

Sachlichkeit und Emotion in der Wirtschaftssprache anhand ausgewählter Wortschatzbeispiele aus der Wirtschaftspresse des ausgehenden 19. Jahrhunderts

Im Beitrag werden Wortschatzbeispiele in Zitaten aus der Wirtschaftspresse aus den Jahren 1885–1886 präsentiert, die einerseits die Sachlichkeit der Wirtschaftssprache und andererseits ihre Emotionalität belegen. Es handelt sich hier, wie auch einhundert Jahre später, um die Zeit des wirtschaftlichen Aufschwungs und später die Zeit der aufkommenden Krise. Zum Vergleich werden Beispiele aus der Presse des 20. Jh. (1995–1996) angeführt, um auf Ähnlichkeiten hinzuweisen und die Entwicklung der Wirtschaftssprache in dieser Zeitspanne zu zeigen. Emotionen begleiten das wirtschaftliche Geschehen, seine Erfolge und Niederlagen, seit mehr als 100 Jahren.

Schlüsselwörter: Emotion, Wirtschaftssprache, Wirtschaftspresse, 19. und 20. Jahrhundert

Rationality and Emotion in the Language of Economy Based on Selected Examples of Vocabulary from the Economic Press at the End of the 19th Century

The article presents examples of vocabulary in quotations from the economic press from 1885–1886, which on the one hand show the rationality of the language of economy, but on the other hand emotions. It is – as it was hundred years later – a time of economic prosperity and of impending crisis. For comparison, examples from the press of the 20th century (1995–1996) are cited to show similarities and development of the language of economy during this period. Emotions have always accompanied economic processes, its successes and failures, for over 100 years.

Keywords: emotions, economic language, economic press, 19th and 20th century

Author: Grażyna Strzelecka, University of Warsaw, Institute of German Philology, ul. Dobra 55, 00-312 Warszawa, Poland, e-mail: g.strzelecka@uw.edu.pl

Received: 2.12.2019

Accepted: 4.4.2020

1. Einleitung

Der Beitrag ist Bestandteil einer längeren Analyse des Wirtschaftswortschatzes aus dem 19. und 20. Jh., die sich zum Ziel setzt zu zeigen, wie sich der Wortschatz in einer Zeitspanne von etwa 100 Jahren entwickelt und verändert hat. Im vorliegenden Beitrag sind Wörter und Wendungen von Interesse, die die emotionale Seite der sachlichen Wirtschaftssprache belegen, die den Wirtschaftsboom der Gründerzeit und anschließend die aufkommende Krise in der Wirtschaft am Ende des 19. Jh. (1885–1886) widerspiegeln. Zum Vergleich werden Wortschatzbeispiele aus der Wirtschaftspresse des ausgehenden 20. Jh. (1995–1996) angeführt, in denen die Wirtschaft ähnlichen Gründeraufschwung nach dem Mauerfall und anschließend eine Krisenzeit in den neuen Bundesländern erlebte.

1.1 Materialbasis und Quellen

In der Analyse werden Wortschatzbeispiele in Zitaten aus der Wirtschaftspresse des ausgehenden 19. Jh. präsentiert. Die Zeitungen stammen aus den Jahren 1885–1886; die Beispiele wurden Handelsberichten, Lehrartikeln, Kommentaren zur Lage der Wirtschaft im Inland und in der Welt, finanziellen Wochenschauen, Marktberichten, allgemeinen Wirtschaftsberichten und ausländischen Korrespondenzen entnommen. Die Quellen aus den Jahren 1885–1886 sind: das „Berliner Finanz- und Handelsblatt“ (BFH), die „Berliner Börsen Zeitung“ (BBZ), die „Handels- und Gewerbe Zeitung“ (HUG) und die „Deutsche Landwirtschaftliche Presse“ (DLP). Es wurden jeweils die vollständigen Jahrgänge ausgewertet, wobei nur ein Bruchteil des Materials in dem vorliegenden Beitrag präsentiert werden kann. Für den zum Vergleich herangezogenen Wirtschaftswortschatz aus der Presse des ausgehenden 20. Jh. wurden Berichte und Korrespondenzen aus den Jahren 1994–1995 aus folgenden Wirtschaftszeitungen untersucht: „Wirtschaftskurier. Nachrichten und Kommentare aus dem Industrie- und Finanzbereich“ 1995 und 1996 (WK), „Die Wirtschaft. Unternehmen – Märkte- und Unternehmensführung“ 1995 (DW) und „Die Deutsche Handwerkszeitung“ 1993 (DHZ). Es wurden jeweils mehrere Ausgaben aus den genannten Jahrgängen sowie im Falle der letztgenannten Zeitschrift alle Ausgaben aus dem genannten Jahrgang ausgewertet. Zum Nachschlagen der Bedeutungen dienten zwei Wirtschaftswörterbücher vom Anfang des 20. Jh.: das „Wörterbuch der deutschen Kaufmannssprache auf geschichtlichen Grundlagen“ von Alfred Schirmer (1911) und das „Wörterbuch der Wirtschaft“ von Friedrich Bülow (1936) sowie Wirtschaftswörterbücher vom Ende des 20. Jh. von Gabler (1993) und Vahlens (1994). Der in den Wörterbüchern enthaltene Wortschatz ist allerdings nicht Gegenstand der Analyse; es ist die lebendige Sprache der Presse, die die Augenblicke aus dem Wirtschaftsleben festhält und diese – zum Teil sehr emotionsgeladen – in der Wortschatzwahl widerspiegelt. Die präsentierten Satzkontexte (Zitate) sollen die Isolierung der Wörter verhindern und zum besseren Verstehen ihrer Bedeutungen beitragen. Übersichtlichkeitshalber wurde der Wortschatz in kleine thematische Gruppen eingeteilt.

