Textsortenspezifische Merkmale der deutsch-algerischen Wirtschaftskommunikation : eine vergleichende textsortenlinguistische Analyse

Genre-Specific Features of German-Algerian Economic Communication : A Comparative Text-Linguistic Analysis

Fethi BETKA

Labor TRANSMED, Fakultät für Fremdsprachen
Abteilung für Deutsche und Russische Sprache
Universität Oran 2 Mohamed Ben Ahmed, Algerien
betka.fethi@univ-oran2.dz

Eingangsdatum**: 08/09/2026** Annahmedatum**: 29/09/2026** Veröffentlichungsdatum**: 01/10/2026**

Zusammenfassung :

Die deutsch-algerische Wirtschaftskommunikation umfasst ein breites Spektrum an Textsorten – vom staatlichen Abkommen bis zum Social-Media-Beitrag –, die sich in Formalitätsgrad, Adressatenbezug und kommunikativer Funktion deutlich unterscheiden. Der Beitrag untersucht, wie sich fünf zentrale Textsorten dieser Kommunikation sprachlich und funktional voneinander abgrenzen. Grundlage ist eine vergleichende Auswertung von fünf authentischen Texten aus dem deutsch-algerischen Wirtschaftskontext (Jahresbericht, Social-Media-Beitrag, Pressemitteilung, Stellenanzeige, völkerrechtliche Absichtserklärung) anhand eines textsortenlinguistischen Analyserasters. Die Ergebnisse zeigen sowohl gemeinsame Gestaltungsmuster – etwa mehrgliedrige Komposita, Nominalstil und Passivkonstruktionen – als auch deutliche textsortenspezifische Unterschiede in Aufbau, Adressierung und rhetorischer Gestaltung. Der Beitrag leistet damit einen Beitrag zur Beschreibung des Genrespektrums der deutsch-algerischen Wirtschaftskommunikation.

Schlüsselwörter: Textsortenlinguistik ; Wirtschaftskommunikation ; Diskursanalyse ; Deutsch-Algerische Beziehungen ; Genrevergleich.

Abstract :

German-Algerian economic communication spans a wide range of genres, from formal state agreements to social-media posts, which differ markedly in formality, addressee orientation and communicative function. This paper examines how five central genres of this communication differ from one another linguistically and functionally. It draws on a comparative analysis of five authentic texts from the German-Algerian economic context (an annual report, a social-media post, a press release, a job advertisement, and a declaration of intent), examined through a text-linguistic analytical grid. The findings reveal both shared stylistic patterns – such as multi-part compounds, the nominal style and passive constructions – and clear genre-specific differences in structure, addressee orientation and rhetorical design. The paper thereby contributes to describing the genre spectrum of German-Algerian economic communication.

Keywords : Text-Type Linguistics ; Economic Communication ; Discourse Analysis ; German-Algerian Relations ; Genre Comparison.

****

1. Einleitung

Kommunikation ist das Fundament jeder Geschäftsbeziehung. In der deutsch-algerischen Wirtschaftskooperation nimmt sie dabei sehr unterschiedliche sprachliche Formen an: Ein völkerrechtliches Abkommen zwischen zwei Ministerien folgt anderen Regeln als eine Pressemitteilung zweier Unternehmen, eine Stellenanzeige oder ein kurzer Beitrag auf einer Social-Media-Plattform. Diese Textsorten unterscheiden sich nicht nur im Umfang, sondern auch im Formalitätsgrad, in der Adressierung und in der kommunikativen Funktion, die sie erfüllen.

Die algerisch-deutschen Wirtschaftsbeziehungen haben sich in den letzten Jahren deutlich intensiviert; das bilaterale Handelsvolumen liegt bei über vier Milliarden Euro jährlich, mit Schwerpunkten in den Bereichen Energie, Automobilindustrie und erneuerbare Energien. Mit dieser Intensivierung wächst auch die Vielfalt der Texte, die im Rahmen dieser Zusammenarbeit produziert werden: von zwischenstaatlichen Absichtserklärungen über Jahresberichte von Energiepartnerschaften bis hin

zu Unternehmenspressemitteilungen und Stellenausschreibungen. Eine systematische Beschreibung dieses Textsortenspektrums fehlt bislang.

Daraus ergibt sich die zentrale Fragestellung dieses Beitrags: Welche sprachlichen und strukturellen Merkmale kennzeichnen die zentralen Textsorten der deutsch-algerischen Wirtschaftskommunikation, was verbindet sie, und worin unterscheiden sie sich hinsichtlich Formalitätsgrad, Adressatenbezug und kommunikativer Funktion? Zur Beantwortung dieser Frage werden fünf authentische Texte aus dem deutsch-algerischen Wirtschaftskontext einer vergleichenden textsortenlinguistischen Analyse unterzogen.

