

Inhalt

<i>Sascha Demarmels & Wolfgang Kesselheim</i> Einleitung	9
<i>Werner Rudolf</i> Mythen, Märchen und Moneten. Texte in Geschäftsberichten: Was sie wollen und wie sie entstehen	19
<i>Marcus Reinmuth</i> Textsortenerwartung und ihre Antizipation in der Unternehmenskommunikation. Geschäftsberichte und der „Brief an die Aktionäre“	36
<i>Andrea Hirschi</i> Die Textsorte Brief für Direct-Marketing und die Anleitung zur Erstellung solcher Briefe	49
<i>Clemens Schwender</i> Gebrauchsanleitungen als Unternehmenskommunikation. Kommunikatoren, Medien und Rezipienten	63
<i>Franz Wagner</i> Sprachliche Charakteristika von Wirtschaftstexten in neuen Medien	80
<i>Sascha Demarmels & Dorothea Schaffner</i> Gendersensitive Sprache in Unternehmenstexten	98
<i>Madalina Chitez, Jörg Keller & Otto Kruse</i> Didaktische Genres und Schreibpraktiken in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang	121

Vinzenz Rast

Texten für die Wirtschaft: Ein Ausbildungskonzept 150

Wolfgang Kesselheim

Textlinguistische Analyse und Textsortenkompetenz:

Der Aktionärsbrief 167

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren 190