EU-Beitrittsvertrag vom 7. Nov. 1994“ 1994: 430). In diesem Zusammenhang scheint es umstritten zu sein, dass zwei weitere erhobene Bezeichnungen *Ribisel* und *Topfen* ebenso im Protokoll Nr. 10 enthalten sind, obwohl sie – entsprechend – entweder nicht in ganz Österreich oder auch außerhalb Österreichs im zu Deutschland gehörenden Freistaat Bayern gebraucht werden (aus diesem Grunde werden sie in der vorliegenden Arbeit in anderen Unterkapiteln behandelt). Gerade die areale Zugehörigkeit der in den EU-Katalog der Austriazismen aufgenommenen Ausdrücke bildet einen der Hauptkritikpunkte an dem Dokument.

Wie WIESINGER (2008: 15) in seiner Abhandlung zum gesamtösterreichischen Vokabular beobachtet, hat man bei *Marille* und *Trafik* (ähnlich wie bei *Tischler*, *Schultasche*, *Jause*, *Karfiol*, *Obers*, *sich verkühlen*) mit einem Wortschatz zu tun, der „sich, zum Teil erst in den letzten Jahrzehnten, von der Bundeshauptstadt Wien aus durchgesetzt [hat – MM] [...] und sich deutlich vom angrenzenden Bayern abhebt.“

Tab. 5: Österreichweit verwendetes spezifisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage

Wort	Beleganz.	Areal	Varianten	Bedeutung	ÖWB	DUDÖ	VWB	DUDon
<i>ansuchen</i>	2	A; b) auch vlt.: CH, D	a) <i>beantragen</i> ; b) <i>förmlich bitten</i>	a) ‘ein Gesuch, einen Antrag einreichen, beantragen’; b) ‘förmlich bitten’	+	+	+	+

Arbeitsmarktservice (AMS)	2	A	CH: Regionales Arbeitsvermittlungszentrum, D: Bundesagentur für Arbeit	‘Arbeitsamt’	+	+	+	+
Bankomat	1	A	CH: Bancomat, Postomat, D: Bankautomat, Geldautomat	‘Automat, an dem man mittels Chipkarte und Code Bargeld beziehen kann’	+	+	+	+
beheben	1	A	a) abheben; b) abholen	a) ‘(Geld) abheben’; b) ‘(Post, Unterlagen etc.) bei einem Amt oder Büro abholen’; gemeindt.: ‘etwas wieder in Ordnung bringen’	+	+	+	+
Frittate(n)	1	A	Aw, Dsw: Flädle, CH: Flädli	‘nudelig geschnittener dünner Palatschinken als Suppeneinlage’	+	+	+	+
Geldtasche	1	A	A: Geldbörse, CH, D: Portemonnaie, D: Geldbeutel, Portmonee	‘kleines Behältnis aus Leder, Stoff- oder Plastikgewebe für Geld und auch Ausweise’	+	+	+	-
Gourmetmenü(s)	1	A		‘aus mehreren Gängen bestehende besondere Mahlzeit, Spezialitäten des Hauses’	-	-	-	-
Grießnockerl(n)	1	A	D: Grießklößchen	‘Nockerln aus Grieß’	+	+	-	+
Jänner	23	A	CH, D: Januar	‘erster Monat des Kalenderjahres’	+	+	+	+
Kaffeehaus	1	A	Café	‘Café (nach charakteristischer Wiener Prägung)’	+	+	+	+
Kaiserschmarr(e)n	1	A, bek.: D		‘Speise aus Omelettteig, der zerkleinert und mit Zucker bestreut wird, oft mit Rosinen’	+	+	+	+
Kassa	1	A, vlt.: CH	a), b) CH, D: Kasse	a) ‘verschließbares Geldbehälter’; b) ‘(Bereich der) Registriergeräte in Geschäften, Ticketschalter im Kino, Theater, in Sporteinrichtungen etc.’; c) ‘zur Verfügung stehendes Geld, Einnahmen, Kasse’; d) ‘(kurz für) Krankenkassa, Raiffeisenkassa, (Post)sparkassa’	+	+	+	+
lukrieren	1	A; a) auch vlt.: D		a) ‘Gewinn erzielen, den Gewinn von etwas einstreifen’; b) ‘bezahlt oder angerechnet bekommen’; c) ‘als Erfolg verbuchen, erreichen, erzielen’	+	+	+	+

<i>Marille(n)</i>	1	A	CH, D: <i>Aprikose</i>	‘orangenfarbenes, samtiges Steinobst mit braunem, glattem Kern’	+	+	+	+
<i>MaturantIn</i>	3	A	CH: <i>MaturandIn</i> , D: <i>AbiturientIn</i>	‘Person, die die Matura abgelegt hat oder sich darauf vorbereitet’	+	+	+	+
<i>Maturareise</i>	1	A	D: <i>Abireise</i>	‘SchülerInnenabschlussfahrt nach der bestandenen Matura’	+	+	+	-
<i>Melange</i>	1	A; b) auch D	a) CH: <i>Café, Schale</i>	a) ‘Kaffeesorte: mit Milch aufgeschäumter kleiner Mokka, Milchkaffee’; b) ‘Mischung, Gemisch’	+	+	+	+
<i>Nächtigung</i>	1	A	CH: <i>Logiernacht</i>	‘Übernachtung in einem Hotel, Gasthaus, einer Pension etc., Unterkunft’	+	+	+	+
<i>Offert</i>	1	A	A: <i>Anbot</i> , CH: <i>Offerte</i>	‘(Kauf)angebot, Kostenvorschlag’	+	-	+	+
<i>refundierbar</i>	5	A	<i>erstattbar</i>	‘erstattbar, rückzahlbar’	-	-	-	-
<i>refundieren</i>	9	A, auch vlt.: D	<i>rückvergüten</i>	‘rückerstatten, ersetzen, rückvergüten zurückzahlen’	+	+	+	+
<i>Refundierung</i>	6	A	<i>Rückerstattung</i>	‘Rückerstattung, Rückvergütung, Rückzahlung’	+	-	+	-
<i>Rosenmarille(n)</i>	1	A		‘regionaltypische Sorte der Wachauer Marille’	-	-	-	-
<i>Röster</i>	3	A	A, Ds: <i>Koch</i>	‘gedünstetes Obst, Mus aus Holunderbeeren, Marillen oder Zwetschken’	+	+	+	+
<i>Schlag</i>	1	A; b) auch Ds	a) Ao: <i>Schlagobers</i> , Aw, CH, Ds: <i>Schlagrahm</i> , CH: <i>Nidel, Rahm</i> , D: <i>Sahne, Schlag-sahne</i>	a) ‘steif geschlagener Süßrahm, meist in der Verbindung, z. B. <i>Kaffee mit Schlag</i> ’; b) (kurz für) <i>Brombeerschlag, Himbeerschlag</i> , nicht kultivierte (Wald)lichtung, auf der Beerensträucher wachsen’; andere Bedeutungen gemeint.	+	+	+	+
<i>Stelze</i>	1	A	a) A, Ds: <i>Haxl</i> , CH <i>Wädli</i> , CH, Dm, Ds: <i>Haxe</i> , Dno, Dmw: <i>Hachse</i> b) CH: <i>Gnagi, Wädli</i> , Dn, Dm: <i>Eisbein</i> , Ds: <i>Schweinshaxe</i> , Dno: <i>Spitzbein</i>	a) ‘Unterschenkel von Schwein, Kalb und Lamm’; b) ‘(kurz für) <i>Schweinstelze</i> , eingesalzenes gekochtes oder gebratenes Stück vom Unterschenkel des Schweines’	+	+	+	+

<i>Stornospesen</i>	3	A	<i>Stornokosten, Stornogebühr, Stornierungskosten</i>	‘Kosten aufgrund einer Auftragsstornierung bzw. falsch angegebener Kontodaten beim Überweisungsversuch’	-	-	-	-
<i>Surbraten</i>	1	A		‘Braten aus eingepökelttem Schweinefleisch (Karree)’	+	+	+	-
<i>Trafik</i>	1	A	CH, D: <i>Tabakladen, Tabakwarengeschäft</i>	‘Tabakwaren- und Zeitschriftenhandlung’	+	+	+	+

Semantische und diatopische Angaben nach AMMON [u. a.] (2004), EBNER (2009)

Selbstverständlich würde sich öfters die Möglichkeit ergeben, von Austriaismen Verwendung zu machen. Beim Gebrauch der bundes- bzw. gemeindeutschen Varianten wie z. B. *Beutel* (14 Belege, meist als *Plastik-* und *Sicherheitsbeutel*) und *Streichhölzer* (zwei Belege) sind RedakteurInnen der Austrian Airlines-Webseite jedoch recht konsequent und vermeiden die österreichischen Bezeichnungen *Sackerl* und *Zünder*. Beide Ausdrücke (*Sackerl* auch als Kompositum *Plastiksackerl* etc.) sind in Österreich allgemein gebräuchlich (vgl. AMMON [u. a.] 2004: 111, 649, 902; EBNER 2009: 313, 432).

6.1.1.4 Ostösterreichischer Wortschatz

WIESINGER (vgl. 2008: 15–16) nennt diese Kategorie „ost- und westösterreichischer Wortschatz“. Da aber nur zwei ostösterreichische Ausdrücke – *Einspänner* und *Ribisel(n)* (s. Tab. 6) – und keine westösterreichischen erhoben werden konnten, wird die Überschrift entsprechend angepasst. Das VWB weist darauf hin, dass *Einspänner* vornehmlich in Wien zur Anwendung kommt. Diese Erscheinung wäre auf die traditionelle Wiener Küchensprache zurückzuführen. Beim Wort *Ribisel* divergieren die diatopischen Angaben im DUDÖ und VWB. Das erste Wörterbuch gibt an, dass *Ribisel* in allen Teilen Österreichs außer im Westen des Landes (d. h. laut dem DUDÖ: Tirol und Vorarlberg) gebräuchlich ist, wohingegen das zweite nur Vorarlberg ausschließt. Im Anschluss daran, könnte man WIESINGERS (vgl. 2008: 15–16) areale Spezifizierung erweitern und hierbei von einem zentral- und ostösterreichischen Begriff sprechen.

Tab. 6: In Ostösterreich verwendetes spezifisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage

Wort	Beleganz.	Areal	Varianten	Bedeutung	ÖWB	DUDÖ	VWB	DUDon
<i>Einspanner</i>	1	Ao		a) 'schwarzer Kaffee im Glas mit einer Haube Schlagobers (eine Zubereitungsart im Kaffeehaus)'; b) 'einzelnes Frankfurter Würstchen (von einem Paar)'; gemeindt.: 'Kutsche mit einem Pferd'	+	+	+	+
<i>Ribisel(n)</i>	1	Ao	Aw, CH, D: <i>Johannisbeere</i>	'Johannisbeere [in kleinen Trauben wachsende Beerenfreucht]'	+	+	+	+

Semantische und diatopische Angaben nach AMMON [u. a.] (2004), EBNER (2009)

6.1.2 Fremdworteinflüsse

Der für den Wortschatz des österreichischen Deutsch charakteristische Einfluss der Fremdsprachen hinterlässt seine Spuren auch in den Inhalten der Austrian Airlines-Onlineplattform. Beinahe die Hälfte der erhobenen Ausdrücke (47,7 %) ist fremdsprachlicher Herkunft. In den darauffolgenden Tabellen werden die jeweiligen Angaben zur Wortherkunft – Herkunftssprache, -wortform und -bedeutung – aus allen vier behandelten Wörterbüchern dargestellt. Hat sich die Wortform oder die Semantik eines Worts nach der Entlehnung in das österreichische Deutsch nicht geändert, bleibt die zutreffende Zelle leer. Das Sternchen-Zeichen (*) bei der Sprachinformation deutet darauf hin, dass ein Wort zwar im analysierten Wörterbuch nicht verzeichnet ist oder dieses keine Auskunft über seine Herkunft gibt, seine Etymologie aber anhand zweier zusammengesetzter Konstituenten erschlossen werden kann.

Das Hauptaugenmerk der vorliegenden Studie richtet sich auf historische Entlehnungen. Aus diesem Grund werden gegenwärtige Anglizismen bei dieser Untersuchung übergangen. Es ist jedoch zu betonen, dass die Einwirkung des Englischen auf die heutige Luftfahrtsprache offenkundig scheint. Weiters haben englische Ausdrücke festen Platz in den Werbetexten jeglicher Art, was man auch auf der Homepage der österreichischen Fluggesellschaft beobachten kann.

6.1.2.1 Italienisch

Die meisten in Tab. 7 dargestellten, aus dem Italienischen übernommenen Wörter haben ihre ursprüngliche Bedeutung geändert. Sie sind zwei Bereichen zuzuordnen, und zwar erstens der Küche/Landwirtschaft und zweitens der Finanzwesen. Wie man insbesondere den detaillierten Angaben des DUDons entnehmen kann, wurde die Mehrzahl der Ausdrücke der italienischen Sprache ursprünglich aus dem Lateinischen entlehnt. Das Wort *Ribisel(n)* ist eigentlich arabischen Ursprungs, wurde aber ins österreichische Deutsche über das Italienische übernommen.