Der Beitrag gliedert sich in zwei Teile. Der erste Teil skizziert den Kommunikationsraum der deutsch-algerischen Wirtschaftsbeziehungen und die Rolle unterschiedlicher Textsorten darin. Der zweite Teil enthält die vergleichende Analyse der fünf Textsorten und fasst die gemeinsamen sowie die textsortenspezifischen Merkmale zusammen.

2. Der Kommunikationsraum der deutsch-algerischen Wirtschaftsbeziehungen

2.1 Die algerisch-deutschen Wirtschaftsbeziehungen als Kommunikationsanlass

Die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Algerien und Deutschland reichen bis in die Zeit nach der algerischen Unabhängigkeit zurück und waren zunächst stark von staatlichen Kooperationen im Bereich der Industrie und Infrastruktur geprägt (Benrabah, 2013). Nach einer Phase relativer Stagnation in den 1990er Jahren erholten sich die Beziehungen seit den 2000er Jahren deutlich: Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes lag das bilaterale Handelsvolumen im Jahr 2023 bei über vier Milliarden Euro, wobei Deutschland zu den fünf wichtigsten Lieferanten Algeriens zählt (Destatis, 2024). Algerien importiert aus Deutschland vor allem Maschinen und Anlagen, chemische Produkte, Fahrzeuge und Medizintechnik, während es im Gegenzug hauptsächlich Erdöl, Erdgas und petrochemische Erzeugnisse exportiert. Die Handelsstruktur bleibt jedoch von einem deutlichen Ungleichgewicht zugunsten Deutschlands geprägt,

das nach Boumediene (2019) durch eine Diversifizierung der algerischen Exporte und einen verstärkten Technologietransfer abgebaut werden könnte.

Jede dieser Handelsbeziehungen bringt eigene kommunikative Anlässe hervor. Deutsche Unternehmen wie Siemens, Daimler und später auch mittelständische Firmen aus dem Maschinen- und Anlagenbau fanden früh Zugang zum algerischen Markt und trugen zum Aufbau zahlreicher Großprojekte bei, etwa Kraftwerke, Kommunikationsnetze und Zementfabriken. Jedes dieser Projekte erzeugt einen eigenen Kommunikationsbedarf: Ausschreibungsunterlagen, technische Spezifikationen, Verhandlungsprotokolle, Wartungsverträge. Auch die in dieser Untersuchung analysierten Textsorten – der Jahresbericht, die Pressemitteilung, die Absichtserklärung – sind unmittelbare sprachliche Niederschläge dieser Kooperationsprojekte und lassen sich nicht von ihrem wirtschaftlichen Entstehungskontext trennen.

2.2 Zentrale Kooperationsbereiche: Energie, Industrie, Ausbildung

Drei Sektoren prägen die bilaterale Wirtschaftskooperation und damit auch die dort entstehende Kommunikation besonders stark. Der Energiesektor bildet ihr Rückgrat: Algerien verfügt über bedeutende Erdgasreserven, und deutsche Unternehmen wie Siemens sind gemeinsam mit der algerischen Staatsgesellschaft Sonatrach an der Modernisierung von Kraftwerken beteiligt. Insbesondere die Zusammenarbeit im Bereich der erneuerbaren Energien hat an Bedeutung gewonnen, da Algerien seine Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen reduzieren möchte; in diesem Rahmen wurden mehrere Kooperationsabkommen zur Produktion von grünem Wasserstoff unterzeichnet (GIZ, 2022). Kommunikativ äußert sich dieser Sektor in einer dichten Folge von Jahresberichten, Absichtserklärungen und Pressemitteilungen, wie sie im zweiten Teil dieses Beitrags analysiert werden.

Der Industriesektor umfasst vor allem den Maschinen- und Anlagenbau, die Automobilindustrie sowie die chemische Industrie. Beispielsweise errichtete ein deutsches Unternehmen ein Kabelwerk in der Provinz Boumerdes, während Bosch ein Service- und Trainingszentrum in

Algier eröffnete; Mercedes-Benz montiert in Zusammenarbeit mit einem algerischen Partner Lastkraftwagen und Busse in Tiaret (AHK Algérie, 2023). Die technischen Anleitungen und die Kommunikation mit der jeweiligen Konzernzentrale laufen dabei häufig auf Deutsch, was einen eigenen, stark technisch geprägten Kommunikationsbereich mit spezifischen Textsorten wie Wartungshandbüchern und internen Rundschreiben erzeugt.