1.2 Die wirtschaftliche Lage im ausgehenden 19. Jahrhundert

Ein kurzer technischer Überblick über das 19. Jh. zeigt einige wichtige Errungenschaften und wirtschaftsrelevante Momente der industriellen Revolution: die Erfindung der Dampfmaschine und der Rotationspresse, die Beschleunigung von Produktion, Transport (Eisenbahn) und Kommunikation (Telefon) sowie den Ausbau der Städte. Die Entwicklung der Presse setzte etwa Mitte des 19. Jh. ein; sie war durch Erfindungen und sich ausweitende Industrialisierung sowie durch Entwicklung der Städte zu Industriezentren bedingt. Sie wurde durch maschinelle Produktion sowie durch Verbesserungen im Nachrichtenwesen ermöglicht (vgl. Reger 1980: 76). Der geschichtliche Überblick wiederum weist zum Ende des 19. Jh. auf die folgenden Punkte hin: Gründung des

Deutschen Reiches (1871), „Gründerzeit“, „Gründerboom“ und „Gründerkrise“. Technik und Geschichte haben Einfluss auf die Sprache, die neben dem Sachlichen auch die emotionale Seite dieser Ereignisse zum Ausdruck bringt.

Nach der Gründung des Deutschen Reiches 1871 erlebte die deutsche Wirtschaft einen enormen Aufschwung. Es wurden eine wirtschaftsliberale Gesetzgebung und ein einheitlicher Markt geschaffen; der auf die technischen Errungenschaften folgende „Fortschrittsoptimismus“ förderte einen rasanten Anstieg der Konjunktur. Nach Deutschland flossen nach dem Sieg über Frankreich französische Kriegsreparationen. Es etablierte sich die Bezeichnung „Gründerzeit“; es gab zahlreiche Bankgründungen, Kapitalerhöhungen in Unternehmen, Neugründungen und Neuemissionen. Aktienkurse und Investitionen erreichten bis dahin ungekannte Höhen und die Notierungen an den Börsen kannten nach oben keine Grenzen. Der „Gründerboom“ hielt bis Herbst 1872 an, bis schließlich 1873 der „Gründerkrach“ kam. Innerhalb von einigen Jahren mussten hunderte von börsennotierten Unternehmen wieder geschlossen werden, Eisenbahn- und Industriegesellschaften hatten hohe Verluste, Banken wurden wieder geschlossen. Die „Große Depression“, dauerte über zwanzig Jahre bis etwa 1896¹ und die „Gründerkrise“ wirkte sich auf die gesamte Wirtschaft aus. Die Zeit des Aufschwungs und die Zeit der Krise spiegelten sich in der Sprache wider und die Berichterstattung der Wirtschaftspresse über wirtschaftliche Ereignisse war nicht frei von Emotionen.

1.3 Die wirtschaftliche Lage im ausgehenden 20. Jahrhundert

Der technische Überblick über das 20. Jh. zeigt die weitere Beschleunigung der Produktions-, Transport- und Kommunikationsprozesse, insbesondere in der zweiten Jahrhunderthälfte. Es entstehen (Farb)Fernsehen, Internet und schließlich Mobilfunk. Es erfolgt eine weitere Beschleunigung des Gütertransports und folglich des Handels. Für das 20. Jh. waren darüber hinaus auch die Konzentration des Kapitals, die weitere Entwicklung der Großunternehmen und Konzerne sowie eine starke Entwicklung des Dienstleistungssektors, darunter des Finanzsektors, charakteristisch. Der geschichtliche Blick zum Ende des 20. Jh. zeigt vor allem den Mauerfall (1989) und die Öffnung der Grenzen, danach die Vereinigung Deutschlands, den „Aufschwung Ost“ und schließlich die aufkommende Krise. Auch das nimmt Einfluss auf die Sprache und in der Wirtschaftspresse vermischt sich Sachlichkeit mit Emotion.

Am Ende des 20. Jh. erlebte Deutschland eine mit dem „Gründerboom“ vergleichbare Aufbruchsstimmung: Der Staatsvertrag von 1990 brachte die Wirtschafts- und Währungsunion sowie eine soziale Integration und ebnete den neuen Bundesländern den Weg in die soziale Marktwirtschaft. Doch der hohe Anpassungsdruck im Osten und die Kosten für die Vereinigung hatten auch negative Folgen. Allmählich verlor

¹ Vgl. <https://de.m.wikipedia.org/wiki/Gründerzeit>, Zugriff am 15.5.2019; www.boerse.de, Zugriff am 15.5.2019.

der Aufschwung an Dynamik, es folgten Arbeitslosigkeit, Wirtschaftskrise und Zahlungsschwierigkeiten in den fünf neuen Ländern. Viele Unternehmen verlagerten ihre Produktion ins Ausland und „exportierten“ die Arbeitsplätze². So kann man sagen, dass sich die Geschichte mutatis mutandis wiederholte und die beiden Zeitpunkte miteinander verglichen werden können. Es ist daher interessant, zu diesen beiden Zeitpunkten den Wirtschaftswortschatz auf seine Sachlichkeit und Emotionalität zu untersuchen.