Tab. 7: Aus dem Italienischen entlehntes österreichisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage

Wort	ÖWB	DUDÖ	VWB	DUDon	(Letzte) Fremde Wortform	Fremde andere Bedeutung
<i>Bankomat</i>	it.+ gr.	-	-	it. < ger. + fr. < gr.*	<i>banco, banca</i> (+ fr. <i>automate</i>)	‘Tisch des Geldwechslers’
<i>Frittate(n)</i>	it.	it.	it.	it. < lat.	<i>frittata</i>	‘Omelett’
<i>Kassa</i>	lat.- it.	it.	it.	it. < lat.	<i>cassa</i>	‘Behältnis’
<i>Marille(n)</i>	rom.	it.	it. < lat.	it. < lat.	<i>armellino</i>	
<i>Ribisel(n)</i>	arab. -it.	it.	it. < arab.	it. < mlat. < arab.	<i>ribes</i>	
<i>Stornospesen</i>	it.+ it.*	-	-	it.+ it. < lat.*	<i>storno + spese</i>	‘Ablenkung’ + ‘Ausgaben, Aufwände’
<i>Trafik</i>	it.-fr.	it.-fr.	it.	fr. < it.	<i>traffico</i>	‘Handel, Verkehr’

Etymologische und semantische Angaben nach AMMON [u. a.] (2004), „Duden online“, EBNER (2009), „Österreichisches Wörterbuch“ (422012)

6.1.2.2 Französisch

Bei zwei von vier französischstämmigen Wörtern, auf die man im Zuge der Lektüre der Austrian Airlines-Homepage stoßen kann (s. Tab. 8), handelt es sich um kulinarische Bezeichnungen. Ähnlich wie bei davor besprochenen Italianismen wur-

den die meisten Wörter über das Französische aus der lateinischen Sprache übernommen.

Tab. 8: Aus dem Französischen entlehntes österreichisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage

Wort	ÖWB	DUDÖ	VWB	DUDon	Fremde Wortform	Fremde andere Bedeutung
<i>Gourmetmenü(s)</i>	fr.+ fr.	-	-	fr.+ fr. < lat.	<i>gourmet + menu</i>	[gleiche Bedeutung] + 'Detail'
<i>Melange</i>	lat.- fr.	fr.	fr.	fr. < vlat. < lat.	<i>mélange</i>	'Mischung'
<i>Offert</i>	lat.- fr.	-	fr.	-	<i>offert</i> (Part. zu <i>offrir</i>)	'angeboten'
<i>retour</i>	fr.	fr.	fr.	fr.		

Etymologische und semantische Angaben nach AMMON [u. a.] (2004), „Duden online“, EBNER (2009), „Österreichisches Wörterbuch“ (422012)

6.1.2.3 Latein

Fast die Hälfte der eruierten Austriazismen, die einen fremdsprachigen Einfluss aufweisen und in erster Linie als verwaltungstechnische, amtliche und schultechnische Terminologie gekennzeichnet werden können (s. Tab. 9), wurden aus dem Lateinischen – der Amtssprache in Österreich bis zum Anfang des 19. Jh. – übernommen. Einige Ausdrücke haben sich bereits im Mittelhochdeutschen – der älteren Stufe der deutschen Sprache – etabliert.

Tab. 9: Aus dem Lateinischen entlehntes österreichisches Vokabular in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage

Wort	ÖWB	DUDÖ	VWB	DUDon	Fremde Wortform	Fremde andere Bedeutung
<i>annullieren</i>	lat.	lat.	-	spät-lat. < lat.	<i>annullare</i>	'für nichtig erklären'
<i>Annullierung</i>	lat.	lat.	spät-lat. < lat.	-	<i>annullare</i>	'für nichtig erklären'
<i>Jänner</i>	lat.	-	-	mhd. < vlat.	<i>Ienuarius</i>	

<i>lukrieren</i>	lat.	lat.	lat.	lat.	<i>lucrari</i>	‘gewinnen’
<i>Matura</i>	lat.	lat.	lat.	lat.	<i>maturus</i>	‘reif, tauglich’
<i>MaturantIn</i>	lat.	lat.	-	-	<i>maturus</i>	‘reif, tauglich’
<i>Maturareise</i>	lat.	lat.	lat.	-	<i>maturus</i>	‘reif, tauglich’
<i>refundierbar</i>	-	-	-	-	<i>refundere</i>	‘zurückgießen’
<i>refundieren</i>	lat.	lat.	lat.	lat.	<i>refundere</i>	‘zurückgießen’
<i>Refundierung</i>	lat.	-	lat.	-	<i>refundere</i>	‘zurückgießen’
<i>Spital</i>	lat.	lat.	spät-lat.	mhd. < mlat.	<i>hospitale</i>	‘Gastzimmer’

Etymologische und semantische Angaben nach AMMON [u. a.] (2004), „Duden online“, EBNER (2009), „Österreichisches Wörterbuch“ (42012)

6.2 Grammatik

Entgegen der gängigen Meinung lassen sich recht viele Spezifika des österreichischen Deutsch auch im Bereich der Grammatik feststellen, welcher, wie MUHR (vgl. 1995a: 208) beobachtet, von zahlreichen ForscherInnen vernachlässigt und im besten Fall nur oberflächlich behandelt wird. In der vorliegenden Arbeit wird auf folgende Teilgebiete eingegangen: Morphologie und Wortbildung, Genus der Substantive und Syntax.

6.2.1 Morphologie und Wortbildung

Quantitativ gesehen betreffen wahrscheinlich die meisten für das österreichische Deutsch charakteristischen grammatischen Erscheinungen den Bereich der Morphologie und Wortbildung. Im Fokus dieser Masterarbeit stehen die Umlautung vor Affrikate [ts], der Einsatz des Fugenelements -s- in zusammengesetzten Wörtern wie auch Neubildungen ohne direkte Entsprechung in der deutschländischen Standardvarietät des Deutschen.

6.2.1.1 Umlaut

Die Forschungslandschaft ist sich über die Umlautung der Vokale vor der Affrikate [ts] nicht einig. In AMMON [u. a.] (vgl. 2004: 102, 535), EBNER (vgl. 2008: 38) und im „Duden online“ (vgl.) werden Formen wie *benützen*, *BenützerIn* und *nützen* als österreichisches Spezifikum aufgefasst, wohingegen MUHR (1995a: 215) – völlig gegensätzlich – von der s. g. „Umlautvermeidung des Oberdeutschen (besonders vor der Affrikate [ts] und vor [kt])“ spricht. Da auch die in Tab. 10 präsentierten

Ergebnisse der Google-Analyse für die sechs auf der Austrian Airlines-Homepage eruierten Belege mit der Affrikate [ts] darauf hinweisen, dass diese in Österreich generell häufiger umgelauteet werden als in Deutschland und der Schweiz (selbst wenn es auch mehrere österreichische Webseiten mit Varianten ohne Umlaut gibt), wird hier MUHRS (vgl. 1995a: 215) These abgelehnt.

Tab. 10: Verhältnis zwischen den umgelauteeten und nicht umgelauteeten Vertretern der Wortfamilie mit dem Kern N[u/ü]tz in Österreich, Deutschland und der Schweiz (anhand der Anzahl der Google-Ergebnisse, Belege: Austrian Airlines-Homepage)

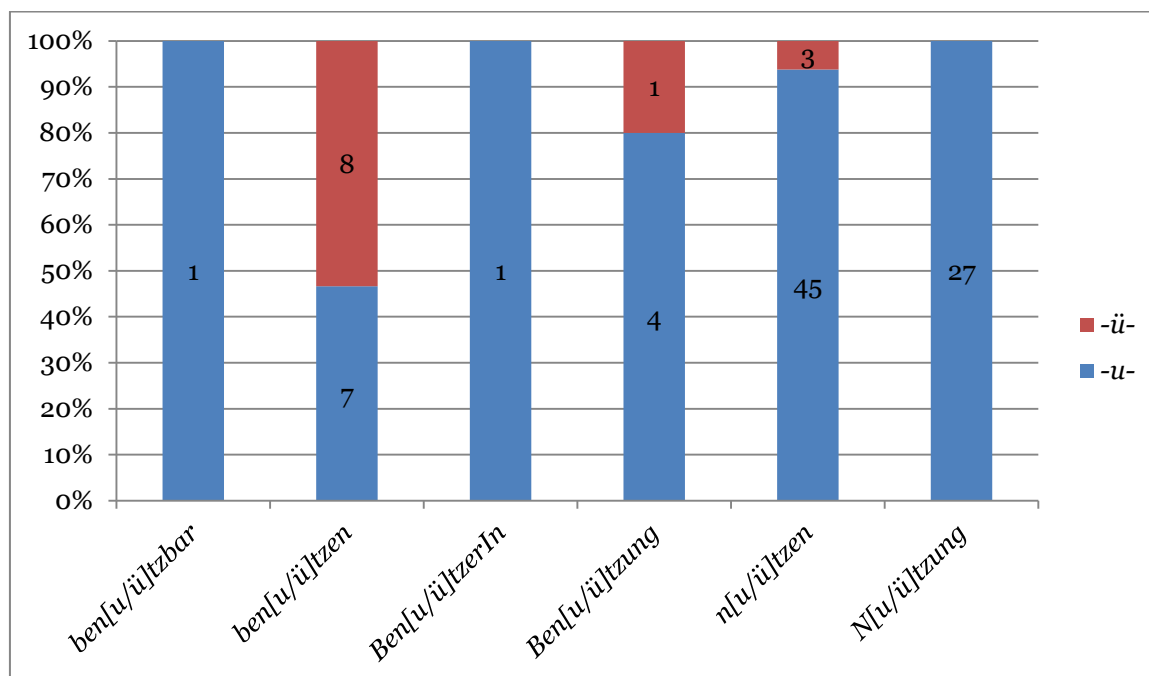
Nicht umgelauteete Variante	Verhältnis	Umgelauteete Variante		
		A	D	CH
<i>benutzbar</i>	1 :	3,0	72,7	3,9
<i>benutzen</i>	1 :	1,7	151,8	2,0
<i>BenutzerIn</i>	1 :	229,4	1.752,0	14,1
<i>Benutzung</i>	1 :	1,4	17,4	2,4
<i>nutzen</i>	1 :	64,3	97,0	95,8
<i>Nutzung</i>	1 :	517,6	2.877,0	634,8

Die umgelauteeten Formen sind als österreichisch, eigentlich oberdeutsch, anzusehen. Sie werden aber nicht den Bezeichnungen ohne Umlaut vorgezogen. Beide morpho-phonologische Varianten koexistieren nebeneinander und variieren im Sprachgebrauch je nach eingesetztem Stil oder nicht selten sogar dem Idiolekt. Als Bestätigung dafür können die Einträge im „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. 422012: 107, 505) herangezogen werden, die weder für die prototypische Schreibung mit dem Umlaut noch jene ohne Umlaut sprechen. Das bei der Darstellung beider Varianten zwischen ihnen gestellte Gleichheitszeichen (=) deutet auf die Gleichwertigkeit umgelauteeter und nicht umgelauteeter Formen hin.

Wie Abb. 7 für die eruierten Mitglieder der Wortfamilie mit dem Kern N[u/ü]tz zu entnehmen ist, dominiert in den Inhalten der Austrian Airlines-Webseite die gemeindeutsche nicht umgelauteete Form -u-. Bei dem Adjektiv *benutzbar* sowie den Substantiven *BenutzerIn* und *Nutzung* wird auf die oberdeutsche Umlautung komplett verzichtet. Nicht mehr als 20,0 % machen die umgelauteeten Varianten zum Substantiv *Benutzung* und Verb *nutzen* aus. Lediglich beim Verb *benutzen*

greifen Austrian Airlines-TexterInnen häufiger zur Form mit Umlaut, wobei für die gemeindeutsche Variante nur ein Beleg weniger erhoben werden konnte.

Abb. 7: Umlaut bei den auf der Austrian-Airlines Homepage erhobenen Vertretern der Wortfamilie mit dem Kern N[u/ü]tz



6.2.1.2 Fugen-s

Die Kompositions-fuge, also die Nahtstelle zwischen den unmittelbaren Konstituenten eines zusammengesetzten Wortes – Kompositums – kann im Deutschen auf eine der folgenden Arten und Weisen gestaltet sein: erstens ohne Veränderung der Konstituenten und ohne Fugenelement (z. B. *FlugbegleiterIn*), zweitens ohne Fugenelement, jedoch mit Elision des auslautenden Vokals *-e* im Erstglied (z. B. *Grenzmenge*), drittens mit Fugenelement (z. B. *Ankunftsflughafen*). Im Deutschen besitzen etwa ein Drittel aller Wortzusammensetzungen in der Kompositions-fuge ein Fugenelement. Die Wahl des Fugenelements ist zum einen von der Wortart des Erstglieds und zum anderen von seiner Laut-, Silben- und Wortbildungsstruktur sowie – bei Substantiven – Flexionsklasse abhängig. Substantivische Komposita, die in diesem Kapitel den Untersuchungsgegenstand bilden, können über folgende Fugenelemente verfügen: *-e-*, *-s-*, *-es-*, *-n-*, *-en-*, *-er-*, *-ens-* und – bei Beteiligung eines Konfixes fremden Ursprungs – *-o-*.

Das Hauptaugenmerk dieses Unterkapitels liegt auf dem nichtsilbischen Fugenelement *-s-*, das in erster Linie die Funktion erfüllt, die Wortgrenze des Erst-

glieds im Kompositum zu markieren. Dieses Phänomen aus dem Bereich der Wortbildung ist für die vorliegende Arbeit insofern interessant, als es sich durch die starke areale Variabilität kennzeichnet (vgl. „Duden. Die Grammatik“ ⁸2009: 712–715).

Nach WIESINGER (vgl. ²2008: 13) wird das Fugen-s in der österreichischen Standardvarietät des Deutschen weitgehend in Zusammensetzungen mit maskulinen und neutralen Erstgliedern bevorzugt. In diesem Falle handelt es sich um ein paradigmatisches Fugenelement. Dieses „tritt homonym zum Genitiv-s der Maskulina und Neutra auf, außerdem bei substantivierten Infinitiven als Erstglied, markiert in diesen Fällen also die Wortart Substantiv ([z. B. – MM] *Essen-s-zeit* [...]), sowie bei komplexen deverbalen Konversionen ([z. B. – MM] *Antrieb-s-energie* [...]).“ („Duden. Die Grammatik“ ⁸2009: 713). Manchmal wird es als „bloßes Fugenzeichen“ (WIESINGER ²2008: 13) – nach dem „Duden. Die Grammatik“ (vgl. ⁸2009: 713) ein unparadigmatisches Fugenelement, das im Flexionsparadigma eines bestimmten Erstglieds nicht enthalten ist – auch auf die Feminina ausgedehnt.