Der Ausbildungssektor schließlich gewinnt für die langfristige Zusammenarbeit an Bedeutung. Das deutsche duale Berufsbildungssystem, das theoretische Ausbildung in Berufsschulen mit praktischer Arbeit in Unternehmen verbindet, gilt in Algerien als gefragtes Modell; die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und die Deutsch-Algerische Industrie- und Handelskammer (AHK Algérie) engagieren sich in entsprechenden Qualifizierungsprogrammen (Boudjemaa, 2021). In Algerien wurden mehrere Berufsbildungszentren nach deutschem Vorbild eingerichtet, etwa das Ausbildungszentrum für die Automobilindustrie in Rouïba und das Ausbildungszentrum für erneuerbare Energien in Bechar. Auch die im zweiten Teil analysierte Stellenanzeige des Goethe-Instituts ist ein Beispiel für die Textsorten, die dieser Ausbildungsbereich hervorbringt.

2.3 Neue Entwicklungen: Wasserstoffwirtschaft und Digitalisierung

Ein besonders kommunikationsintensiver Bereich ist die Wasserstoffwirtschaft. Algerien verfügt aufgrund seiner Sonneneinstrahlung und großer ungenutzter Flächen über günstige Voraussetzungen für die Produktion von grünem Wasserstoff. 2022 unterzeichneten Algerien und Deutschland eine Absichtserklärung zur Förderung dieser Zusammenarbeit und richteten eine gemeinsame Arbeitsgruppe ein; algerischer Wasserstoff könnte künftig eine Rolle in der deutschen Energiewende spielen, etwa über den geplanten SoutH2-Corridor, eine mehr als 3000 Kilometer lange Wasserstoffpipeline zwischen Nordafrika und Mitteleuropa. Solche Vorhaben werden typischerweise von einer ganzen Abfolge unterschiedlicher Textsorten begleitet – von der zwischenstaatlichen Absichtserklärung über den Jahresbericht bis zur kurzen Ankündigung auf Social Media –, die im zweiten Teil dieses Beitrags im Mittelpunkt stehen.

Auch die Digitalisierung eröffnet neue Kommunikationsanlässe. Algerien hat mit der Strategie „Algérie Numérique 2030" die Transformation der Wirtschaft in eine digitale, innovationsbasierte Wirtschaft eingeleitet; deutsche Unternehmen wie SAP sind dabei gefragte Partner für digitale Lösungen. Solche Kooperationen erzeugen wiederum eigene Textsorten, etwa Produktankündigungen, Kooperationsvereinbarungen oder Stellenausschreibungen für IT-Fachkräfte, die sich in ihrer sprachlichen Gestaltung von den klassischen Textsorten des Energiesektors unterscheiden können.

2.4 Textsorten der Wirtschaftskommunikation und interkulturelle Herausforderungen

Kommunikation ist im algerisch-deutschen Kontext mit besonderen Herausforderungen verbunden, die über sprachliche Unterschiede hinausgehen: Unterschiedliche kulturelle Normen und Geschäftspraktiken prägen die Wirtschaftskommunikation mit. Eine Studie von Müller und Schmidt (2021) zu interkulturellen Herausforderungen im arabisch-deutschen Wirtschaftsverkehr zeigt, dass Missverständnisse häufig auf mangelndes kulturelles Wissen zurückzuführen sind: Die im deutschen Geschäftsleben geschätzte direkte Kommunikationsweise kann im algerischen Kontext als unhöflich empfunden werden, während die im arabischen Raum übliche ausführliche Höflichkeitsrhetorik von deutschen Partnern als unverbindlich missverstanden werden kann.

Vor diesem Hintergrund gewinnt der Begriff der Textsorte an Bedeutung: Jede Textsorte – der Vertrag, der Bericht, die Pressemitteilung, die Stellenanzeige, der Social-Media-Beitrag – ist an feste kommunikative Konventionen gebunden, die Formalitätsgrad, Adressierung und rhetorische Mittel bestimmen (vgl. Fluck, 1996; Roelcke, 2010). Wer diese Konventionen kennt, kann eine Nachricht nicht nur sprachlich, sondern auch situativ angemessen einordnen. In internationalen Joint Ventures wird zudem die Frage der Arbeitssprache regelmäßig zum Verhandlungsgegenstand: Während deutsche Partner häufig auf Deutsch oder Englisch bestehen, bevorzugen algerische Mitarbeitende oft

Französisch oder Arabisch, sodass eine klare Sprachregelung für den Unternehmenserfolg wesentlich ist. Der zweite Teil dieses Beitrags widmet sich daher der vergleichenden Beschreibung von fünf zentralen Textsorten der deutsch-algerischen Wirtschaftskommunikation.