2. Emotionen in der Wirtschaftssprache

Es gibt zahlreiche Definitionen der Emotion, aus psychologischer, kognitiver und neurobiologischer Sicht, jedoch keine einheitliche Begriffsbestimmung. Eine von ihnen lautet: „Eine Emotion ist ein qualitativ näher beschreibbarer Zustand, der mit Veränderungen auf einer oder mehreren der folgenden Ebenen einhergeht: Gefühl, körperlicher Zustand und Ausdruck“ (Schmidt-Atzert 1996: 21). Der Autor fasst jedoch zusammen: „Bislang ist kein Konsens festzustellen, was man unter einer Emotion zu verstehen hat“ (Schmidt-Atzert 1996: 18). Wissenschaftler bündeln die Erkenntnisse zu sog. Arbeitsdefinitionen. Eine von ihnen, die auf die Emotionen in der Presse, darunter der Wirtschaftspresse bezogen werden kann, lautet: „Emotionen sind organisierte psychophysiologische Reaktionen auf Neuigkeiten über momentane Beziehungen [der Person] zu ihrer Umwelt“ (Lazarus 1991: 38). „Neuigkeit“ ist dabei eine Bezeichnung für Wissen oder Überzeugungen bezüglich der Bedeutung der Person-Umwelt-Beziehungen für das persönliche Wohlergehen. Die Qualität und die Intensität der emotionalen Reaktion hängt von subjektiven Bewertungen dieses Wissens in Bezug darauf ab, wie es auf kurze und lange Sicht um unsere Ziele steht, und von der auf diese Beziehung gerichteten Handlungstendenz (vgl. Lazarus 1991: 38). Wirtschaftsjournalisten erklären dem Laien die Belange der Wirtschaft, sie schaffen einen Zugang zu komplizierten Wirtschaftsprozessen, indem sie Brücken schlagen und Wirtschaftsbezüge ordnen und erklären. Auf diese Weise entsteht eine Beziehung des Lesers zum wirtschaftlichen Geschehen, er kann als Laie besser auf Neuigkeiten in der Wirtschaftsumwelt reagieren. Man könnte annehmen, dass diese Beziehung sachlich und emotionsfrei verläuft. Damasio behauptet indessen, dass Emotionen einen entscheidenden Einfluss auf das Bewusstmachen von Inhalten haben. Es sind Emotionen, die den gesamten Prozess des Bewusstmachens der Inhalte bestimmen und eine wichtige Rolle bei der Aufnahme, Speicherung und Wiedergabe von Informationen spielen. Der Autor beschreibt Emotionen als Mechanismen, die auf der körperlichen Ebene auftreten, während Gefühle auf der geistigen Ebene bleiben: „Emotionen treten auf der Bühne des Körpers auf, die Gefühle auf der Bühne des Geistes“ (Damasio 2005: 38). Gefühle sind also bewusst gewordene Emotionen und die Emotionen selbst beziehen sich auf den Augenblick und sind flüchtig.

² Vgl. <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Ministerium/90-98.html>, Zugriff am 10.6.2019.

In der vorliegenden Analyse geht es um verbale Mittel, Emotionen auszudrücken. Aus offensichtlichen Gründen werden hier nonverbale und paraverbale Mittel ausgespart, aus Platzgründen auch morphologische und stilistische Mittel. Bezogen auf Wirtschaftspresstexte scheint es allerdings auch bei diesen Einschränkungen wichtig, einige Vorbemerkungen vorzuschicken. Der Stil der Wirtschaftstexte ist normalerweise sachlich, neutral und trocken. In der Wirtschaftspresse sollte er – wie angedeutet – informativ, eventuell kommentierend oder argumentativ sein. Wenn es um Wirtschaftszeitungen geht, so gibt es hier zwei Parteien: den Autor und den Leser sowie den Augenblick des Lesens. Der Leser ist, etwas zeitversetzt, dem Text und den Informationen, darunter den darin enthaltenen Emotionen, ausgesetzt. Die grundlegende Intention des Autors einer Wirtschaftszeitung sollte das Informieren der Leser über wirtschaftliches Geschehen sein. Oft geht es dem Autor jedoch nicht um die reine Information, sondern um die Stimulation seines Lesers; dies kommt insbesondere in den Kommentaren zum Wirtschaftsgeschehen zum Ausdruck. Die Zeitungen vom Ende des 19. Jh. pflegen eine populäre Darstellungsweise und bieten ihren Lesern einen mehr oder weniger lockeren Meinungsaustausch zu brisanten Themen der Zeit an. Abhängig von der wirtschaftlichen Situation und der Einstellung des Autors zum gegebenen Problem kommen in den Texten negative oder positive Emotionen zum Vorschein. Sie hängen von dem subjektiven Wissen der Wirtschaftsjournalisten um das Wirtschaftsgeschehen ab und werden auf den Leser projiziert. In der Presse des 19. Jh. wird der Leser oft auch belehrt. Daher ist es interessant, die Wirtschaftstexte unter dem emotionalen Aspekt zu untersuchen, und aufzuzeigen, dass sie trotz ihrer Sachlichkeit emotionsgeladen sind.