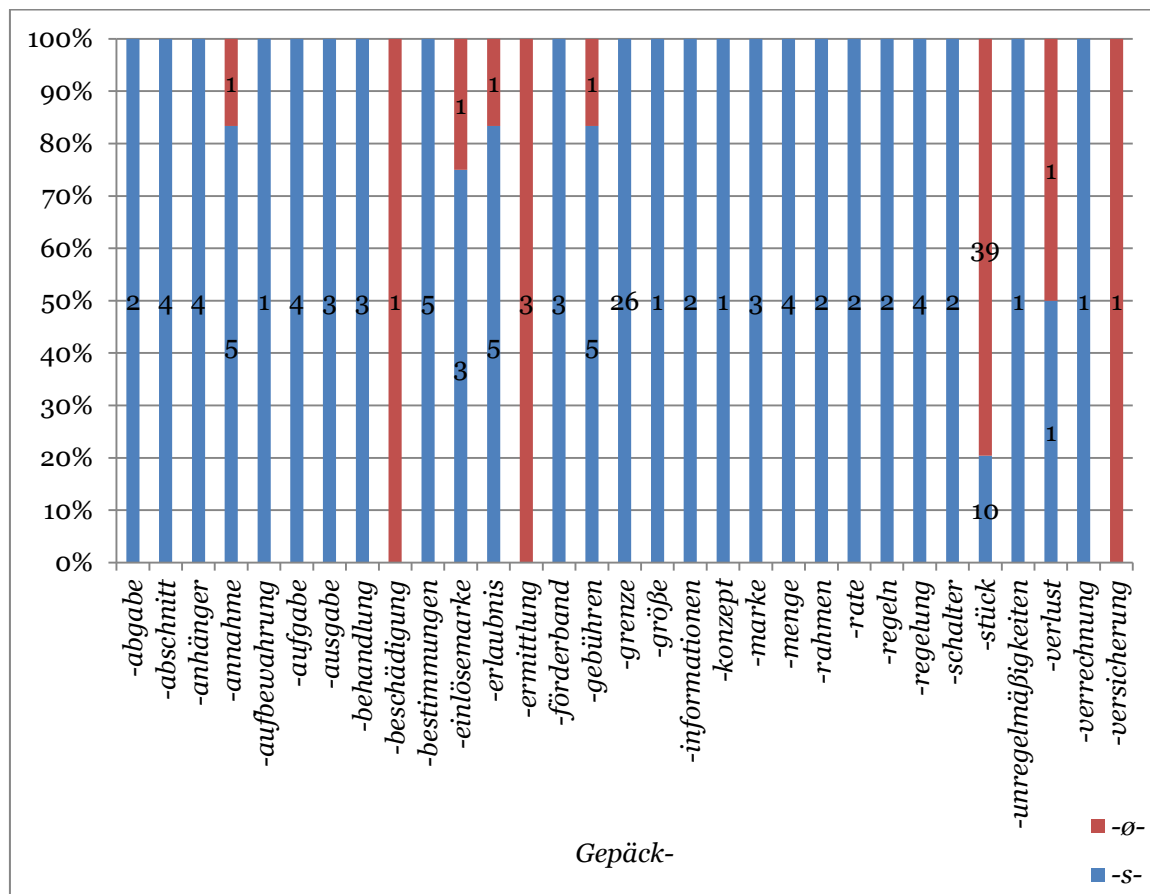
In Süddeutschland und Österreich tritt [...] das Fugen-s öfter reihenhaft auf als im übrigen Sprachraum, so in Komposita mit Maskulina und Neutra im Erstglied wie *Gelenk*, *Gepäck*, *Gesang*, *Magazin*, *Rayon*, *Rind*, *Schwein*, *Spital*, *Unfall*, *Zug* [...]. Hinzu kommen zahlreiche Einzelbeispiele, auch mit femininen Erstgliedern wie *Abbruch-s-arbeit*, *Auslaut-s-bezeichnung*, *Fabrik-s-arbeit*. Nach Erstgliedern auf *-nahme* steht in Österreich immer ein Fugen-s, wobei der Schwaflaut getilgt wird [...]. („Duden. Die Grammatik“ ⁸2009: 715)

EBNER (vgl. 2008: 38) beobachtet zudem, dass das Fugenelement *-s-* im österreichischen Deutsch vornehmlich nach Gaumenlauten [g] <g>, [k] <k>, [x] <ch> gängig ist.

Von den im „Duden. Die Grammatik“ (vgl. ⁸2009: 715) aufgelisteten Wörtern, die als Erstglied eines Kompositums im österreichischen Deutsch meist das Fugen-s evozieren, konnten auf der Austrian Airlines-Homepage Wortzusammensetzungen mit *Gepäck-* und *Spital-* erhoben werden. Besonders häufig tauchen die Komposita mit dem zum branchenspezifischen Vokabular gehörenden Erstglied *Gepäck-* auf (s. Abb. 8). 69,0 % von ihnen weisen in der Kompositionsfuge das Fugenelement *-e-* auf (nur für neun von 31 eruierten Komposita mit dem *Gepäck-* als Erstglied gibt es fugenlose Varianten). Das Ergebnis stimmt mit den Angaben in AMMON [u. a.] (vgl. 2004: 290), EBNER (vgl. 2008: 38), EBNER (vgl. 2009: 144) und

wie bereits erwähnt „Duden. Die Grammatik“ (vgl. ⁸2009: 715) überein, laut denen das Fugen-s in Komposita mit *Gepäck-* als (besonders) österreichisch zu betrachten gilt. Nur in den Zusammensetzungen mit *-beschädigung*, *-ermittlung*, *-stück* und *-versicherung* als Zweitglied wird in den Inhalten der Austrian Airlines-Onlineplattform die fugenlose Variante vorgezogen. Auf diese Tendenz weist das „Österreichische Wörterbuch“ (vgl. ⁴²2012: 283) hin, das Formen wie *Gepäckstück*, *Gepäckversicherung* und außerdem noch *Gepäckaufbewahrung* als prototypisch bezeichnet. Die Varianten *Gepäcksaufgabe* und *Gepäckaufgabe* fungieren im „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. ⁴²2012: 283) als gleichwertig, wobei auf der Austrian Airlines-Homepage ausschließlich die Form mit dem Fugenelement *-s-* zur Anwendung kommt. Interessanterweise tritt das Kompositum mit dem Erstglied *Gepäck-* und dem Zweitglied *-ermittlung* immer ohne Fugen-s auf, während der Flughafen Wien in seinen offiziellen Materialien wie beispielsweise Flughafenplänen die Variante mit dem Fugenelement bevorzugt (vgl. „Flughafen Wien. Flughafenplan“).

Abb. 8: Fugen-s in den eruierten Komposita mit dem Erstglied *Gepäck-*

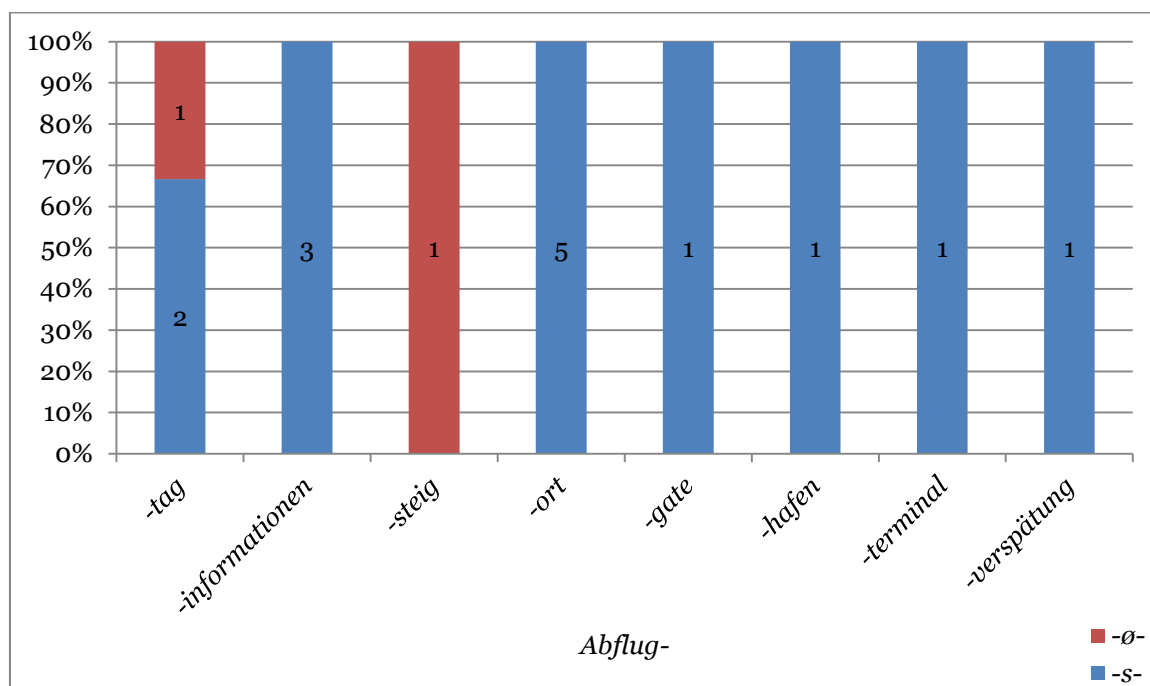


In allen für die Analyse herangezogenen Wörterbüchern, d. h. in AMMON [u. a.] (vgl. 2004: 734), EBNER (vgl. 2009: 350–351), „Duden online“ (vgl.) und im „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. 422012: 661), wie auch im „Duden. Die Grammatik“ (vgl. 82009: 715) und in EBNER (vgl. 2008: 38) wird auf den österreichweiten Einsatz des Fugen-s in Komposita mit *Spital-* hingewiesen. Von dessen Einheitlichkeit und hoher Frequenz dürften die im „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. 422012: 661) enthaltenen Lemmata mit dem Erstglied *Spital-* zeugen. Alle elf aufgenommenen Wörter besitzen das Fugenelement -s-. Auf der Homepage des österreichischen Flugunternehmens stößt man zwar nur auf einen Beleg (*Spitalsaufenthalt*), dieser verfügt aber über das Fugen-s.

EBNERS (vgl. 2008: 38) Feststellung, dass das österreichische Deutsch zum Fugen-s nach -g, -k und -ch im Auslaut des Erstglieds tendiert, bestätigt sich nicht nur bei *Gepäck-*, sondern auch bei *Abflug-*. Wie in Abb. 9 dargestellt, werden bis auf -steig alle Zweitglieder durchwegs mithilfe des Fugenelements -s- mit dem Erstglied verknüpft. Im „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. 422012: 21) ist nur ein einziges Kompositum mit dem Erstglied *Abflug-* lemmatisiert, und zwar *Abflugzeit* (ohne Präfix *ab-* ansonsten *Flughafen* und *Flugsteig*; vgl. „Österreichisches Wörterbuch“ 422012: 251). Es dürfte sich hierbei um eine invariante Wortform handeln, denn es gibt keinen Verweis auf die Variante mit dem Fugen-s. Sollte es reihenhaft auch für andere Zusammensetzungen mit *Abflug-* gelten, wären alle auf der Austrian Airlines-Homepage eruierten Belege aus grammatischer Sicht inkorrekt. Die Onlinerecherche spricht ebenfalls für den Vorzug der fugenlosen Varianten bei Komposita mit dem Erstglied *Abflug-*. Lediglich *Abflugsort* ergibt mehr Treffer als *Abflugort* (Verhältnis für Österreich: 2 : 1). Die aus den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage ersichtliche Tendenz zur Besetzung der Kompositionsfuge mit -s- kann je nach vertretenem Standpunkt entweder als einheitliche und überlegte „Regelung“ für den Einsatz des österreichischen Wortbildungssystems oder als Hyperkorrektur interpretiert werden.

Als mögliche Ursache für die Bevorzugung der fugenlosen Variante in Komposita wie *Abflugsteig* und *Gepäckstück* kann die Lautkombination [ft] am Anfang des Zweitglieds dienen.

Abb. 9: Fugen-s in den eruierten Komposita mit dem Erstglied *Abflug-*

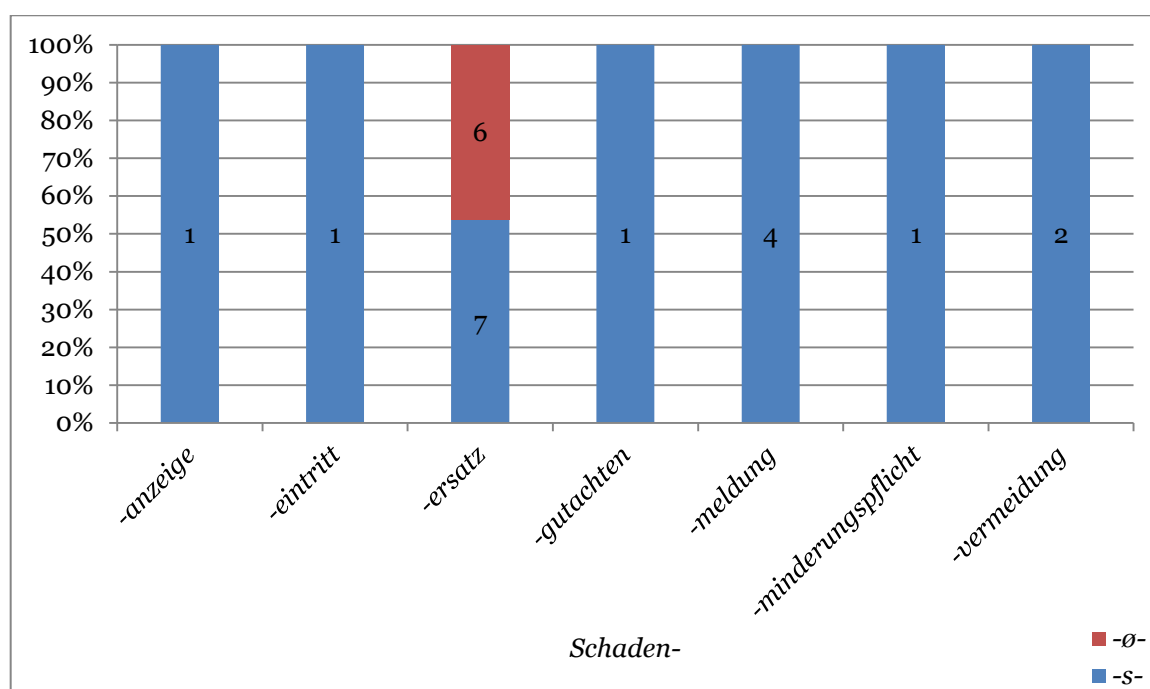


Die Aufmerksamkeit von LinguistInnen erwecken des Weiteren Belege wie *Handsgepäck* und *Obhutsgepäck*. Obgleich das *Handsgepäck* viel seltener als die lexikalisierte fugenlose Form *Handgepäck* auftritt (Verhältnis 1 : 12,0), sollte hier auf sie hingewiesen werden. Die Variante mit dem Fugenelement -s- ist ein idealtypisches Beispiel für die Hyperkorrektur im Bereich der Wortbildung. Interessanterweise findet man im Zuge einer Österreich-Online-recherche weniger Treffer mit dem Fugen-s im Kompositum *Obhutsgepäck* als jene ohne Fugenelement (1 : 4,6). Die von RedakteurInnen der Austrian Airlines-Homepage bevorzugte Variante *Obhutsgepäck* scheint v. a. in Deutschland weitverbreitet zu sein (1 : 26,5).

