

Inhalt

Vorwort	7
---------------	---

Christoph Moss

Sprache der Wirtschaftskrise oder Krise der Wirtschaftssprache? Über das besondere Verhältnis von Ökonomie zu Linguistik	9
---	---

I Die Sprache der Unternehmen

Rudi Keller

Die Sprache der Geschäftsberichte: Was das Kommunikationsverhalten eines Unternehmens über dessen Geist aussagt.....	19
---	----

Matthias Dezes

Die Sprache der PR: Verständliche Kommunikation als Gradmesser für Erfolg.....	45
---	----

Bernd M. Samland

Die Sprache der Werbung: Ein schmaler Grat zwischen Genialität und Blödsinn.....	57
---	----

II Die Sprache der Interessengruppen

Barbara Brandstetter & Steffen Range

Die Sprache der Journalisten: Von der Gefahr, arm in den Ausdrucksformen und banal in der Wortwahl zu werden	75
---	----

Bernd Ziesemer

Die Sprache der Wirtschaftspolitik: Abstrakt und abgehoben	95
---	----

<i>Daniel Schnettler</i>	
Die Sprache der Börse: Warum „Buy“ nicht unbedingt „Kaufen“ bedeutet.....	107
III Rahmenbedingungen der Wirtschaftssprache	
<i>Marcus Reinmuth</i>	
Vertrauen und Wirtschaftssprache: Glaubwürdigkeit als Schlüssel für erfolgreiche Unternehmenskommunikation	127
<i>Gregor Half</i>	
Globalisierung und Wirtschaftssprache: Skizze eines Forschungsfelds und der Kommunikationspraxis	147
<i>Christoph Moss & Roland Schweins</i>	
Internet und Wirtschaftssprache: Wie Suchmaschinen die Kommunikation verändern.....	161
<i>Günther Zimmermann</i>	
Technik und Wirtschaftssprache: Einfache Texte als Ergebnis komplexen Textwissens	179
Die Autorinnen und Autoren.....	199