Einen besonderen Stellenwert haben hier die Metaphern. Es würde den Rahmen des Beitrags sprengen, die Einteilung der Metaphern und ihre Arten ausführlich zu besprechen. Dazu gibt es eine umfangreiche Literatur, in der wir je nach der Blickrichtung der Autoren unterschiedliche Ansätze und Schwerpunkte finden, nach denen die Metaphern, ihr Ursprung und Einsatz erklärt werden. Es gibt mehrere mögliche Einteilungen in Metaphernarten. Nach der Zwecksetzung ist es u. a. die Metapher als sprachliches Bild (Kroeber-Riel 1969: 78), die auf einer Ähnlichkeitsbeziehung zwischen zwei Gegenständen bzw. Begriffen beruht und aufgrund gleicher oder ähnlicher Bedeutungsmerkmale einer Bedeutungsübertragung unterliegt (Bußmann 1990: 484). Gerade diese Metapher ist imstande mit anschaulicher, bildhafter, sehr emotionaler Ausdrucksweise eine wirtschaftliche Erscheinung zu beschreiben (z. B. die Flaute an der Börse). Nach dem Kriterium der Art, auf die die Bedeutung übertragen wird, gibt es u. a. die dynamisierende, die verkörpernde, die konkretisierende, die sensorische und die personifizierende Metapher (Reger 1980: 33–54). Die dynamisierende Metapher, in der einer dinghaften Erscheinung Bewegung oder mehr Bewegung verliehen wird sowie die personifizierende Metapher, in der einem Gegenstand oder einer Erscheinung menschliche Eigenschaften und Gefühle zu-

geschrieben werden, haben insbesondere in der Sprache der Börse Fuß gefasst (die Börse wird meistens personifiziert und „handelt“ emotional). Für den vorliegenden Beitrag gilt aber vor allem die Auffassung von Lakoff und Johnson (1980), nach denen die Metaphern nicht als künstliche Sprachbilder und rhetorische Stilfiguren (die Metapher wird als eine Stilfigur der antiken Rhetorik definiert) verstanden werden, sondern als alltägliche Denkmuster im Gehirn, deren metaphorischer Gehalt zumeist nicht wahrgenommen wird, jedoch das Denken und Handeln beeinflusst. Auch das trifft auf die Wirtschaftssprache und die Wirtschaftspresse zu.

3. Wortschatzbeispiele aus dem 19. Jahrhundert

Die Grenze zwischen den oft von der Wirtschaftspresse benutzten sachlichen Fachwörtern der Wirtschaftssprache und Wörtern mit emotionaler Ladung ist manchmal schwer zu ziehen. Neben sachlichen Wörtern wie die unten angeführten *Handelsbeziehungen*, *Handelsgebiete* oder *Handelskammern* steht ein wertendes Wort wie *Handelsfeindseligkeit*. Heute würden wir es als emotional gefärbt (negativ) einstufen, doch im 19. Jh. scheint es durchaus sachlich verwendet worden zu sein. Aus heutiger Sicht zeugen jedoch die fettgedruckten Wörter in den folgenden Zitaten von der emotionalen Einstellung des Autors zu dem beschriebenen Problem. Eine wichtige Rolle spielt hier, wie erwähnt die Metapher, die sich trotz des seriösen Erscheinungsbildes der Fachzeitschriften als beliebtes Ausdrucksmittel erweist. Sie lockert den berichtenden Stil auf und akzentuiert ihn auf bildhafte Weise (Reger 1980: 80). Sie ist ein Stilmerkmal, das der Öffentlichkeitssprache entgegenwirkt und lesemotivierend ist (Reger 1980: 95). Metaphern sind sprachliche Bilder, die auf einer Ähnlichkeitsbeziehung zwischen zwei Gegenständen bzw. zwei Begriffen beruhen (Bußman 1990: 484). Viele Wörter stehen jedoch an der Grenze zum metaphorischen Gebrauch. Auch diese Grenzen sind schwer zu ziehen, denn die Tatsache, ob ein Ausdruck als Metapher eingestuft wird, hängt vom Satzkontext und von der Einstellung des Lesers zum gelesenen Text ab, denn trotz vieler Auslegungsmöglichkeiten der Metaphern, setzt ihr Verständnis „verstehenswillige Leser“ voraus (Kroeber-Riel 1969: 80). Die von der Wirtschaftspresse verwendeten Metaphern sind darüber hinaus „konjunkturabhängig“, da sie die aktuelle Wirtschaftslage widerspiegeln. In konjunkturrell bedingten schwierigen Krisenzeiten spielt insbesondere die sog. Kriegsmetapher eine wichtige Rolle. Das Konzept von Lakoff und Johnson heißt: Argumentieren ist Krieg (Lakoff/Johnson 1980: 4). Gerade in der Wirtschaft sind kämpferische Handlungen und in der Argumentation der Wirtschaftsjournalisten kriegerische Momente zu beobachten. Die folgenden Beispiele in Satzkontexten werden das belegen; von den untenstehenden Wörtern, die themenbedingt in vier thematische Bereiche eingeteilt sind, sind einige aus heutiger Sicht stark emotional gefärbt, denn sie sind auf den tatsächlich geführten Zollkrieg zurückzuführen. Dieser erstreckte sich auch auf die allgemeinen Handelsbeziehungen.