Manche zusammengesetzte Wörter haben im österreichischen Deutsch kein Fugenzeichen -s-. Das betrifft u. a. alle Komposita mit dem Erstglied *Advent-* (z. B. *Adventkalender*) sowie *Schadenersatz* (vgl. EBNER 2008: 38). Gemäß dem „Duden. Die Grammatik“ (82009: 716) sollten sich SprecherInnen „in Zweifelsfällen an der Fugengestaltung anderer Komposita mit jeweils demselben Erstglied orientieren.“ Wie man jedoch aus Abb. 10, die erhobene Komposita mit dem Erstglied *Schaden-* darstellt, herauslesen kann, wird die fugenlose Variante auf der Austrian Airlines-Homepage lediglich in Verbindung mit dem Zweitglied *-ersatz* verwendet und nicht auf andere Zusammensetzungen wie *Schadenseintritt*, *Schadensmeldung*, *Schadensvermeidung* etc. ausgedehnt. Es lässt sich womöglich sogar fest-

stellen, dass das im österreichischen Deutsch geläufige Fugenelement -s- bereits so einen hohen Grad der Grammatikalisierung erreicht hat und daher auch auf ursprünglich fugenlose Wörter übertragen wird. Immerhin findet man auf der Onlineplattform der Austrian Airlines einen Beleg mehr für *Schadensersatz* als für *Schadenersatz*. Im „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. ⁴²2012: 600) ist nur die Variante ohne Fugen-s vorhanden, die auch im „Allgemeinen Bürgerlichen Gesetzbuch“ (ABGB) rechtlich zur Anwendung kommt (vgl. „§ 933a ABGB Schadenersatz“) und dazu mehr Ergebnisse in der Onlinerecherche liefert (Verhältnis 1 : 1,6). Weiters treten im „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. ⁴²2012: 600) in Verbindung mit dem Erstglied *Schaden-* sechs Komposita mit dem Fugenzeichen und drei ohne auf.

Abb. 10: Fugen-s in den eruierten Komposita mit dem Erstglied *Schaden-*



Unterschiede zwischen dem österreichischen und bundesdeutschen Deutsch betreffen ebenfalls das Fugenelement -e-. Wie EBNER (vgl. 2008: 38) feststellt und was die Ergebnisse der Google-Analyse bestätigen, haben die Komposita *Ab-schreibeposten*, *Absteigquartier*, *Einreichtermin*, *Einsteigstelle*, *Tagblatt* und *Tragtasche* im Gegensatz zu Deutschland kein Fugenzeichen. Austrian Airlines präferiert allerdings die Form mit dem -e- bei der Zusammensetzung von *Trag-* und *-tasche*.

6.2.1.3 Neuschöpfungen

MUHR (vgl. 1995a: 218) listet in seiner Ausführung zu grammatischen und pragmatischen Spezifika des österreichischen Deutsch eine Liste von Präfixverben und Neubildungen auf, die in der bundesdeutschen Standardvarietät des Deutschen keine direkte Entsprechung haben. Unter den verzeichneten Austriaismen lassen sich auch zwei finden, die in den Inhalten der Austrian Airlines-Onlineplattform auftreten, nämlich (*im*) *Vorhinein* und *weitere*.

Der Ausdruck *im Vorhinein* ‘von vorne her(e)in, im Voraus’ wird ebenso in AMMON [u. a.] (vgl. 2004: 849) und im „Duden online“ (vgl.) als (besonders) österreichisch bzw. süddeutsch betrachtet. EBNER (vgl. 2008: 12) vertritt dagegen den Standpunkt, dass die Wendung *im Vorhinein* – analog zu *im Nachhinein* – vor einigen Jahrzehnten noch als eher österreichisch gegolten hat, heutzutage aber gemeindeutsch ist. Es mag sich hierbei um eines der wenigen Beispiele für den Einfluss des Österreichischen auf Bundes- bzw. Gemeindeutsch handeln. Im „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. 2012: 796, 799) werden sowohl *Vorhinein* als auch das über ähnliche Semantik verfügende *voraus* lemmatisiert, sie fungieren aber i. S. v. MUHR (vgl. 1995a: 218) nicht als „Eins-zu-eins-Varianten“, sondern eigenständige Lexeme. Die Analyse der Austrian Airlines-Homepage ergibt sieben Belege für *im Vorhinein* – teils noch mit der Kleinschreibung – und drei für *im Voraus*.

Das in mehreren linguistischen Publikationen – u. a. AMMON [u. a.] (vgl. 2004: 870; mit dem Hinweis auf den parallelen Gebrauch in Liechtenstein), „Duden online“ (vgl.), MUHR (vgl. 1995a: 218) – als österreichisch stigmatisierte Adverb *weitere* ‘ferner, weiterhin, außerdem’ kommt öfters in den Inhalten der Webseite des österreichischen Flugunternehmens vor (acht Belege). Aus der zusätzlich durchgeführten Internetrecherche geht hervor, dass es in Österreich fast neunmal mehr Homepages gibt, in denen das Wort *weitere* auftritt, als in Deutschland (6.510.000 : 756.000). In der Schweiz ist das Adverb nur geringfügig geläufiger (6.510.000 : 844.000), was seinen österreichspezifischen Charakter bestätigt.

Darüber hinaus lassen sich auf der Austrian Airlines-Homepage zwei weitere für das österreichische Deutsch typische Bildungen eruieren, und zwar *diesfalls* und *raschest möglich*. Das Adverb *diesfalls* ‘in diesem Fall’ ist lediglich in einem

der in die Untersuchung herangezogenen Wörterbücher lemmatisiert, nämlich im „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. ⁴²2012: 170). Seine AutorInnen verweisen jedoch darauf, dass es sich dabei um einen bereits veraltenden und – aus stilistischer Perspektive – gehobenen Ausdruck handelt. Die Suchanfrage erbringt allerdings eine überdurchschnittlich hohe Anzahl der Treffer (665.000). Im Vergleich zu anderen deutschsprachigen Ländern – Deutschland und der Schweiz – wird das *diesfalls* in Österreich entsprechend 27- und 8-mal häufiger verwendet. Was den weiteren Beleg – *raschest möglich* ‘so bald, schnell als möglich’ – anbelangt, wird die von RedakteurInnen der Austrian Airlines-Homepage, aber auch allgemein in Österreich (Google-Ergebnisse: 4.360-mal auseinander- und 3.300-mal zusammengeschrieben) präferierte Schreibweise weder vom „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. ⁴²2012: 564) noch von AMMON [u. a.] (vgl. 2004: 610) noch vom „Duden online“ (vgl.) vorgeschlagen, welche einmütig *raschestmöglich* zusammenschreiben. Laut den zwei zuletzt genannten Veröffentlichungen ist der Ausdruck nicht nur in Österreich, sondern auch in der Schweiz geläufig. Auf schweizerischen Webseiten wird allerdings im Gegensatz zu österreichischen deutlich die getrennte Schreibweise bevorzugt (589 : 4.080).

6.2.2 Genus der Substantive

Die areale Variation lässt sich auch im Bereich des grammatischen Geschlechts – Genus – feststellen. Wie WIESINGER (vgl. ²2008: 12–13) beobachtet, betreffen die Unterschiede insbesondere Fremdwörter. So auch der „Duden. Die Grammatik“ (⁸2009: 167): „Übernahmen aus anderen Sprachen schwanken im Genusgebrauch oft, bis sich schließlich ein bestimmtes Genus durchgesetzt hat“, wenn das überhaupt der Fall ist. Infolge der Untersuchung der Austrian Airlines-Onlineplattform konnten fünf Substantive erhoben werden, deren Genusgebrauch in veröffentlichten Texten variiert, nämlich *E-Mail*, *Flair*, *Schranke(n)*, *Service* und *SMS*. Wie Tab. 11, die Genusangaben zu den eruierten Substantiven aus vier verschiedenen varietätenlinguistisch ausgerichteten Wörterbüchern darstellt, bestätigt, ist hier nicht von grammatischer Inkorrektheit zu sprechen, sondern von überwiegend regional und seltener auch stilistisch bedingter Variation, s. g. Genusschwankung.

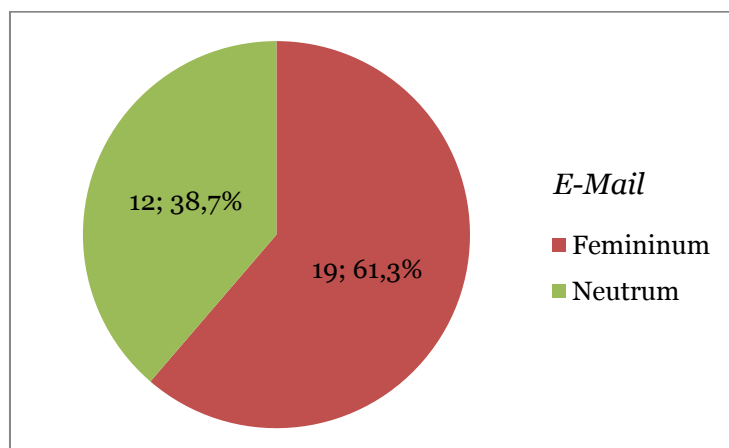
Tab. 11: Genusangaben zu den eruierten Substantiven in vier Wörterbüchern

Wort	ÖWB	DUDÖ		VWB		DUDon	
		A	D, CH	A	D, CH	A	D, CH
<i>E-Mail</i>	N. = F.	N., fs. öft.: F.	F.	N.	D: F, CH: F. = N.	F., auch N.	D: F., CH: F., auch N.
<i>Flair</i>	N.	-	-	-	-	N., auch M.	
<i>Schranke(n)</i>	M.	M. (-n)	F.	M. (-n)	F.	M. (-n)	F.
<i>Service</i>	M. = N.	N.	M.	M., auch N.	M.	M., auch N.	M.
<i>SMS</i>	F. = N.	N.	F.	N.	D: F., CH: N.	N.	F.

Genus- und Bedeutungsangaben nach AMMON [u. a.] (2004), „Duden online“, EBNER (2009), „Österreichisches Wörterbuch“ (422012)

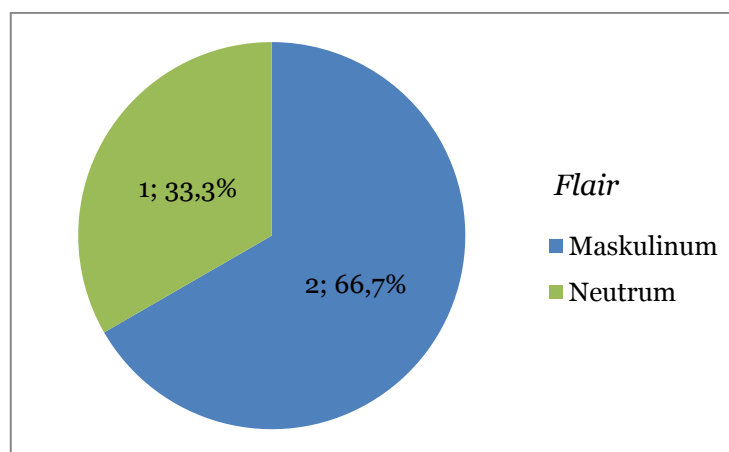
Das Substantiv *E-Mail* (auch abgekürzt: *Mail*) ist, wie Abb. 11 zu entnehmen, in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage meist mit dem gemeindeutschen femininen Genus verbunden. Nicht selten (38,7 %) tritt es aber auch als Neutrum auf, das laut der Ergebnisse der Wörterbuchanalyse als prototypisches Genus im österreichischen Deutsch fungiert. Das Wort *E-Mail* hat ansonsten in der Schweiz zwei Genera.