2.5 Wirtschaftskommunikation als mehrstufiger Prozess

Wirtschaftskommunikation umfasst verschiedene Ebenen: die Verhandlung von Verträgen, die offizielle Korrespondenz zwischen Institutionen, die Außendarstellung von Unternehmen und die Personalkommunikation. Auf jeder dieser Ebenen kommen unterschiedliche Textsorten zum Einsatz, die jeweils eigene sprachliche Konventionen mitbringen (Weber, 2020). Eine völkerrechtliche Absichtserklärung etwa dient der langfristigen Selbstverpflichtung zweier Regierungen und verlangt daher einen hohen Formalisierungsgrad, während eine Pressemitteilung in erster Linie über ein Ereignis informieren und zugleich das beteiligte Unternehmen positiv positionieren soll. Verträge werden in der Regel in der Sprache des jeweiligen Landes abgefasst, oft zusätzlich in einer internationalen Verkehrssprache, sodass die Kenntnis der deutschen Rechts- und Wirtschaftssprache für algerische Geschäftspartner von großem Vorteil ist, um Vertragsklauseln genau zu verstehen. Diese funktionale Vielfalt bildet den Ausgangspunkt für die im zweiten Teil vorgenommene vergleichende Analyse.

3. Vergleichende Analyse von fünf Textsorten der deutsch-algerischen Wirtschaftskommunikation

3.1 Korpus, Textsorten und Analyseraster

Die Untersuchung stützt sich auf ein exemplarisches Korpus aus fünf authentischen Texten des deutsch-algerischen Wirtschaftskontextes: einem Jahresbericht der Deutsch-Algerischen Energiepartnerschaft (BMWi, 2021), einem Social-Media-Statement des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK, 2024), einer Pressemitteilung zu einem Gasliefervertrag zwischen VNG und Sonatrach (VNG H&V, 2024), einer Stellenanzeige des Goethe-Instituts Algerien (Goethe-Institut, 2026) sowie einer völkerrechtlichen Absichtserklärung über die deutsch-algerische

Energiepartnerschaft (BMWi, 2015). Ziel ist nicht die statistisch repräsentative Erfassung der deutschen Wirtschaftssprache, sondern die exemplarische Beschreibung des Textsortenspektrums, das die deutsch-algerische Wirtschaftskommunikation kennzeichnet.

Die Auswahl der Texte folgt vier Kriterien: Authentizität (es handelt sich um reale, unveränderte Gebrauchstexte), thematische Einschlägigkeit (deutsch-algerische Wirtschafts- und Energiekooperation), Sortenvielfalt (von der formellen völkerrechtlichen Erklärung bis zum Social-Media-Beitrag) sowie Zugänglichkeit und Nachprüfbarkeit. Die vergleichende Beschreibung erfolgt auf vier Ebenen, die sich an der etablierten Fachsprachenbeschreibung orientieren (vgl. Hoffmann, 1985; Roelcke, 2010; Fluck, 1996): der Wortbildung (Komposita, Abkürzungen, entlehnte Ausdrücke), dem Satzbau (Nominalstil, Funktionsverbgefüge, Passivkonstruktionen), der Bedeutungsebene (Mehrdeutigkeit zwischen Allgemein- und Fachsprache) sowie dem Textaufbau und der kommunikativen Funktion (Adressatenbezug, Gliederung, intendierte Wirkung). Jeder der folgenden fünf Unterabschnitte wendet dieses Raster auf eine Textsorte an, bevor der abschließende Abschnitt die Ergebnisse zusammenführt.

3.2 Der Jahresbericht der Deutsch-Algerischen Energiepartnerschaft

Der 2021 veröffentlichte Jahresbericht des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi, 2021) dokumentiert die Aktivitäten der Energiepartnerschaft für das Jahr 2020. Lexikalisch fällt die hohe Dichte an Fachkomposita auf: Energiewendeministerium, Stromabnahmevertrag, Power-to-X-Technologie, Potenzialanalyse oder Leuchtturmprojekt benennen politische und technische Sachverhalte kompakt. Auffällig ist zudem der französische Ausdruck „Partenariat d'exception" (privilegierte Partnerschaft), der den Einfluss des französischsprachigen Kontexts auf die deutsche Berichterstattung über Algerien zeigt, sowie vereinzelte Anglizismen wie Power-to-X und die Abkürzung MENA.