3.1 Wörter aus dem Bereich Handel und Zoll: Handelsbeziehungen, Handelsgebiet, Handelskammer, Handelsstraße, Handelsverkehr, Handelsleute, Handelsfeindseligkeit, Freihandel, Einfuhr, Ausfuhr, Ausfuhrbewegung, Ausfuhrhandel, Ausfuhrindustrie, Einfuhrverbot, Zollerträge, Zollausschlüsse, Zollerhöhungen, Schutzzölle, Angriffs-Zölle, Zollkrieg

Negativ beladene Wörter sind u. a.: *Handelsfeindseligkeit, Angriffs-Zölle, Zollchikanen und Zollkrieg*: „Manche der russischen Zollpositionen [...] stellen sich mehr als **Angriffs-Zölle** denn als **Schutzzölle** dar.“ BFH 22/1886, S. 184, „[...] daß von **Handelsfeindseligkeit** in keinem Falle dort die Rede sein kann [...]“ BFH 20/1886, S. 171, „Dasselbe Streben würde auch dann vorwalten, wenn man zum **Zollkrieg** überginge“ BFH 20/1886, S. 171.

Neutral sind die Wörter *Handelsgebiet, Handelsstraße* und *Handelsbeziehungen*: „Was wird uns denn im Orient zu thun übrig bleiben, wenn ein Handelsgebiet nach dem andern uns verschlossen wird [...]“ BFH 36/12 Sept. 1886, S. 277, „Durch die letztere haben sich die Engländer in den Besitz der einzigen Handelsstraße zwischen Südasien und China gesetzt“ BFH 17/1886, „[...] und zwar hat den hervorragendsten Antheil an den internationalen Handelsbeziehungen die Handelsmarine [...] genommen“ BFH 3/1886.

3.2 Wörter aus dem Bereich Kolonien und Goldsuche: Schwarzarbeiter, Küstenneger, Goldfelder, Goldlager, Goldfunde, Goldgräber, Gräber, Goldwanderungen, Goldfieber

Ein interessanter Wirtschaftsbereich sind im ausgehenden 19. Jh. die Kolonien. Mit der Gewinnung und Erschließung von Kolonialgebieten hing im 19. Jh. das Wort *Gold* zusammen, das in der Wirtschaftspresse die Aufbruchsstimmung hinsichtlich der Goldsuche widerspiegelt. Dies klingt abenteuerlich und viele der mit der Goldsuche assoziierten Wörter sind stark emotional, siehe z. B. Bezeichnungen für die dort agierenden Personen: Mit *Schwarzarbeitern* sind schwarzhäutige Arbeiter gemeint (im 20. Jh. kommt es zu einer Bedeutungsänderung), der *Küstenneger* ist hier der Einheimische: „[...] daß infolge der Hitze europäische Arbeiter nur unter kostspieligen Vorsichtsmaßregeln für kurze Zeit verwendet werden könnten. Der aufgewühlte Boden erzeuge sofort Fieber, so daß also die Verwendung von **Schwarzarbeitern** absolut nothwendig sei“ HUG 36/1885, S. 568, „Die angeborene Schlaueit des **Küsten-Negers** [...] tritt hier zum Vorschein, und haben die Faktoristen an der Küste mit ihr zu rechnen“ HUG 11/14. März 1885. Beide Bezeichnungen haben aus heutiger Perspektive einen negativen, emotionalen Klang. Bei den Wörtern, die mit der Goldsuche im Zusammenhang stehen, handelt es sich wiederum oft um Metaphern der Krankheit (negative Assoziation) oder der Reise (positive Assoziation).

Goldsuche war in den Kolonien eine begehrte Beschäftigung und *Goldfieber* ist ein besonders emotional geladenes Wort. *Goldwanderungen* haben ebenfalls eine positive emotionale Färbung: „Von den **Goldwanderungen** nach Amerika [...] haben wir zwar

unmittelbar keinerlei Angriffe zu befürchten und der Goldschatz unserer Bank hat sich gar nicht [...] verändert“ BFH 36/12.Sept. 1886, S. 277, „Zu allem Unglück für dieses Land ist seit einigen Monaten das **Goldfieber** ausgebrochen“ BFH 44/7 Nov 1886, „Goldfieber in der Kapkolonie“ S. 327.

Dagegen sind Bezeichnungen wie *Goldfelder*, *Goldlager* und *Goldgruben* sachliche Wörter, die die Realität beschreiben: „In Hinblick auf den Markt für Edelmetalle widmet man besondere Aufmerksamkeit den Nachrichten über die Entdeckung ergiebiger Goldfelder in Westaustralien“ BFH 24/20 Juni 1886, S. 199, „[...] hat man dort [...] Goldlager entdeckt, von welchen die Berichte behaupten, daß auf eine große Ergiebigkeit mit Sicherheit zu rechnen sei“ BFH, 25/1886, S. 208, „Es muß auch in Deutschland Interesse erregen, wenn [...] von ergiebigen Goldgruben in Australien und Indien gesprochen wird“.