Abb. 11: Genusschwankung beim Substantiv *E-Mail* in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage



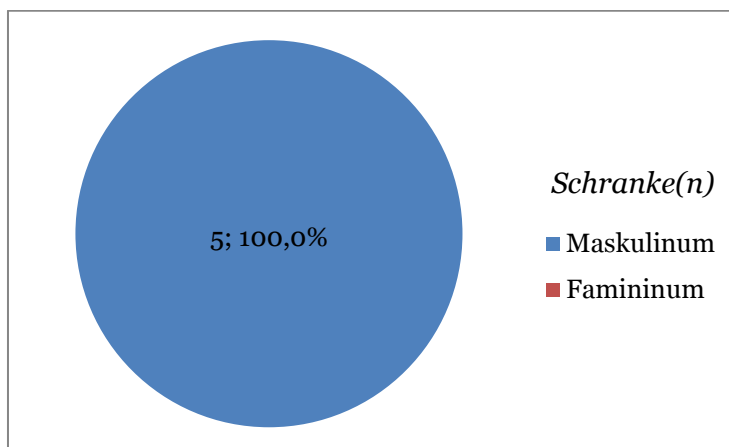
Das Wort *Flair* ist lediglich in zwei der zur Untersuchung herangezogenen Wörterbücher aufgenommen. Der „Duden online“ (vgl.) macht auf den variablen Einsatz des männlichen und sächlichen grammatischen Geschlechts aufmerksam. Das „Österreichische Wörterbuch“ (vgl. 2012: 247) sieht dagegen keine Variation vor und definiert *Flair* als ein Neutrum. Wie man jedoch aus Abb. 12 herauslesen kann, ist der Gebrauch des Maskulinums in den Inhalten der Austrian Airlines-Webseite durchaus geläufig und im Vergleich zum Neutrum sogar häufiger. Anzu-merken ist allerdings eine niedrige Gesamtanzahl der Belege.

Abb. 12: Genusschwankung beim Substantiv *Flair* in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage



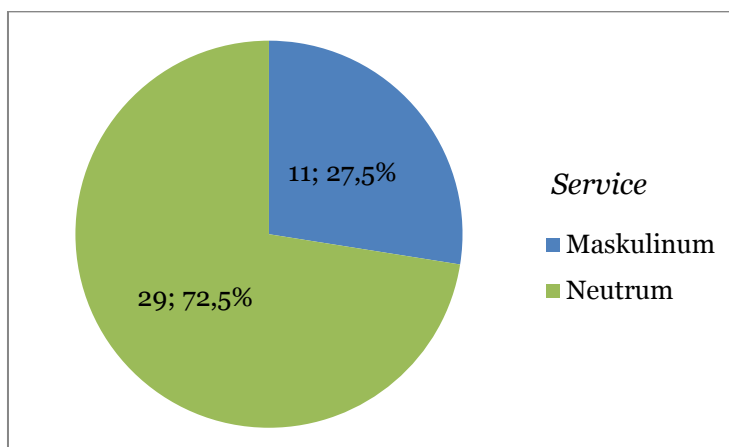
Das in Deutschland und der Schweiz für ‘balkenförmige Sperrvorrichtung an Straßen, Wegen und Bahnübergängen zur zeitweiligen Verhinderung des Durchgangs oder der Durchfahrt’ (AMMON [u. a.] vgl. 2004: 688) geläufige feminine Substantiv *Schranke*, tritt in Österreich meist in einer geänderten Form und mit einem geänderten Genus auf. Das in allen analysierten Wörterbüchern als österreichisch markierte maskuline Wort *Schranken* wird auch einheitlich von Austrian Airlines-TexterInnen verwendet (s. Abb. 13). Es gibt keinen Beleg für die Form *Schranke*, die im österreichischen Deutsch lediglich im Kontext ‘Grenze des Erlaubten, Möglichen’ zur Anwendung kommt.

Abb. 13: Homogener Genusgebrauch beim Substantiv *Schranke* in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage



Nur nach EBNER (vgl. 2009: 343) fungiert für das Wort *Service* das Neutrum als dominantes Genus im österreichischen Deutsch. Andere Wörterbücher sehen die maskuline Variante als entweder gleichwertig oder prototypisch an, was jedoch mit dem in Abb. 14 geschilderten Gebrauch in den Texten der Austrian Airlines-Homepage nicht einhergeht. Beinahe drei Viertel aller Belege (bei einer recht hohen Gesamtanzahl: 40) sind sächlichen Geschlechts.

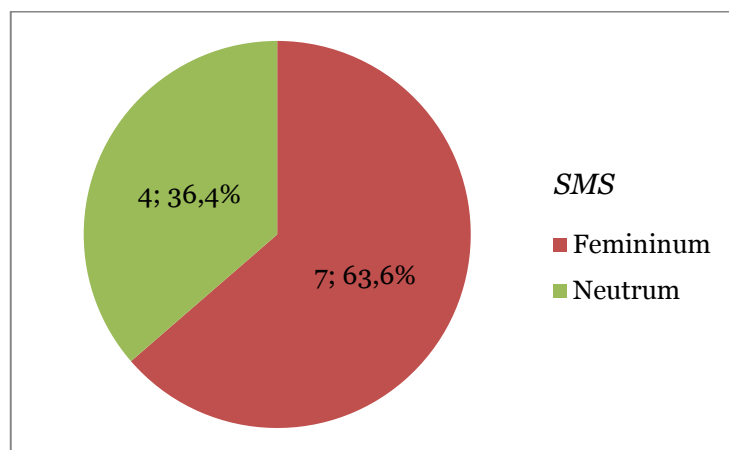
Abb. 14: Genusschwankung beim Substantiv *Service* in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage



Beim Substantiv *SMS* sind sich die meisten analysierten Wörterbücher einig über die prototypische Rolle des neutralen Genus im österreichischen wie auch schweizerischen Deutsch. Nur im „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. ⁴²2012: 649) wird das sonst für bundesdeutsch gehaltene Femininum dem Neutrum gleichgestellt. Wie aus Abb. 15 ersichtlich, bevorzugen TexterInnen der Austrian Airlines-

Onlineplattform beim Substantiv *SMS* – ähnlich wie beim Wort *E-Mail* – die feminine Variante (63,6 %).

Abb. 15: Genusschwankung beim Substantiv *SMS* in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage



6.2.3 Syntax

Syntaktische Unterschiede zwischen dem österreichischen und bundesdeutschen Deutsch sind nicht so salient wie beispielsweise jene aus dem Bereich der Lexik oder Wortbildung. Grenzüberschreitungen (mit nicht selten gar nicht so geringer Verwendungsfrequenz im deutschsprachigen Ausland) sind großteils als Normalfall anzusehen, daher lässt sich hier weniger von österreichisch idealtypischen Phänomenen sprechen, sondern vielmehr von beobachtbaren Tendenzen im österreichischen Sprachgebrauch.

Selbst die Forschungsliteratur zur Syntax des österreichischen Deutsch ist sich in vielen Punkten uneinig und klassifiziert je nach Publikation als österreichspezifisch zwei gegenüberstehende, an sich „konkurrierende“ Erscheinungen. So kennzeichnet MUHR (vgl. 1995a: 223) die Präposition *auf* als prototypisch in Präpositionalphrasen in der Funktion von Lokaladverbialien (*am* dagegen als bundesdeutsch), während EBNER (vgl. 2008: 45) genau das Gegenteil behauptet (zum Teil sogar mit denselben Beispielen wie *Boden* und *Land*).

RedakteurInnen der Austrian Airlines-Homepage bevorzugen in Verbindung mit statischer Lokalität, aufgrund deren der Dativ regiert wird, und maskulinen bzw. neutralen Substantiven die Präposition *am* (s. graue Markierung in Tab. 12). Die Variante *auf dem* kommt wesentlich seltener vor. Wie man aus der unteren Grafik schlussfolgern kann, hängt die Wahl der Präposition stark vom Substantiv

ab, mit dem sie verbunden ist. So wird in den Inhalten der Austrian Airlines-Webseite die Präposition *am* gewählt, wenn *Bildschirm*, *Boden*, *Gelände*, *Grill* oder *Vorfeld* als Bezugswort fungiert. Bei *Handy* und *iPhone* wird dafür die *auf dem*-Variante vorgezogen. Nur in Verbindung mit dem Bezugswort *Flughafen* herrscht die Variation, wobei die Präposition *am* erheblich häufiger eingesetzt wird. Die Neigung der Austrian Airlines-TexterInnen zum Gebrauch von *am* in Präpositionalphrasen in der Funktion von Lokaladverbialien geht in hohem Maße mit der österreichischen Sprachtendenz einher, die aus den in Tab. 12 dargelegten Ergebnissen der Internetrecherche zu ersehen ist (in fünf der acht Fälle wird die Präposition *am* verhältnismäßig häufiger verwendet als in Deutschland bzw. in allen acht Fällen öfter als in der Schweiz).

Tab. 12: Gebrauch der Präpositionen *am* und *auf dem* in Präpositionalphrasen in der Funktion von Lokaladverbialien (statische Lokalität) in Österreich, Deutschland und der Schweiz (Verhältnis anhand der Anzahl der Google-Ergebnisse, Belege: Austrian Airlines-Homepage)

<i>am</i> -Variante	Verhältnis	<i>auf dem</i> -Variante		
		A	D	CH
<i>am Handy empfangen</i>	1 :	5,6	3,7	0,1
<i>am iPhone installieren</i>	1 :	0,4	1,4	0,0066
<i>am Flughafen</i>	1 :	9,9	10,0	5,4
<i>am Bildschirm</i>	1 :	1,1	0,7	0,7
<i>am Boden</i>	1 :	1,7	1,3	1,5
<i>am Gelände des Flughafens</i>	1 :	0,2	0,0296	0,0003
<i>am Grill</i>	1 :	2,0	0,4	0,7
<i>am Vorfeld</i>	1 :	0,1374	0,1652	0,0103

Hat man mit dynamischer Lokalität zu tun (s. Tab. 13), wird auf der Austrian Airlines-Homepage weitestgehend auf die Präposition *an* verzichtet und stattdessen auf *auf* bzw. *zum* ausgewichen. Für den in Deutschland geläufigen Ausdruck *an das Mobiltelefon erhalten* finden sich gar keine Belege. In Verbindung mit dem Prädikat *bringen* und dem Bezugswort *Flughafen* kommen die Präpositionen *zum* und *an den* variabel zur Anwendung, wobei von den beiden *zum* eine höhere Frequenz aufweist. Das scheint mit dem allgemeinen Sprachverhalten in Österreich übereinzustimmen. Auf deutschländischen und schweizerischen Webseiten

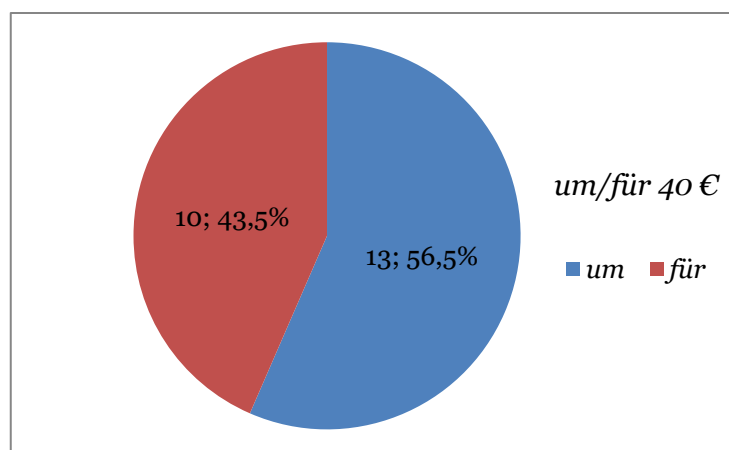
tritt die Präposition *zum* im hier analysierten Beispiel viel seltener als auf österreichischen Homepages auf.

Tab. 13: Gebrauch der Präpositionen *auf/zum* und *an* in Präpositionalphrasen in der Funktion von Lokaladverbialien (dynamische Lokalität) in Österreich, Deutschland und der Schweiz (Verhältnis anhand der Anzahl der Google-Ergebnisse, Belege: Austrian Airlines-Homepage)

<i>auf/zum</i> -Variante	Verhältnis	<i>an den/das</i> -Variante		
		A	D	CH
<i>auf das Mobiltelefon erhalten</i>	1 :	23,7	0,05	2,4
<i>zum Flughafen bringen</i>	1 :	33,7	4,9	16,7

Weiters wird festgestellt, dass bei Preisangaben, wie in Abb. 16 präsentiert, in Mehrheit der Fälle (56,5 %) die Präposition *um* gewählt wird, was nach EBNER (vgl. 2008: 46) als österreichisches Spezifikum zu betrachten gilt. Da die Präposition *für* auch recht häufig vorkommt (43,5 %), kann hier nicht von einer Einheitlichkeit und einem unternehmensintern regulierten Einsatz der Präposition gesprochen werden.

Abb. 16: Gebrauch der Präpositionen *um/für* bei Preisangaben in den Inhalten der Austrian Airlines-Homepage



Ansonsten fällt im Zuge der Lektüre der Austrian Airlines-Homepage auf, dass das Präteritum selbst in den offiziellen Presseberichten so gut wie nicht verwendet wird, sondern im Kontext mit Vergangenheitsbezug durch das Perfekt ersetzt wird, was in mehreren Publikationen – u. a. EBNER (vgl. 2008: 44), MUHR (vgl. 1995a: 227) und WIESINGER (vgl. 2008: 14) – als oberdeutsches Charakteristikum aufgefasst wird.

Darüber hinaus ist auf den österreichspezifisch verstärkten Gebrauch des Reflexivpronomens *sich* hinzuweisen. Dieses Phänomen dürfte nach MUHR (vgl. 1995a: 227) auf einen tschechisch-slowakischen Einfluss zurückgehen. Besonders gut lässt es sich auf der Onlineplattform der österreichischen Fluglinie anhand des Verbs *entspannen* beobachten, das durchgehend reflexiv vorkommt. In Deutschland und der Schweiz wird es dagegen hauptsächlich ohne Reflexivpronomen verwendet.