Syntaktisch dominiert ein ausgeprägter Nominalstil: Handlungen werden als Nomen ausgedrückt, etwa in „Die Gründung eines neuen Ministeriums für Energiewende und Erneuerbare Energien gibt dem Ausbau klimafreundlicher Technologien in Algerien neue Impulse". Hinzu kommen lange Nominalgruppen wie „Im Rahmen der Deutsch-Algerischen Energiepartnerschaft wird seit 2020 an der Erstellung einer Potenzialanalyse gearbeitet, die die technischen, kommerziellen und industriellen Möglichkeiten zur Entwicklung von Power-to-X-Technologien in Algerien herausarbeiten soll", sowie typische Passivkonstruktionen wie „Im Juni 2020 wurde ein neues Ministerium für Energiewende und Erneuerbare Energien geschaffen". Semantisch zeigen Wörter wie privilegierte Partnerschaft, Leuchtturmprojekt oder Bankfähigkeit eine deutliche Verschiebung gegenüber ihrer allgemeinsprachlichen Bedeutung: Bankfähigkeit etwa bezeichnet keine allgemeinsprachliche Eigenschaft, sondern die Fähigkeit eines Projekts, von Banken finanziert zu werden.

Pragmatisch folgt der Bericht einem klaren Aufbau – politische Einordnung, konkrete Initiative, wirtschaftliche und Bildungskooperation, Aktivitäten trotz Corona, tabellarische Zusammenfassung – und erfüllt zugleich eine informierende, dokumentierende und implizit werbende Funktion: Er hält die geleistete Arbeit fest und positioniert die Partnerschaft zugleich als erfolgreich und ambitioniert, ohne eine explizite Wir-Perspektive zu verwenden.

3.3 Der Social-Media-Beitrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz

Der am 9. Februar 2024 veröffentlichte LinkedIn-Beitrag des BMWK (BMWK, 2024) zur Gründung einer deutsch-algerischen Wasserstoff-Allianz zeigt ein deutlich anderes Register. Lexikalisch finden sich zwar ähnliche Fachwörter wie Energiepartnerschaft und Absichtserklärung, jedoch in geringerer Dichte, dafür aber mit auffälligen Anglizismen wie Roundtable, Know-how und dem Eigennamen SoutH2-Corridor, die den internationalen Charakter der Veranstaltung unterstreichen.

Syntaktisch sind die Sätze im Vergleich zum Jahresbericht deutlich kürzer und stärker auf schnelle Rezeption ausgelegt. Zugleich enthält der Text ein direktes Zitat von Bundesminister Robert Habeck – „Wir wollen dabei mit Know-How und technischer Expertise unterstützen" –, das den Text lebendiger wirken lässt und eine explizite Wir-Perspektive einführt. Passivkonstruktionen wie „Organisiert wurde der bilaterale Austausch vom BMWK und dem algerischen Ministerium für Energie und Bergbau" kommen vor, jedoch seltener als im Jahresbericht. Pragmatisch folgt der Beitrag einem knappen Schema aus Ankündigung, Veranstaltungsdetails, Projektvorstellung, Zitat und Danksagung, ergänzt um Hashtags wie #grünerwasserstoff, die für die Plattform Social Media charakteristisch sind und eine zusätzliche, plattformspezifische Adressierung ermöglichen.

3.4 Die Pressemitteilung von VNG Handel & Vertrieb und Sonatrach

Die Pressemitteilung zum Gasliefervertrag zwischen der VNG Handel & Vertrieb GmbH und der algerischen Sonatrach (VNG H&V, 2024) verbindet Fachkomposita der Energiebranche – Gasliefervertrag, Versorgungssicherheit, Energiewertschöpfungskette – mit einer auffällig persönlichen Kommunikationsstrategie. Anders als im Jahresbericht oder in der Absichtserklärung treten hier die Vorstandsvorsitzenden beider Unternehmen mit wörtlichen Zitaten auf: Ulf Heitmüller (VNG) betont, der Vertrag „legt den Grundstein für eine vertrauensvolle Lieferbeziehung", während Rachid Hachichi (Sonatrach) von einer „wegweisenden Vereinbarung" spricht. Diese Zitate machen den Text lebendiger und glaubwürdiger und führen eine deutliche Wir-Perspektive ein.