3.3 Wörter aus dem Bereich Finanzen: Geldverschlechterung, Freihändler, Bimetallist, Banquier, Finanzier

Ein sehr bildhaftes, emotionsgeladenes Wort ist das Wort *Geldverschlechterung*, mit dem die Inflation, also das Sinken des Geldwertes gemeint ist: „Wenn einmal der Staatskredit durch **Geldverschlechterung** ruiniert werden soll, dann doch lieber gleich Papierwährung“ DLP 3/1886, 9 Jan., S. 15, „Ebenso unsinnig ist das Geschrei über **Geldverschlechterung**“ DLP 12/10 Feb.1886, S. 68. Auch das Wort *Freihändler* ist emotional untermalt, wogegen das oben angeführte Wort *Freihandel* als sachlich eingestuft wurde. In dem folgenden Zitat ist jedoch die Ironie des Autors nicht zu überhören: „Unsere **Freihändler** sind groß darin, mit Schlagworten um sich zu werfen“ [...] BFH 26/28 Juni 1885, S. 216. Ähnlich verhält es sich mit den folgenden Personenbezeichnungen: „Man mag [...] **Goldwährungsmann** oder **Bimetallist** sein, die Währungspolitik unserer Regierung wird von beiden Lagen her verurtheilt werden müssen“ BBZ 562/1 Dez.1886, S. 2. Sachlich, obwohl mit dem Hauch eines eleganten Fremdwortes umgeben, sind die Berufsbezeichnungen *Banquier* und *Finanzier*: „Englische Finanziers und französische Banquiers stehen [...] bestürzt da“ BFH 25/1886, S. 208.

3.4 Wörter aus dem Bereich Börse: Lebhaftigkeit, freundliche Physiognomie, matte Haltung, flauere Stimmung, ohne Animo sowie viele Adjektive, die die Stimmungen an der Börse beschreiben: matt, lustlos, flau, verflauend

Börsenberichte sind stark emotional und gehören zumeist zum metaphorischen Bereich. Es gibt hier viele emotionale Personifizierungen: „Der Gerste-Handel hat von neuem an **Lebhaftigkeit** etwas gewonnen“ DLP 10/3 Feb.1886, S. 59, „Für Weizen zeigte der Effektivhandel insofern eine **freundlichere Physiognomie**, als [...]“ DLP 17/27 Feb. 1886, „Der spekulative Montan-Markt war fest, aber **ohne jedes Animo**“ BFH 5/31, S. 33, „Auch die neue Woche hat die hiesige Getreidebörse in entschieden **matter Haltung** begonnen“, DLP 6/20 Jan.1886, S. 35, „Als Grund hierfür wurden uns in erster Linie die

flauen Berichte genannt, welche vom Auslande vorlagen DLP 6/20 Jan.1886, S. 35, „[...] die letzte Börsen Woche hat in ausgesprochen **flauer Stimmung** geschlossen BFH 3/17 Jan.1886, S. 17, „Die fruchtbare Witterung [...] konnte nicht verfehlen, auf die Tendenz im internationalen Getreidehandel **verflauend einzuwirken** [...]“ DLP 33/24 Apr.1886, S. 218.

Als positiv gefärbte Gegenwörter dazu gelten in Börsenberichten die ebenfalls emotionalen Adjektive *lebhaft, fest, glatt, liquid*.

4. Wortschatzbeispiele aus der Wirtschaftspresse des ausgehenden 20. Jahrhunderts

Aus Platzgründen können hier nur einige wenige Beispiele aus der Wirtschaftspresse des ausgehenden 20. Jh. angeführt werden.

4.1 Wörter aus den Bereichen Währung und Finanzen: Schwarze und rote Zahlen, starke Mark, Dollarsturz, Schwächeanfall, Belebung des Konsumklimas, Preissensibilität des Kunden

Gerade der Bereich der Finanzen birgt viele emotionale Wörter, die nicht nur in der Wirtschaftssprache, sondern auch in der Umgangssprache fungieren. *Schwarze Zahlen* sind ein allgemein bekannter Ausdruck für Gewinne und *rote Zahlen* stehen allgemein für Verluste, die *schwarze Null* ist der Grenzbereich. Diese metaphorischen Bezeichnungen sind bereits verblasst: „Bereits jetzt liegt die Steigerungsrate gegenüber dem Vergleichszeitraum bei 7%, beim Umsatz sind es sogar 14% bei weiterhin **schwarzen Zahlen** in der Ergebnisrechnung“ WK 38/Januar 1996, S. 14, „Zwar steuerten alle Geschäftsbereiche **schwarze Zahlen** bei, doch nicht alle Töchter“ WK 38/Januar 1996, S. 15, „Und statt der versprochenen **schwarzen Null** steht sogar ein kleiner Gewinn in Höhe von 2, Mio. DM in der Bilanz“ WK 38/Januar 1996, S. 14. Die *starke Mark* ist ein positives emotionales Symbol jener Zeit: „Denn eigentlich symbolisiert eine **starke Mark** Vertrauen [...] in unsere Volkswirtschaft“ WK 37/Mai 1995, S. 1, der *schwache Dollar* ist negativ beladen: „Zwar konnte sich der Greenback, wie die amerikanische Währung auch genannt wird, etwas vom **Schwächeanfall** erholen, trotzdem sind die Verluste dramatisch“ WK 37/Mai 1995, S. 4, „[...] es wurde vor allem vom abrupten **Dollarsturz** völlig überschattet“ WK 5/Mai 1994, S. 4.