6.3 Orthographie

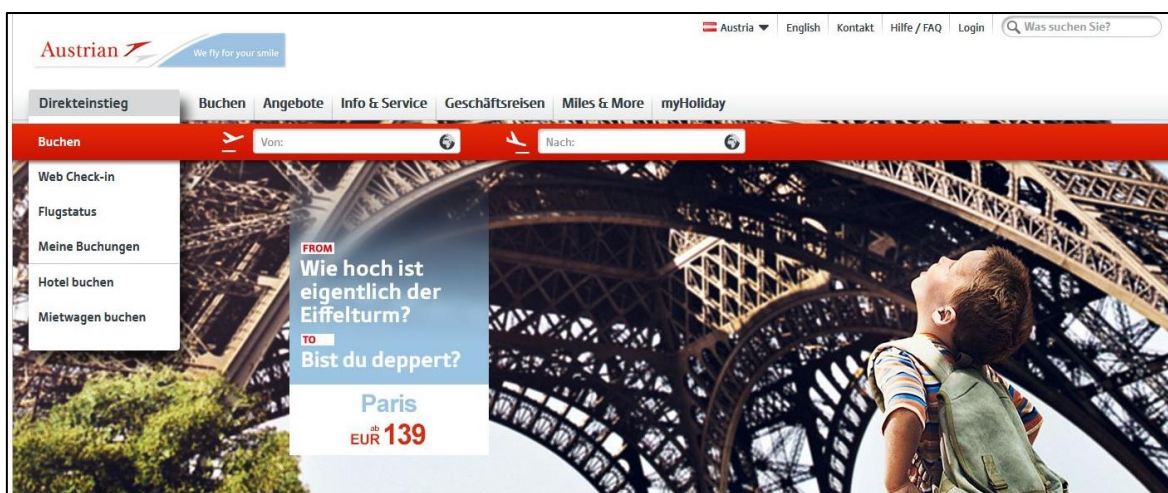
Wie bereits im theoretischen Teil erwähnt, gibt es seit der Rechtsschreibreform 1996/2006 keine erheblichen landesspezifischen Unterschiede in der Rechtschreibung. Das dürfte der Grund dafür sein, dass in diesem Bereich nur ein einzelner Beleg eruiert werden konnte. RedakteurInnen der Austrian Airlines-Homepage bevorzugen die österreichische Schreibvariante *Spass* anstatt *Spaß*. Sowohl nach dem „Duden online“ (vgl.), EBNER (vgl. 2008: 39), EBNER (vgl. 2009: 348) wie auch dem „Österreichischen Wörterbuch“ (vgl. 42012: 657) gilt die gemeindeutsche Form mit dem scharfen S als prototypisch. Benützt man <ß> wird das *a* lang ausgesprochen, während beim Gebrauch von <ss> das *a* ein Kurzvokal ist – analog zum italienischen *spasso* ‘Vergnügen, Kurzweil’.

6.4 Pragmatik

Die Homepage der Austrian Airlines liefert ebenfalls ein paar interessante Ergebnisse auf der pragmatischen Ebene. Die „innere Mehrsprachigkeit“ der ÖsterreicherInnen scheint auch RedakteurInnen der Austrian Airlines-Webseite bewusst zu sein. Sie verwenden stellenweise in ihren standardsprachlichen Texten allgemein verständliche Dialektismen. Durch diesen kontrastiven Gebrauch verschiedener Register sollen konkrete Gefühle bzw. Reaktionen evoziert werden, meist Ironie, Sarkasmus, Empörung, Verwunderung, Lachen, Grundhaltung etc. (vgl. LÖFFLER 42010: 143). Als Exempel für den situativ determinierten Einsatz der stark ausgeprägten österreichischen „inneren Mehrsprachigkeit“ kann ein Slogan aus der in Abb. 17 dargestellten Werbekampagne der Austrian Airlines vom August 2014 herangezogen werden. Der nonstandardsprachliche triviale Ausdruck *Bist du deppert?* folgt als Reaktion auf eine Frage, die eher an der Grenze zur allgemeinen Alltagsbildung bzw. Weltneugier schwebt als dem typisch dialektalen Kontext

zuzuweisen ist. Nicht zuletzt gilt anzumerken, dass die Werbung nur auf der österreichischen Subdomäne veröffentlicht wurde. Für KundInnen aus Deutschland wurde *Bist du deppert?* durch einen neutralen Text ersetzt, was von einer bewussten und zielgerichteten sprachbezogenen Entscheidung des Unternehmens zeugt.

Abb. 17: Kontrastiver Gebrauch des Dialekts im standardsprachlichen Kontext



Quelle: „My Austrian“ [13.08.2014]

Weiters ist ein frequenter, spezifischer Gebrauch der *-erl*-Deminuierung hervorzuheben. TexterInnen der Austrian Airlines-Homepage setzen gar nicht so selten „unechte“ – zum Teil bereits lexikalisierte – Deminutive wie z. B. *Austrian-Tascherl*, *Hühnerschnitzerl*, *Stockerl* ein, die jedoch über das semantische Merkmal ‘klein’ nicht verfügen. Auch diese kontrastierenden sprachlichen Erscheinungsformen werden bewusst eingebaut, um primär Kontakt zu mit solchen Sprachphänomenen bestens vertrauten LeserInnen, sprich potenziellen KundInnen aus Österreich, aufzunehmen und sekundär bei ihnen bestimmte Effekte zu erzielen, meist deren Interesse am angebotenen Produkt zu steigern.

Deutlich erkennbar aus pragmatischer Sicht ist zudem ein intensiver Gebrauch akademischer Titel wie *Dipl.-Ing.* (= *Diplom-IngenieurIn*), *Dr.* (= *DoktorIn*), *Dr. h. c.* (= *DoktorIn honoris causa* ‘Ehrendoktor’), *DDr.* (= *DoktorIn DoktorIn* ‘DoktorIn multiplex, DoppeldoktorIn’) und *Mag.* (= *Magister* bzw. *Magistra*). Zwei von ihnen – *Mag.* sowie *DDr.* – werden bzw. wurden bis vor kurzem nur in Österreich verliehen. Akademische Titel findet man nicht nur in formalisierten Unterseiten wie Impressum und AGB, sondern auch in Presseberichten und laufend publizierten Artikeln bzw. Medienberichten.

7 Conclusio

Die durchgeführte Studie zur „Sprache der Austrian Airlines“ basiert auf der Erkenntnis, dass das österreichische Deutsch auf allen systemlinguistischen Ebenen charakteristische Merkmale aufweist. Überwiegend handelt es sich hierbei um nicht homogene Spezifika des Deutschen in Österreich, die in einem andauernden Variationsverhältnis zu bundesdeutschen, schweizerischen oder gemeindeutschen Varianten stehen. Weiters ist in diesem Zusammenhang hervorzuheben, dass die österreichischen Besonderheiten stets Sprachdynamik- und Sprachwandelprozessen unterzogen sind, welche aufgrund der aktuellen makroökonomischen wie auch -politischen Lage Tendenz zur Vereinheitlichung der deutschen Standardvarietät nach bundesdeutscher Basis zeigen. Im Folgenden werden die wichtigsten Schlussfolgerungen in Bezug auf einzelne anhand der Austrian Airlines-Homepage analysierte Sprachbereiche gezogen.

Der Wortschatz des österreichischen Deutsch scheint besonders in den Bereichen Verwaltung (inkl. Politik, Amt, Recht, Schule) und Küche stabil zu sein. In der vorliegenden Masterarbeit wurden nach dem arealen Prinzip vier Gruppen unterschieden, nämlich oberdeutsches, bairisch-österreichisches, gesamtösterreichisches und ostösterreichisches Vokabular. Die meisten eruierten Ausrücke sind der drittgenannten Kategorie zuzuordnen und sind im Vergleich zu Vertretern der anderen sprachlich-politisch motivierten Gruppen durch die schwächste Variabilität gekennzeichnet, d. h. sie kommen in den Inhalten der Austrian Airlines-Onlineplattform häufig wie einheitlich vor und „konkurrieren“ selten mit bundes- bzw. gemeindeutschen Bezeichnungen. Wie die Wörterbuch- und Onlinerecherche gezeigt hat, ist innerhalb des als oberdeutsch bezeichneten Wortschatzes zwischen dem gesamträumlichen, Schweizer-österreichischen und bundesdeutsch-österreichischen Vokabular zu differenzieren. Im Zusammenhang mit dem nur in einem Teil Österreichs geläufigen Wortschatz ist zu betonen, dass im Gegensatz zu ostösterreichischen Ausdrücken keine westösterreichischen erhoben wurden, was auf eine (sprachlich) starke Position der Hauptstadt Wien zurückgeführt werden kann. Die als historische Entlehnungen zu bezeichnenden Belege haben ihren Ursprung v. a. in lateinischer, aber auch italienischer und französischer Sprache.

Im Bereich der Morphologie und Wortbildung verzichten RedakteurInnen der Austrian Airlines-Webseite meist auf die oberdeutsche Umlautung der Vokale vor Affrikate [ts]. Anders verhalten sie sich in Bezug auf den Einsatz des Fugenelements -s- in zusammengesetzten Wörtern. Endet das Erstglied des Kompositums auf -g, -k oder -ch tritt beinahe einmütig das Fugen-s auf, das als österreichisches Spezifikum anzusehen ist. Erkennbar sind auch Hyperkorrekturen, sodass auch Komposita, die typischerweise kein Fugenzeichen haben und in dieser Form in Wörterbüchern lemmatisiert sind, das -s- zwischen dem Erst- und Zweitglied enthalten. Für das Fugen-e gibt es zu wenige Belege, um von einer allgemeinen Tendenz zu sprechen. Von den s. g. österreichischen Neubildungen konnten vier eruiert werden, die jedoch regulär zur Anwendung kommen. Was das Genus der Substantive betrifft, lassen sich in den Inhalten der Onlineplattform der Austrian Airlines ein paar Schwankungsfälle erkennen. Der Gebrauch des typisch österreichischen gegenüber des bundesdeutschen/gemeindeutschen grammatischen Geschlechts ist für die untersuchten Substantive in etwa gleich, wobei eine leichte Bevorzugung des österreichischen Genus festgestellt werden kann. Auf der Ebene der Syntax ist erstens auf die Bevorzugung des Perfekts anstatt des Präteritums, zweitens die Erweiterung der Verben um das Reflexivpronomen *sich* und drittens die Neigung zur Verwendung der Präposition *am* (bei statischer Lokalität) bzw. *auf/zum* (bei dynamischer Lokalität) in Präpositionalphrasen in der Funktion von Lokaladverbialien hinzuweisen. All diese Erscheinungen gehen mit dem präferierten Sprachgebrauch im österreichischen Alltag einher.

Die Rechtsschreibreform von 1996/2000 hat verursacht, dass es nur vereinzelte Unterschiede in der österreichischen und bundesdeutschen Schreibung gibt. Im Zuge der Analyse der Austrian Airlines-Homepage konnte nur ein Beleg, der auf eine Unterscheidung zwischen der österreichischen und bundesdeutschen Orthographienorm hindeutet, gefunden werden, was von übernationaler Orthographie-Einheitlichkeit zeugt.

Einige Besonderheiten lassen sich auch im pragmatischen Bereich beobachten. RedakteurInnen der Austrian Airlines-Webseite gehen bewusst mit der „inneren Mehrsprachigkeit“ der ÖsterreicherInnen um und machen in ihren standardsprachlichen Texten Gebrauch von Dialektismen und morphologischen Regio-

nalspezifika, die bestimmte positive Effekte bei LeserInnen hervorrufen sollen. Darüber hinaus ist die reguläre Verwendung akademischer Titel und Grade auffallend.

Definiert man den (intensiven, aber ausgewogenen, sprich die intralinguale Variation nicht ablehnenden) Gebrauch der österreichischen Standardvarietät des Deutschen als eine der relevantesten Kriterien für die Unternehmenssprache einer Firma, für die das s. g. Österreich-Image (stark verbunden mit dem Landesstolz) im Vordergrund steht, ist zu erkennen, dass Austrian Airlines hinkünftig zwar noch viel Arbeit vor sich hat, um einen – zum Anfang externen – einheitlichen, eigenständigen, bewussten und zielgerichteten Kommunikationsstil herauszubilden, sich aber auf einem guten Weg befindet. Eine Homogenisierung auf eine (bestenfalls österreichische) Variante wäre insbesondere im Bereich des Genus vonnöten. Gewisse Regelungen sollten auch auf der morphologischen Ebene getroffen werden, wobei hier anzumerken gilt, dass man beispielsweise für den Gebrauch des Fugenelements -s- bereits heute von einer fortgeschrittenen Einheitlichkeit sprechen kann. Auf dem lexikalischen Gebiet ist abgesehen von Rechtstexten die Variation sogar erwünscht, u. a. aus stilistischen Gründen, um unnötige, nicht den besten Eindruck machende Wortwiederholungen zu vermeiden.

8 Quellenverzeichnis

- § 933a ABGB Schadenersatz. Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch. JUSLINE Österreich. URL: http://www.jusline.at/933a_Schadenersatz_ABGB.html [letzter Zugriff: 05.01.2015].
- ADEN, MENNO (2007): Unternehmenssprache und Betriebssprache. Überlegungen zu einem künftigen sprachlichen Arbeitsrecht. In: Betriebslinguistische Beiträge. Zeitschrift für Unternehmenskommunikation 7, 1–4.
- AMMON, ULRICH (1995): Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das Problem der nationalen Varietäten. Berlin/New York: de Gruyter.
- AMMON, ULRICH (1997): Die nationalen Varietäten des Deutschen im Unterricht von Deutsch als Fremdsprache. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 23, 141–158.
- AMMON, ULRICH (2004): Standardvarietäten des Deutschen. Einheitssprache und nationale Varietäten. In: MORALDO, SANDRO M. (Hg.): Deutsch aktuell. Einführung in die Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache. Bd. 1. Roma: Carocci (Lingue e letterature Carocci 43), 33–48.
- AMMON, ULRICH [u. a.] (2004): Variantenwörterbuch des Deutschen. Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol. Berlin/New York: de Gruyter.
- Austrian Airlines. Austria. URL: http://www.austrian.com/?sc_lang=de&cc=AT [letzter Zugriff: 17.08.2014].
- Austrian Airlines – Eventangebot. URL: <https://secure.austrian.com/werftfuehrungen/Default.aspx> [letzter Zugriff: 17.08.2014].
- Austrian Airlines Group. URL: <http://www.austrianairlines.ag/> [letzter Zugriff: 17.08.2014].
- Austrian Airlines Group. Über Austrian. URL: http://www.austrianairlines.ag/AustrianAirlinesGroup/Profil/AboutUs.aspx?sc_lang=de [letzter Zugriff: 08.08.2014].