Syntaktisch mischen sich Nominalstil und Funktionsverbgefüge – einen Vertrag unterzeichnen, einen Meilenstein erreichen, den Grundstein legen – mit einfacheren, direkten Aussagesätzen, was den Text zugänglicher macht als den Jahresbericht. Semantisch fällt auf, dass Wörter wie Grundstein oder Meilenstein aus dem konkreten, räumlichen Wortfeld metaphorisch auf abstrakte unternehmerische Sachverhalte übertragen werden. Pragmatisch folgt die Pressemitteilung einem festen Schema aus

Überschrift, Ort und Datum, Einleitung, Unternehmenszitaten und Kurzporträts der beteiligten Firmen; sie erfüllt zugleich eine informierende und werbende Funktion, indem VNG explizit betont, als „erstes deutsches Unternehmen" algerisches Pipelinegas zu beziehen.

3.5 Die Stellenanzeige des Goethe-Instituts Algerien

Die Stellenanzeige für Prüferinnen und Prüfer der Goethe-Zertifikate (Goethe-Institut, 2026) gehört zu den am stärksten standardisierten Textsorten des Korpus. Lexikalisch dominieren Komposita aus dem Bereich Bildung und Prüfungswesen: Prüfungsablauf, Prüfungssicherheit, Prüfungsrichtlinien, Bewerbungsunterlagen, Motivationsschreiben. Syntaktisch herrscht ein ausgeprägter Nominalstil vor, etwa in „Sicherstellung eines ordnungsgemäßen Prüfungsablaufs und der Prüfungssicherheit" oder „Durchführung, Korrektur und Bewertung von Sprachprüfungen", während Passivkonstruktionen eher selten sind.

Semantisch verschieben sich Alltagswörter in eine institutionelle Bedeutung: Zertifikat bezeichnet hier ein standardisiertes Sprachdiplom, Honorarbasis eine freie Mitarbeit ohne festes Gehalt. Pragmatisch zeichnet sich die Stellenanzeige durch eine klare, listenförmige Gliederung aus – Ihre Aufgaben, Ihr Profil, Wir bieten, Bewerbungsaufforderung – sowie durch die direkte Anrede Sie, die eine Vorauswahl der Bewerbenden unterstützt und der Textsorte einen dienstleistungsorientierten, unmittelbar handlungsanleitenden Charakter verleiht, der sich deutlich von der distanzierten Sprache des Jahresberichts oder der Absichtserklärung abhebt.

3.6 Die völkerrechtliche Absichtserklärung über die deutsch-algerische Energiepartnerschaft

Die 2015 unterzeichnete gemeinsame Absichtserklärung (BMWi, 2015) weist von allen fünf Texten den höchsten Formalisierungsgrad auf. Lexikalisch dominieren politisch-wirtschaftliche Fachwörter wie Kohlenstoffmarkt, Energiemix, Stromnetzausbau, Wertschöpfung und Steuerungsgruppe, ergänzt um Anglizismen wie Best Practices und Monitoring. Syntaktisch fallen extrem lange Sätze mit verschachtelten Nominalgruppen auf, etwa: „Die Regierung der Bundesrepublik

Deutschland und die Regierung der Demokratischen Volksrepublik Algerien streben an, die freundschaftlichen Beziehungen zwischen beiden Ländern zu vertiefen und eine bilaterale Zusammenarbeit auf Grundlage der Grundsätze der Souveränität, der Gleichheit und des gegenseitigen Nutzens zu entwickeln." Funktionsverbgefüge wie eine Absichtserklärung formulieren, eine Steuerungsgruppe einrichten oder Bericht erstatten sowie Passivkonstruktionen wie „Die Steuerungsgruppe soll mindestens einmal pro Jahr alternierend in der Bundesrepublik Deutschland und in der Demokratischen Volksrepublik Algerien tagen" verstärken den unpersönlichen, stark formalisierten Charakter des Textes.

Semantisch trägt der Begriff Absichtserklärung selbst eine spezifische Bedeutung: Er bezeichnet ein politisch bedeutsames, aber nicht rechtlich bindendes Dokument. Pragmatisch gliedert sich der Text in Präambel, Liste der Kooperationsbereiche, Formen der Zusammenarbeit, Umsetzungsstrukturen, Finanzierungsregelung und rechtlichen Vorbehalt und verwendet durchgängig eine implizite Wir-Perspektive („die Seiten") anstelle konkreter Personen. Die Dreisprachigkeit der Unterschriften (Deutsch, Arabisch, Französisch) unterstreicht schließlich den Anspruch auf Gleichberechtigung der beiden Vertragsparteien – ein Merkmal, das in keiner der anderen vier Textsorten des Korpus auftritt.