4.2 Wörter aus dem Bereich Handel: Kooperation, Kooperationsabkommen, Belebung des Konsumklimas, Preissensibilität des Kunden

Im Bereich Handel ist in der Wirtschaftspresse des 20. Jh. eine euphemistische Ausdrucksweise, wie etwa in den Wortpaaren *Belebung des Konsumklimas* (Anregung zu größerem Konsum) und *Preissensibilität des Kunden* (Reaktion der Kunden auf

hohe Preise) anzutreffen: „Die Prognosen auf eine **Belebung des Konsumklimas** [...] haben sich [...] nicht erfüllt“ WK 38/Januar 1996, S. 20, „Die ohnehin ausgeprägte **Preissensibilität des Kunden** werde dadurch weiter verschärft“ DHZ 45/3.Dez.1993, S. 12. Diese Beispiele zeigen, wie stark die Medien in der Lage sind, emotionale Wortpaare zu bilden und durch ihre Wiederholung in diversen Texten den Leser positiv zu stimulieren.

4.3 Beispiele für Bezeichnungen der allgemeinen Geschäftslage

Die allgemeine Geschäftslage ist am Ende des 20. Jh. schwach. Bezeichnungen wie *Durststrecke* und *Ermüdung* bevölkern die Wirtschaftspresse: „Bei optischen Gläsern gab es nach einer **Durststrecke** eine Umsatzsteigerung von 30% [...]“ WK 38/Januar 1996, S. 23, „Es [...] erscheint uns eine vorsichtige [...] Politik solange noch angebracht, als nicht deutlichere **Ermüdungszeichen des globalen Aufschwungs** zu erkennen sind“ WK 5/1995, S. 23. Interessanterweise gehen auch Ende des 19. Jh. die Geschäfte schlecht. Ähnlich wie 100 Jahre später beschwert man sich in der Wirtschaftspresse über die trübe Wetterlage und eine *Geschäftsdürre*: „Die Spekulation scheint sich im Ganzen der bevorstehenden **Geschäftsdürre** bewußt zu sein, da die Tendenz der Börsen außer unbedeutenden Auflockerungen als ‚still‘ und ‚lustlos‘ gemeldet wird“ BFH 26/4 Juli 1886, S. 104.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Der Beitrag hat einen kurzen Überblick über die Möglichkeiten des Ausdrucks von Emotionen in der Wirtschaftssprache des 19. Jh. in einigen Wirtschaftsbereichen gezeigt. Zwar sind viele emotionale Wörter aus dem Gebrauch gekommen, doch der Vergleich mit dem Wortschatz aus der Wirtschaftspresse des 20. Jh. ergibt auch interessante Erkenntnisse über die Lexik in der Zeit des Aufschwungs und der Krise. Die emotionale Ladung unterlag im Laufe des letzten Jh. einem Wandel. Aus der späteren Perspektive wirken emotionale Formulierungen, die im 19. Jh. üblich waren, oft übertrieben oder konfrontativ (Beispiele: *Handelsfeindseligkeit*, *Zollchikane*, *Zollkrieg*); sie könnten 100 Jahre später gar als verbale Angriffe empfunden werden. Allerdings muss berücksichtigt werden, ob sie in Zeiten wirtschaftlichen Aufschwungs oder in Zeiten der Krise benutzt werden; unter ähnlichen wirtschaftlichen Bedingungen ist auch im 20. Jh. eine ähnliche emotionsgeladene Lexik möglich. In wirtschaftlich ähnlichen Zeiten herrschen ähnliche Emotionen – das lässt Schlüsse über die mögliche zukünftige Entwicklung des Wirtschaftswortschatzes ziehen. Die Wirtschaftspresse bedient sich auch nach 100 Jahren weiterhin einer bildhaften metaphorischen Sprache. Einige emotionale Wörter werden mit anderer Bedeutung weiterhin benutzt. Diese Erkenntnisse regen zu weiteren Beobachtungen der Sprache der Wirtschaft im 21. Jh. an.

Literaturverzeichnis

Primärliteratur

- Berliner Finanz- und Handelsblatt, Jahrgänge 1885 und 1886. (BFH)
 Berliner Börsen Zeitung, Jahrgang 1885. (BBZ)
 Handels- und Gewerbe Zeitung, Jahrgang 1885. (HUG)
 Deutsche Landwirtschaftliche Presse, Jahrgang 1886. (DLP)
 Wirtschaftskurier. Nachrichten und Kommentare aus dem Industrie- und Finanzbereich, mehrere Ausgaben aus den Jahren 1995 und 1996. (WK)
 Die Wirtschaft. Unternehmen – Märkte- und Unternehmensführung, mehrere Ausgaben aus dem Jahr 1995. (DW)
 Die Deutsche Handwerkszeitung, alle Ausgaben aus dem Jahr 1993. (DHZ)

Nachschlagewerke

- BUSSMANN, Hadumod. *Lexikon der Sprachwissenschaft*. Stuttgart: Kröner, 1990. Print.
 BÜLOW, Friedrich. *Wörterbuch der Wirtschaft*. Leipzig: Kröner, 1936. Print.
 GABLER, Theodor. *Wirtschaftslexikon in 8 Bänden*. Wiesbaden: Verlag Dr. Th. Gabler, 1993. Print.
 SCHIRMER, Alfred. *Wörterbuch der deutschen Kaufmannssprache auf geschichtlichen Grundlagen*. Strassburg: Trübner, 1911. Print.
 VAHLENS. *Großes Wirtschaftslexikon in 4 Bänden*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 1994. Print.