Austrian Airlines Group. Unsere Geschichte. URL: http://www.austrianairlines.ag/AustrianAirlinesGroup/Profil/OurHistory.aspx?sc_lang=de [letzter Zugriff: 08.08.2014].

Austrian Airlines Group. Leitbild. URL: http://www.austrianairlines.ag/AustrianAirlinesGroup/AdvertiseAtAustrian/AdvertiseOptions.aspx?sc_lang=de [letzter Zugriff: 08.08.2014].

Austrian Airlines Group. Werbeoptionen. URL: http://www.austrianairlines.ag/AustrianAirlinesGroup/AdvertiseAtAustrian/AdvertiseOptions.aspx?sc_lang=de [letzter Zugriff: 08.08.2014].

Austrian Airlines red|blog. Das ist meine Austrian: Die neue FromTo-Kampagne. URL: <http://www.red-blog.at/2014/05/das-ist-meine-austrian-die-neue-fromto-kampagne/> [letzter Zugriff: 08.08.2014].

Austrian myHoliday. URL: <http://myholiday.austrian.com/> [letzter Zugriff: 17.08.2014].

Austrian Training. URL: http://www.austriantraining.com/?sc_lang=de [letzter Zugriff: 17.08.2014].

Beachtung österreichischer Ausdrücke (1994). URL: http://ec.europa.eu/translation/german/guidelines/documents/austrian_expressions_de.pdf [letzter Zugriff: 01.01.2015].

BEER, ALEXANDER (1996): Corporate Communication and Corporate Language. Wien: Service-Fachverl.

BOENIGK, MICHAEL / DOPF, MARGARETHE B. (2012): Werbekommunikation aus betriebswirtschaftlicher Sicht II: Der Ansatz der Integrierten Kommunikation und seine Erweiterungen. In: JANICH, NINA (Hg.): Handbuch Werbekommunikation. Sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge. Tübingen: Francke (UTB 8457), 453–463.

BOSCH, CHRISTIAN / SCHIEL, STEFAN (1999): Bedeutung und Beurteilung der Marke Austrian Airlines. Diplarb. Wirtschaftsuni. Wien.

- BRUCKMÜLLER, ERNST (1996): Nation Österreich. Kulturelles Bewusstsein und gesellschaftlich-politische Prozesse. 2. erg. u. erw. Aufl. Wien/Köln/Graz: Böhlau (Studien zu Politik und Verwaltung 4).
- BRUCKMÜLLER, ERNST (1998): Die Entwicklung des Österreichbewusstseins. In: KRIECHBAUMER, ROBERT (Hg.): Österreichische Nationalgeschichte nach 1945. Die Spiegel der Erinnerung. Die Sicht von innen. Bd. 1. Wien/Köln/Weimar: Böhlau, 369–396.
- BUßMANN, HADUMOD (2008): Lexikon der Sprachwissenschaft. 4., durchgeseh. u. bibliogr. erg. Aufl. unter Mitarb. v. Hartmut Lauffer. Stuttgart: Kröner.
- CILLIA, RUDOLF DE (1997): „Alles bleibt, wie es ißt“. Österreichs EU-Beitritt und die Frage des österreichischen Deutsch. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 23, 239–258.
- CLYNE, MICHAEL (1989): Pluricentricity: National Variety. In: AMMON, ULRICH (Hg.): Status and Function of Languages and Language Varieties. Berlin/New York: de Gruyter (Foundations of Communication and Cognition. Grundlagen der Kommunikation und Kognition), 357–371.
- DOPPLER, DORIS (2010): Starke Marken brauchen starke Texte. Interview mit MICHAEL RADNER. In: brandpi News. URL: http://www.ddoppler.com/fachartikel/interview_text_marke [letzter Zugriff: 26.01.2014].
- DOPPLER, DORIS: Corporate Wording: Wie spricht Ihr Unternehmen? URL: http://www.ddoppler.com/fachartikel/artikel_unternehmenssprache.pdf [letzter Zugriff: 24.02.2014].
- Duden. Die Grammatik (2009). Unentbehrlich für richtiges Deutsch. Hg. v. der Dudenred. 8., überarb. Aufl. Mannheim [u.a.]: Dudenverl. (Der Duden in zwölf Bänden. Das Standardwerk zur deutschen Sprache 4).
- Duden online. URL: <http://www.duden.de/woerterbuch> [letzter Zugriff: 30.12.2014].
- EBNER, JAKOB (2008): Duden. Österreichisches Deutsch. Eine Einführung. Mannheim [u. a.]: Dudenverl.

- EBNER, JAKOB (2009): Duden. Wie sagt man in Österreich? Wörterbuch des österreichischen Deutsch. Berlin: Dudenverl.
- ELSPAß, STEPHAN / MÖLLER, ROBERT (2003ff.a): Atlas zur deutschen Alltagssprache (AdA). <http://www.atlas-alltagssprache.de/> [letzter Zugriff: 30.12.2014].
- ELSPAß, STEPHAN / MÖLLER, ROBERT (2003ff.b): Atlas zur deutschen Alltagssprache (AdA). Achte Runde. *dieses Jahr / heuer* (Frage 4d). URL: <http://www.atlas-alltagssprache.de/r8-f4d-2/> [letzter Zugriff: 01.01.2015].
- Flughafen Wien. Flughafenplan. URL: http://www.viennaairport.com/jart/prj3/va/uploads/data-uploads/Passagier/Flughafenplan_050612_de_en.pdf [letzter Zugriff: 04.01.2015].
- GLAUNINGER, MANFRED MICHAEL (2001a): Das Deutsche als genetisch-inhärent plurizentrische Sprache. In: Abstracts zur XII. Internationalen Tagung der Deutschlehrerinnen und Deutschlehrer, 30. Juli bis 4. August 2001, Luzern/Schweiz, 29–30.
- GLAUNINGER, MANFRED MICHAEL (2001b): Zur Sonderstellung des Deutschen innerhalb der ‚plurizentrischen‘ Sprachen. Reflexionen anhand eines sprachgeschichtlichen Vergleichs zwischen Englisch und Deutsch. In: CANISIUS, PETER / GERNER, ZSUZSANNA / GLAUNINGER, MANFRED MICHAEL (Hg.): Sprache – Kultur – Identität. Festschrift für Katharina Wild zum 60. Geburtstag. Pécs: Janus-Pannonius-Univ. (Studien zur Germanistik 7), 171–180.
- GLAUNINGER, MANFRED MICHAEL (2013): Deutsch im 21. Jahrhundert: ‚pluri‘-, ‚supra‘- oder ‚postnational‘? In: SAVA, DORIS / SCHEURINGER, HERMANN (Hg.): Im Dienste des Wortes. Lexikologische und lexikografische Streifzüge. Festschrift für Ioan Lăzărescu (Forschungen zur deutschen Sprache in Mittel-, Ost- und Südosteuropa 3), 123–132.
- KLOSS, HEINZ (²1978): Die Entwicklung neuer germanischer Kultursprachen seit 1800. 2., erw. Aufl. Düsseldorf: Schwann 1978 (Sprache der Gegenwart 37).
- KÖNIG, WERNER (¹⁷2011): dtv-Atlas Deutsche Sprache. 17., durchges. u. korr. Aufl. München: Dt. Taschenbuchverl. (dtv-Atlas 3025).

- KRÄMER, WALTER (1999): Sprachpflege: Seltsamer Drang zu Konzernsprache. Spiegel Online. Interview mit Petra Nölkensmeier. URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/sprachpflege-seltsamer-drang-zu-konzernsprache-a-18793.html> [letzter Zugriff: 15.05.2014].
- LINKE, ANGELIKA / NUSSBAUMER, MARKUS / PORTMANN, PAUL R. (2004): Studienbuch Linguistik. Erg. um ein Kapitel „Phonetik/Phonologie“ v. Urs Willi. 5., erw. Aufl. Tübingen: Niemeyer (Germanistische Linguistik 121).
- LÖFFLER, HEINRICH (2010): Germanistische Soziolinguistik. 4., neu bearb. Aufl. Berlin: Schmidt (Grundlagen der Germanistik 28).
- LÜDTKE, JENS / MATTHEIER, KLAUS J. (2005): Variation – Varietäten – Standardsprachen. Wege für die Forschung. In: LENZ, ALEXANDRA N. / MATTHEIER, KLAUS J. (Hg.): Varietäten – Theorie und Empirie. Frankfurt a. M.: Lang (VarioLingua. Nonstandard – Standard – Substandard 23), 13–38.
- MUHR, RUDOLF (Hg.) (1993): Internationale Arbeiten zum österreichischen Deutsch und seinen nachbarsprachlichen Bezügen. Wien: Hölder – Pichler – Tempsky (Materialien und Handbücher zum österreichischen Deutsch und zu Deutsch als Fremdsprache 1).
- MUHR, RUDOLF (1995a): Grammatische und pragmatische Merkmale des österreichischen Deutsch. In: MUHR, RUDOLF / SCHRODT, RICHARD / WIESINGER, PETER (Hg.): Österreichisches Deutsch. Linguistische, sozialpsychologische und sprachpolitische Aspekte einer nationalen Variante des Deutschen. Wien: Hölder – Pichler – Tempsky (Materialien und Handbücher zum österreichischen Deutsch und zu Deutsch als Fremdsprache 2), 208–234.
- MUHR, RUDOLF (1995b): Zur Sprachsituation in Österreich und zum Begriff „Standardsprache“ in plurizentrischen Sprachen. Sprache und Identität in Österreich. In: MUHR, RUDOLF / SCHRODT, RICHARD / WIESINGER, PETER (Hg.): Österreichisches Deutsch. Linguistische, sozialpsychologische und sprachpolitische Aspekte einer nationalen Variante des Deutschen. Wien: Hölder – Pichler – Tempsky (Materialien und Handbücher zum österreichischen Deutsch und zu Deutsch als Fremdsprache 2), 75–110.

- MUHR, RUDOLF / SCHRODT, RICHARD / WIESINGER, PETER (Hg.) (1995): Österreichisches Deutsch. Linguistische, sozialpsychologische und sprachpolitische Aspekte einer nationalen Variante des Deutschen. Wien: Hölder – Pichler – Tempsky (Materialien und Handbücher zum österreichischen Deutsch und zu Deutsch als Fremdsprache 2).
- MUHR, RUDOLF / SCHRODT, RICHARD (Hg.) (1997): Österreichisches Deutsch und andere nationale Varietäten plurizentrischer Sprachen in Europa. Empirische Analysen I. Wien: Hölder – Pichler – Tempsky (Materialien und Handbücher zum österreichischen Deutsch und zu Deutsch als Fremdsprache 3)
- MUHR, RUDOLF (2006): Spracheinstellungsunterschiede zwischen den Nationen einer plurizentrischen Sprache. In: REITANI, LUIGI / ROSSBACHER, KARLHEINZ / TANZER, ULRIKE (Hg.) (2006): Italia – Österreich. Sprache, Literatur, Kultur. Atti del Convegno Internazionale di Studi „Österreich – Italia. Lingua, letteratura, cultura“ (Udine, 28–31 maggio 2003). Udine: Forum, 133–137.
- My Austrian. URL: http://www.myaustrian.com/index_de.html#start [letzter Zugriff: 08.05.2014].
- Ostarrichi. Wörterbuch Deutsch-Österreichisch. URL: <http://www.ostarrichi.org/> [letzter Zugriff: 04.05.2014].
- Österreichisches Wörterbuch (42012). Hg. i. A. des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur. Auf der Grundlage des amtlichen Regelwerks. 42., neu bearb. Aufl., vollst. Ausg. mit dem amtl. Regelwerk. Wien: ÖBV.
- KZwei. Österreichisch – Die österreichische Sprache. URL: <http://www.kzwei.at/oesterreichisch-die-oesterreichische-sprache/> [letzter Zugriff: 04.05.2014].
- SCHMIDT, JÜRGEN ERICH / HERRGEN, JOACHIM (2011): Sprachdynamik. Eine Einführung in die moderne Regionalsprachenforschung. Berlin: Schmidt (Grundlagen der Germanistik 49).
- VITOVEC, SANDRA (2000): Öffentlichkeitsarbeit und Krisenmanagement am Beispiel von Austrian Airlines. Diplomarb. Univ. Wien.

- VOGEL, KATHRIN (2012): Corporate Style. Stil und Identität in der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Springer VS (Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation).
- Welcher Anteil der österreichischen Gesetzgebung beruht auf Initiativen der EU? (2014). EU-Lexikon. derStandard.at. URL: <http://derstandard.at/1389859163652/EU-Lexikon-Gesetzgebung> [letzter Zugriff: 10.05.2014].
- Patenschaft für bedrohte Wörter (2007). wien.at. URL: <https://www.wien.gv.at/rk/msg/2007/1002/002.html> [letzter Zugriff: 04.05.2014].
- Regierungsvorlage zum EU-Beitrittsvertrag vom 7. Nov. 1994 (1994). Wien: Österreichisches Parlament.
- WIESINGER, PETER (2008): Das österreichische Deutsch in Gegenwart und Geschichte. 2., durchges. u. erw. Aufl. Wien/Münster: Lit (Austria: Forschung und Wissenschaft – Literatur 2).
- WINISTÖRFER, NORBERT / GLAS, ALEXANDRA (2005): Unternehmen ignorieren die Macht der Sprache. In: Marketing & Kommunikation Feb., 52–53.