3.7 Synthese: Gemeinsame Gestaltungsmuster und textsortenspezifische Unterschiede

Trotz ihrer Unterschiede teilen alle fünf Textsorten bestimmte sprachliche Gestaltungsmuster, die für die deutsche Wirtschaftskommunikation insgesamt charakteristisch sind:

- Mehrgliedrige Komposita: zusammengesetzte Nomen wie Gasliefervertrag, Energiepartnerschaft oder Wasserstoff-Allianz, die fachliche Sachverhalte kompakt benennen.
- Nominalstil: Verben werden häufig durch Nomen ersetzt (z. B. Durchführung, Korrektur und Bewertung von Prüfungen statt Prüfungen durchführen, korrigieren und bewerten), was einen sachlich-distanzierten Ton erzeugt.

- Passiv- und unpersönliche Konstruktionen: Die Vereinbarung wurde unterzeichnet – die Handlung steht im Vordergrund, nicht die handelnde Person.
- Anglizismen: Begriffe wie Roundtable, Monitoring oder Best Practices, besonders in international ausgerichteten Texten.
- Abkürzungen: Institutionen-, Firmen- und Rechtsformbezeichnungen wie BMWK, GIZ, AG oder GmbH.

Hinzu kommt eine semantische Besonderheit: Zahlreiche Wörter besitzen im Fachkontext eine andere Bedeutung als im allgemeinen Sprachgebrauch, etwa Leuchtturmprojekt (Vorzeigeprojekt mit Signalwirkung statt wörtlich ‚Projekt an einem Leuchtturm'), Meilenstein (wichtiges Ereignis) oder Bankfähigkeit (Eigenschaft eines Projekts, von Banken finanziert zu werden).

Jenseits dieser gemeinsamen Merkmale unterscheiden sich die fünf Textsorten deutlich in Formalitätsgrad, Adressatenbezug und rhetorischer Gestaltung. Die völkerrechtliche Absichtserklärung weist den höchsten Formalisierungsgrad auf: extrem lange Sätze, verschachtelte Nominalgruppen und eine unpersönliche, implizite Wir-Perspektive sollen die politische Verbindlichkeit des Dokuments unterstreichen, ohne rechtlich bindend zu sein. Der Jahresbericht kombiniert Nominalstil und Passivkonstruktionen mit einer dokumentierend-werbenden Funktion. Die Pressemitteilung hebt sich durch direkte Zitate der Unternehmensleitungen ab, die den Text lebendiger und glaubwürdiger wirken lassen; ihre Funktion ist zugleich informierend und werbend. Die Stellenanzeige zeichnet sich durch eine klare, listenförmige Gliederung und die direkte Anrede Sie aus, die eine Vorauswahl der Bewerbenden unterstützt. Der Social-Media-Beitrag schließlich weist die kürzesten Sätze, ein direktes Zitat und Hashtags auf und ist auf schnelle Rezeption sowie eine zukunftsweisende Selbstdarstellung der beteiligten Institutionen ausgelegt.

Diese Unterschiede lassen sich als Kontinuum von Formalität und Adressatenbezug beschreiben: An einem Ende steht die anonyme, hochformelle Absichtserklärung zwischen zwei Regierungen, am anderen

Ende der adressatennahe, informelle Social-Media-Beitrag mit persönlichem Zitat. Jahresbericht, Pressemitteilung und Stellenanzeige positionieren sich dazwischen, mit graduell zunehmender Direktheit der Ansprache. Die Reichweite dieser Befunde ist begrenzt, da sie auf einem exemplarischen Korpus beruhen; eine quantitative Bestätigung an einem größeren Textsortenkorpus steht noch aus.

4. Schlussfolgerung

Der vorliegende Beitrag ging der Frage nach, welche sprachlichen und strukturellen Merkmale die zentralen Textsorten der deutsch-algerischen Wirtschaftskommunikation kennzeichnen und worin sie sich unterscheiden. Der erste Teil hat gezeigt, dass die algerisch-deutschen Wirtschaftsbeziehungen ein vielfältiges Textsortenspektrum hervorbringen, das von zwischenstaatlichen Abkommen bis zu unternehmensinterner und öffentlicher Kommunikation reicht, und dass kulturelle Unterschiede in Kommunikationsstil und -konventionen diese Kommunikation zusätzlich prägen. Die drei zentralen Kooperationsbereiche – Energie, Industrie und Ausbildung – erzeugen dabei jeweils eigene Kommunikationsanlässe und damit ein breites Spektrum an Textsorten, deren Konventionen bislang kaum systematisch beschrieben worden sind.