Sekundärliteratur

- DAMASIO, Antonio. *Ich fühle, also ich bin. Die Entschlüsselung des Bewußtseins*, 11. Auflage. Berlin: Liszt Taschenbuchverlag, 2011. Print.
 ENGELSING, Rolf. *Sozial- und Wirtschaftsgeschichte Deutschlands*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1983. Print.
 KROEBER-RIEL, Walter. *Wissenschaftstheoretische Sprachkritik in der Betriebswirtschaftslehre. Semantische und pragmatische Untersuchungen betriebswirtschaftlicher Sprachen*. Berlin: Duncker & Humblodt, 1969. Print.
 LAKOFF, George and Mark JOHNSON. *Methaphors we live by*. The University of Chicago Press: Chicago, 1980. Print.
 LAZARUS, Richard S. *Emotion and Adaptation*. New York: Oxford University, 1991. Print.
 REGER, Harald. *Metaphern und Idiome in szenischen Texten, in der Werbe- und Pressesprache*. Hamburg: Buske, 1980. Print.
 SCHMIDT-ATZERT, Lothar. *Lehrbuch der Emotionspsychologie*. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer, 1996. Print.
 STRZELECKA, Grażyna. „Bankcomptoir oder Bankinstitut? Zur Entwicklung der Sprache der Finanzen anhand einer Analyse ausgewählter Fremdwörter aus Wirtschaftsartikeln des ausgehenden 19. Und 20. Jahrhunderts“. *Deutsche Sprache in Linguistischen Ausprägungen*. Hrsg. Dorota Kaczmarek, Marcin Michoń, Dariusz Prasalski und Zenon Weigt. Łódź: Uniwersytet Łódzki, 2014, 123–132. Print.
 STRZELECKA, Grażyna. „Zur Entwicklung der Sprache der Finanzen in der Zeit 1886–1995 – eine Wortschatzanalyse anhand von Wirtschaftsartikeln und Wörterbuchdefinitionen aus dem 19. und 20. Jahrhundert“. *Sprache in der Zeit, Zeit in der Sprache*. Hrsg. Waldemar Czachur, Marta Czyżewska und Kinga Zielińska. Warszawa: Zakład Językoznawstwa Germańskiego Instytutu Germanistyki Uniwersytetu Warszawskiego, 2015, 201–236. Print.

- STRZELECKA, Grażyna. „Zur Wirtschaftssprache des ausgehenden 19. und 20. Jahrhunderts: fremdsprachige Bezeichnungen aus dem Bereich der Unternehmen und der Organisation des Herstellungsprozesses in Zitaten aus der Wirtschaftspresse“. *Kommunikationsformen in der Fach- und Gemeinsprache*. Hrsg. Dorota Kaczmarek, Marcin Michoń, Dariusz Prasalski und Zenon Weigt. Łódź: Uniwersytet Łódzki, 176–189. Print.
- STRZELECKA, Grażyna. „Die Krise in der Phrase: Das Bild der wirtschaftlichen Lage in ausgewählten Phrasen aus der Wirtschaftspresse des ausgehenden 19. Jahrhunderts“. *Phraseologie und Parömiologie im Kontakt und Kontrast. Beiträge der 2. internationalen Tagung zur Phraseologie und Parömiologie in Wrocław/Polen, 23.–25. Mai 2019*. Bd. II. (= *Studia Phraseologica et Paroemiologica*, Bd. 3). Hrsg. Anna Gondek, Alina Jurasz, Marcelina Kałasznik und Joanna Szczek. Hamburg: Verlag Dr. Kovač, 2020, 129–150. Print.
- STRZELECKA, Grażyna. „Zeit des Aufschwungs und Zeit der Krise im Wirtschaftswortschatz des ausgehenden 19. und 20. Jahrhunderts in ausgewählten Zitaten aus der Wirtschaftspresse“ (in Vorbereitung).

Internetquellen

- <https://de.m.wikipedia.org/wiki/Gründerzeit>, Zugang 15.5.2019; www.boerse.de; Zugriff am 15.5.2019.
- <https://www.bmw.de/Redaktion/DE/Artikel/Ministerium/90-98.html>, Zugriff am 10.6.2019.

ZITIERNACHWEIS:

- STRZELECKA, Grażyna. „Sachlichkeit und Emotion in der Wirtschaftssprache anhand ausgewählter Wortschatzbeispiele aus der Wirtschaftspresse des ausgehenden 19. Jahrhunderts“, *Linguistische Treffen in Wrocław* 17, 2020 (I): 291–302. DOI: <https://doi.org/10.23817/lingtreff.17-24>