9 Anhänge

9.1 Abstracts

9.1.1 Deutsch

Der Beitrag aus dem Bereich der Soziolinguistik setzt sich mit den Inhalten des Webauftritts des österreichischen Flugunternehmens Austrian Airlines auseinander und analysiert diese in Hinblick auf das österreichische Deutsch und vier Subsysteme der Sprache: Lexik, Grammatik (unter besonderer Berücksichtigung der Morphologie und Wortbildung, Genus der Substantive, Syntax), Orthographie und Pragmatik. Dem Masterprojekt liegt dabei ein sprachdynamischer Ansatz zugrunde, der die Dynamik – Variation und Wandel – als konstitutives Merkmal von Sprache versteht. Als Endergebnis stellt sich heraus, dass RedakteurInnen der Austrian Airlines v. a. auf der Ebene der Morphologie auf dieselben Sprachkonstruktionen zurückgreifen, wodurch die veröffentlichten Texte zumindest in Bezug darauf einheitlich wirken. Legt Austrian Airlines jedoch Wert auf eine bewusste, zielgerichtete und mit ihrem stark vertretenen Österreich-Image einhergehende Unternehmenssprache, sind in anderen systemlinguistischen Bereichen weiterführende Schritte zu unternehmen und Entscheidungen zu treffen.

9.1.2 Englisch (*Abstract in English*)

This thesis is settled within the field of sociolinguistics showing an analysis of the content of the Austrian Airlines website, an Austrian airline company. It focalizes on Austrian German and four subsystems of language: lexis, grammar (with particular focus on the morphology, word formation, grammatical gender, and syntax), orthography, and pragmatics. The master project is based on a language dynamic approach, which understands dynamics – variation and change – as a constitutive feature of language. The results show how Austrian Airlines editors try to utilize mainly the same language constructions, especially within the morphologic area, to convey cohesiveness amongst all published texts. If Austrian Airlines really wants to implement a corporate language that is conscious, purposeful, and strongly bound to the Austria image the company represents, further steps and decisions have to be taken in other areas of linguistic system.

9.2 Lebenslauf

PERSÖNLICHE DATEN

Nachname	Maselko
Vorname	Mateusz
Akademische Grade	BA MA
Geburtsjahr	11.07.1990
Geburtsort	Myślenice, Polen
Staatsangehörigkeit	Polen
E-Mail-Adresse	mateusz.maselko@univie.ac.at

* * *

UNIVERSITÄTSBILDUNG

Seit 03.2014	Doktoratsstudium der Philosophie – Dissertationsgebiet: Deutsche Philologie, Universität Wien (Österreich) Angestrebte Dissertation: „Zur Syntax des Riograndenser Hunsrückischen in Südbrasilien. Variation und Wandel“ im Bereich Germanistische Sprachwissenschaft Schwerpunkte: Variationslinguistik, Sprachinselforschung, Syntax
Seit 03.2012	Masterstudium Austrian Studies – Cultures, Literatures, Languages, Universität Wien (Österreich) Masterarbeit: „Austrian Airlines wirklich <i>Austrian</i> ? Eine soziolinguistische Analyse der Austrian Airlines-Homepage“ im Bereich Languages – Sprache in Österreich Schwerpunkte: Österreichisches Deutsch, Minderheitensprachen, Lexikographie, Deutsch als Fremdsprache, internationale Beziehungen, Buch- und Bibliothekswesen
Seit 10.2010	Lehramtsstudium UF Polnisch UF Deutsch, Universität Wien (Österreich) 1. Diplomprüfungszeugnis: 01.2014 Angestrebte Diplomarbeit: „Mental Maps polnischer Regionalsprachen. Eine perzeptionslinguistische Studie“ im Bereich Polnische Sprachwissenschaft Schwerpunkte: Perzeptionslinguistik, diachrone Sprachwissenschaft, Polnisch als Fremdsprache, Fachdidaktik, Genderlinguistik, Gegenwartsliteratur
03.2012–01.2014	Masterstudium Deutsche Philologie, Universität Wien (Österreich) Abschluss (mit Auszeichnung): Master of Arts (MA) Masterarbeit: „Das Tempus-Modus-System des Riograndenser Hunsrückischen“ im Bereich Sprachwissenschaft Schwerpunkte: Variationslinguistik, Sprachinselforschung, Sprachgeschichte, Syntax, Morphologie, Lexikographie, Gegenwartsliteratur

10.2009–02.2012 Bachelorstudium Deutsche Philologie, Universität Wien (Österreich)
Abschluss: Bachelor of Arts (BA)
Bachelorarbeiten: „Mental Maps. Theoretische Grundlagen und Ergebnisse der Studie zu Dialekten in Österreich“ im Bereich Sprachwissenschaft, „Erwerb und Gebrauch der Umgangssprache bei UnterstufenschülerInnen mit Migrationshintergrund“ im Bereich Deutsch als Zweitsprache
Erweiterungscurricula: Kulturwissenschaften / Cultural Studies, Internationaler literarischer Transfer, Alternative Erweiterungen
Schwerpunkte: Variationslinguistik, Frühneuhochdeutsch, Genderlinguistik, Deutsch als Fremd- und Zweitsprache, Frauenliteratur, Verlagswesen

* * *

LETZTER SCHULABSCHLUSS

06.2009 Allgemeine Hochschulreife (Matura), Abschluss mit Auszeichnung, Tytus-Chałubiński-Obergymnasiale Gesamtschule, Allgemeinbildende Oberschule Nr. 2, Myślenice (Polen)

* * *

BERUFLICHE ERFAHRUNG

Seit 06.2010 Personal Assistant (selbständig): Korrespondenz, Terminplanung, Kundenbetreuung, Homepageverwaltung, universitäre Angelegenheiten, Buchhaltung
Univ.-Lektor Dr. Dietmar Koller, Leopoldsdorf (Österreich)

10.2014–01.2015 Lehrbeauftragter im Fach Deutsche Sprachwissenschaft unter besonderer Berücksichtigung des Neuhochdeutschen – Hauptseminar „Kontaktvarietäten des Deutschen: Variation und Wandel“
Universität Augsburg (Deutschland), Philologisch-Historische Fakultät, Germanistik

07.2014–01.2015 Bearbeiter des „Österreichischen Wörterbuchs“ (auf Werkvertragsbasis): Umarbeitung der InDesign-Daten nach XML-(FEI)-Standards, linguistische und redaktionelle Durchsicht
Österreichischer Bundesverlag Schulbuch GmbH & Co. KG, Wien (Österreich)

04.2012–05.2014 Unterrichtspraktikum im Fach Polnisch: Unterrichtshospitation, -vorbereitung, -durchführung und -nachbereitung in den Bereichen Literatur, Sprache, Landeskunde
Polnische Schule, Wien (Österreich)

10.2011–02.2013 Studentischer Mitarbeiter, Fachtutor für Wissenschaftliches Arbeiten
Universität Wien (Österreich), Institut für Germanistik

- 06.2012–08.2012** Praktikum: Recherche, Zusammenstellung und Analyse internationaler Dialektwörterbücher bzw. Durchführung einer internationalen Umfrage im Rahmen des Projekts „Dialektwörterbücher International“, Tagungsorganisation Österreichische Akademie der Wissenschaften, Institut für Österreichische Dialekt- und Namenlexika, Wien (Österreich)
- 03.2012–04.2012** Praktikum: Unterrichtshospitation, -vorbereitung, -durchführung und -nachbereitung in den Bereichen Deutsch als Fremdsprache, Sprach- und Literaturwissenschaft, Workshop- und Veranstaltungsorganisation Bundesuniversität von Rio Grande do Sul, Deutsche Abteilung, Porto Alegre (Brasilien)
- 02.2012–03.2012** Praktikum: Bibliotheksbetreuung, thematische Einteilung und Katalogisierung des Gesamtbestandes, Umsetzung der Bibliotheksmanagement-Software „Calibre“, ÖSD-Prüfungsvorbereitung und -beaufsichtigung, Kulturveranstaltungsorganisation Österreich-Informationszentrum und -Bibliothek, Fès (Marokko)
- 08.2010–10.2010** Praktikum: Unterrichtshospitation, -vorbereitung, -durchführung und -nachbereitung im Bereich Deutsch als Fremdsprache, Vortragsvorbereitung und -durchführung, Schulfestorganisation, Betreuung deutschsprachiger Gäste Tytus-Chałubiński-Obergymnasiale Gesamtschule, Myślenice (Polen)

* * *

PUBLIKATIONEN

- MASELKO, MATEUSZ** (i. A. [2015]): Mental Maps polnischer Regionalsprachen. Eine perzeptionslinguistische Studie. Diplomarbeit. Universität Wien.
- MASELKO, MATEUSZ** (2015): *Austrian Airlines wirklich Austrian?* Eine soziolinguistische Analyse der Austrian Airlines-Homepage. Masterarbeit. Universität Wien.
- MASELKO, MATEUSZ** (2013b): *Hunsrik xraywe*. A new way in Lexicography of the German Language Island in Southern Brazil. In: *Dialectologia*. Special Issue IV, 147–180. URL: <http://www.publicacions.ub.edu/revistes/dialectologiaSP2013/>.
- MASELKO, MATEUSZ** (2013a): Das Tempus-Modus-System des Riograndenser Hunsrückischen. Masterarbeit. Universität Wien. URL: <http://othes.univie.ac.at/30849/>.
- MASELKO, MATEUSZ / HAMESTER JOHANN, SOLANGE MARIA / DEWES, MABEL** (2014): *Hunsrik lërne* ‘Hunsrückisch lernen’. Dialektunterricht in der deutschen Sprachinsel Südbrasilien. In: *The Journal of Languages for Specific Purposes* 1, 95–106. URL: <http://jlspe.steconomics.ro/archives/001/jlsp-i1-9.pdf>.

MASELKO, MATEUSZ / PFLUGER, ELISABETH (2013): Syntaktischer Wandel vom Frühneuhochdeutschen zum Neuhochdeutschen am Beispiel des Theaterstücks „Der durchlauchtige Kohlenbrenner“. In: Anuari de Filologia. Estudis de Lingüística 3, 89–137. URL: <http://revistes.ub.edu/index.php/AFEL/article/view/9891/12708>.

* * *

VORTRÄGE UND KONFERENZEN

- 09.2014** Vortrag „Zur Syntax des Riograndenser Hunsrückischen in Südbrasilien. Variation und Wandel. Vorstellung des Dissertationsprojekts“ im Rahmen des Dies Doctoralis Universität Wien (Österreich), Philologisch-Kulturwissenschaftliche Fakultät
- 07.2014** Vortrag „Variation und Wandel im Riograndenser Hunsrückischen (Südbrasilien) am Beispiel ausgewählter Phänomene der Verbalsyntax“ im Rahmen der Konferenz „German abroad. Perspektiven der Variationslinguistik, Sprachkontakt- und Mehrsprachigkeitsforschung“ (Mitorganisation) Universität Wien (Österreich), Institut für Germanistik
- 02.2014** Vortrag „Zur Syntax des Riograndenser Hunsrückischen in Südbrasilien. Variation und Wandel. Vorstellung des geplanten Dissertationsprojekts“ im Rahmen des Workshops „Sprachwissenschaftliche Dissertationsprojekte der Wiener Germanistik 2014“ Universität Wien (Österreich), Institut für Germanistik
- 11.2013** Vortrag „Zwei Tempora *fa ze Hunsrück veezehle*. Zum Tempus des Hunsrückischen in Rio Grande do Sul, Brasilien“ im Rahmen des Workshops „Morphologie und Syntax deutscher Dialekte“ Albert-Ludwigs-Universität Freiburg (Deutschland), Deutsches Seminar – Germanistische Linguistik
- 03.2013** Vortrag „*Jetzt tuun mea veezehle*. Zum Hunsrückischen in Rio Grande do Sul, Brasilien mit besonderer Berücksichtigung des Tempus-Modus-Systems“ Universität Bergen (Norwegen), Abteilung für Spanische Sprache und Lateinamerikanische Studien
- 03.2013** Vortrag „*Jetzt tuun mea veezehle*. Hunsrückisch in Rio Grande do Sul, Brasilien. Forschungsreisebericht. Erste Ergebnisse der Studie zum Tempus-Modus-System“ Sprachinselveerein Wien (Österreich), Verein der Freunde der von Österreich aus besiedelten Sprachinseln

- 11.2012** Organisation und Leitung des Workshops „Sprache in Österreich“, Vorträge: „Österreichische Standardvarietät des Deutschen“, „Wahrnehmungsdiagnostik“
Staatliche Ilia-Universität Tiflis (Georgien), Österreich-Bibliothek
- 07.2012** Mitorganisation des 7. Kongresses der Internationalen Gesellschaft für Dialektologie und Geolinguistik (SIDG) > dialekt 2.0 & wbö¹⁰⁰
Österreichische Akademie der Wissenschaften, Institut für Österreichische Dialekt- und Namenlexika, Wien (Österreich)
- 03.2012** Vortrag „Österreich. Sprache, Kultur, Politik“ (gemeinsam mit Elisabeth Pfluger)
Bundesuniversität von Rio Grande do Sul, Deutsche Abteilung, Porto Alegre (Brasilien)
- 03.2012** Vortrag „Österreichische Sprache und Kultur. Hochschulwesen in Österreich“ (gemeinsam mit Elisabeth Pfluger)
Goethe-Institut, Porto Alegre (Brasilien)

* * *

KENNTNISSE

Sprachen

Polnisch (Muttersprache)
Deutsch (C2)
Englisch (B2)
Russisch (A2)
Französisch (A1)
Portugiesisch (A1)
Latein
Mittelhochdeutsch

EDV-Kenntnisse

Windows: Vista, 7, 8; Microsoft Office: Word, Excel, PowerPoint, Publisher, Access, Outlook; CorelDRAW; ArcGIS; R; Calibre; XML-basierte Technologien; POS-Annotation; Eurofib