Der zweite Teil hat anhand einer detaillierten Analyse von fünf authentischen Texten – Jahresbericht, Social-Media-Beitrag, Pressemitteilung, Stellenanzeige und völkerrechtliche Absichtserklärung – gezeigt, dass mehrgliedrige Komposita, Nominalstil und Passivkonstruktionen gemeinsame Gestaltungsmerkmale der deutschen Wirtschaftskommunikation sind, dass sich die untersuchten Textsorten jedoch in Formalitätsgrad, Adressatenbezug und rhetorischer Funktion deutlich unterscheiden – von der hochformellen, unpersönlichen Absichtserklärung bis zum adressatennahen Social-Media-Beitrag mit persönlichem Zitat. Diese Ergebnisse bestätigen, dass die deutsch-algerische Wirtschaftskommunikation kein einheitliches sprachliches Register bildet, sondern ein Kontinuum unterschiedlich formalisierter Textsorten, das sich zwischen den Polen Anonymität und persönlicher Ansprache,

Verbindlichkeit und Werbewirkung sowie Komplexität und Kürze aufspannt.

Aus diesen Ergebnissen ergeben sich mehrere Perspektiven für die weitere Forschung: eine Erweiterung des Korpus um zusätzliche Textsorten der deutsch-algerischen Wirtschaftskommunikation, etwa Verträge, Geschäftskorrespondenz oder Verhandlungsprotokolle; eine quantitative Überprüfung der beschriebenen Muster an einem größeren, systematisch zusammengestellten Textsortenkorpus; sowie eine vertiefte Untersuchung der Rolle von Anglizismen in unterschiedlichen Textsorten und Kommunikationskanälen. Auch ein Vergleich mit der Wirtschaftskommunikation anderer maghrebinischer Länder könnte aufschlussreich sein, um zu prüfen, inwieweit die beschriebenen Muster spezifisch für den deutsch-algerischen Kontext sind oder allgemeiner für die deutsche Wirtschaftskommunikation mit nordafrikanischen Partnern gelten. Eine genauere Kenntnis dieses Textsortenspektrums kann insgesamt dazu beitragen, Missverständnisse in der deutsch-algerischen Wirtschaftskommunikation zu vermeiden und die jeweiligen kommunikativen Konventionen situationsangemessen einzusetzen.

5. Bibliographie

Quellenkorpus

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). (2021). *Jahresbericht Energiepartnerschaften und Energiedialoge 2020.* Berlin: BMWi.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi). (2015). *Gemeinsame Absichtserklärung über eine deutsch-algerische Energiepartnerschaft.* Berlin: BMWi.

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK). (2024). *Deutsch-Algerischer Roundtable zu grünem Wasserstoff* [LinkedIn-Beitrag].

Goethe-Institut Algier. (2026). *Stellenanzeige: Prüfer/in für Goethe-Zertifikate für die Niveaustufen A1–C1.* Algier: Goethe-Institut.

VNG Handel & Vertrieb GmbH (VNG H&V). (2024). *Gasliefervertrag mit algerischer SONATRACH* [Pressemitteilung]. Leipzig: VNG.

Bibliographie

AHK Algérie (Deutsch-Algerische Industrie- und Handelskammer). (2023). *Jahresbericht 2023: Wirtschaft und Sprache in Algerien.* Algier: AHK.

Benrabah, M. (2013). *Langue et pouvoir en Algérie : Histoire d'un traumatisme linguistique.* Paris : Séguier.

Boudjemaa, R. (2021). Berufsbildung in Algerien: Potenziale für die deutsche Zusammenarbeit. *Zeitschrift für internationale Bildungsforschung, 14*(3), 88–105.

Boumediene, A. (2019). Die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Algerien und Deutschland: Eine Bestandsaufnahme. *Maghrebiner Wirtschaftsstudien, 7*(2), 45–62.

Destatis – Statistisches Bundesamt. (2024). *Außenhandel nach Ländern – Algerien.* Wiesbaden: Destatis.

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). (2022). *Energiepartnerschaft Algerien-Deutschland.* Bonn: GIZ.

Fluck, H.-R. (1996). *Fachsprachen: Einführung und Bibliographie.* Tübingen: Francke.

Hoffmann, L. (1985). *Kommunikationsmittel Fachsprache: Eine Einführung.* Tübingen: Narr.

Müller, K. & Schmidt, T. (2021). Interkulturelle Herausforderungen im deutsch-arabischen Wirtschaftsverkehr. *Zeitschrift für interkulturelle Kommunikation, 18*(2), 112–128.

Roelcke, T. (2010). *Fachsprachen.* Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Weber, G. (2020). Wirtschaftssprache Deutsch: Merkmale und Anwendungsfelder. *Fachsprache, 42*(3-4), 150–168.