

Kovács-Gombos Ádám (Budapest):

Der Vergleichstest als zentrale Fachtextsorte im Mountainbike-Magazin BIKE

1 Einführung

Deutschland ist kein Schwergewicht im Mountainbike-Sport, obwohl seine Vorreiterrolle in der Technik, in der Entwicklung und in der Industrie unbestritten ist. Diese Sportart ist in den deutschsprachigen Medien kaum präsent und auch die Fachsprache des Mountainbikes hat in den sprachwissenschaftlichen Forschungen bisher sehr wenig Interesse bekommen. Mit der Vorstellung der zentralen Fachtextsorte des Mountainbike-Magazins BIKE setzt sich die vorliegende Arbeit daher zum Ziel, diese Forschungslücke, wenn auch in bescheidenem Maße, zu schließen.

Der Mountainbike-Sport wird nicht nur als Leistungssport, sondern auch als ein technischer Sport betrachtet, bei dem großer Wert auf das Fahrrad – als technisches Gerät – gelegt wird, demzufolge weist die von den zahlreichen Mountainbike-Fachblättern benutzte Sprache einen hohen Grad an technischer Fachlichkeit und somit eine hohe Anzahl technischer Begriffe auf. Der theoretische Teil des Beitrags widmet sich daher auch der kurzen Darstellung der Fachlichkeit und Fachsprachlichkeit im Alltag. Nach der Vorstellung des BIKE Magazins auf dem Markt der deutschsprachigen Mountainbike-Zeitschriften erfolgt die Schilderung seiner marktführenden Testmethoden und einer seiner zentralen Textsorten: des Tests. Hierbei stützt sich die Arbeit auf das Modell von Fandrych und Thurmair (2011) zur Beschreibung von Textsorten; dabei sollen auf den Ebenen der Kommunikationssituation, der Textfunktion sowie auf der thematisch-strukturellen und formal-grammatischen Ebene die wichtigsten Merkmale der Textsorte *Test* erläutert werden.

2 Fachlichkeit und Fachsprachlichkeit im Alltag

Fach und *Fachlichkeit* (die Beschaffenheit von Fach) „[...] gehören zu den Schlüssel- oder Fahnenwörtern (*key words, mots clé*) der modernen Gesellschaften“ (Kalverkämper 1998:1). In nahezu jedem Bereich des Lebens, von einfachem E-Mail-Schreiben, das grundlegende EDV-Kenntnisse und eventuell Fremdsprachenkenntnisse voraussetzt, über Blumengießen oder im öffentlichen Verkehr bis hin zur Renovierung der eigenen Wohnung, muss mit einem gewissen Grad verschiedener Fachlichkeit gerechnet werden (vgl. Becker/Hundt 1998:118).

Fluck nahm vor drei Jahrzehnten in Anlehnung an E. Wüster an, „[...] daß es etwa ebensoviele Fachsprachen wie Fachbereiche gibt. Ihre Zahl wird auf ungefähr 300 geschätzt“ (Fluck 1991:16). Am Anfang des neuen Jahrtausends hat

sich diese Zahl mit der Verbreitung des Internets und den damit einhergehenden technischen Entwicklungen und zivilisatorischen Errungenschaften wohl vervielfacht und ihre gesellschaftliche Rolle wird auch stärker als je zuvor betrachtet. Schon Mitte des vorigen Jahrhunderts sah Mackensen vor allem in der technischen Sprache „den größten Auftragsgeber unserer Sprache“ (Mackensen 1959:295) und zwar aus dreierlei Gründen:

- „a) weil der Sprachbedarf der Technik sich nicht im Fachsprachlichen erschöpft,
- b) weil die Sprachwirkung der Technik weit über die Fachkreise hinausgeht,
- c) weil die Sprachleistung der Technik u.a. in der Nutzung und Erprobung neuer sprachlicher Mittel besteht.“ (Mackensen 1959:293-294)

Sechzig Jahre später werden seine Gedanken von Lenka Vaňková noch immer als äußerst aktuell empfunden: „Die ständige Erweiterung der fachexternen Kommunikation geht Hand in Hand mit dem Eindringen von Fachwissen und Merkmalen von Fachsprachen in neue Kontexte“ (Vaňková 2018:7, siehe dazu noch Becker/Hundt 1998:118).

Diese immer stärkere Verflechtung der Fachsprachen und der Gemeinsprache setzt auch seitens der Textrezipienten eine ständige Auseinandersetzung mit Fachausdrücken und speziellen Fachkenntnissen voraus, was bei einem technischen Sport, wie das Mountainbiken noch mehr in den Vordergrund rückt und sich im Sprachgebrauch der Fachzeitschriften besonders illustrativ niederschlägt.

3 Vorstellung der Fachzeitschrift BIKE

Obwohl Medienprodukte anderer Fachbereiche – wie zum Beispiel in der Elektrotechnik – zunehmend digital erscheinen und kaum mehr offline herausgegeben werden (vgl. Pišl 2018:216), gibt es im deutschsprachigen Raum eine verhältnismäßig große Vielfalt an gedruckten Fahrradmagazinen. Das älteste und auch das größte davon ist das BIKE Magazin aus Deutschland.

Dieses Fachblatt wurde 1989 von dem Chefredakteur des SURF Magazins, Uli Stanciu, gegründet, in einem Jahr als „[i]n Europa [...] aber noch ein absolutes Informationsvakuum bezüglich des neuen Sports [herrschte]“ (BIKE 06/19:70), obwohl in jenem Jahr bereits 330.000 Mountainbikes in Deutschland verkauft wurden. Vier Jahre später erreichte das Magazin seinen ersten Rekord mit 130.000 verkauften Exemplaren. Bis heute sind schon mehr als 341 Hefte erschienen (vgl. BIKE 06/19:70).

Die schnelle Entwicklung des neuen Sports rief zahlreiche neue Bereiche des Mountainbikes ins Leben. Anfangs herrschten nur zwei Zweige des Mountainbike-Fahrens: Cross-Country und Downhill. Derzeit werden weitere verzeichnet. Die Besitzer des Fachblatts BIKE reagierten – gegenüber der Konkurrenz – schnell und gründeten eigene Magazine für die wichtigsten

FahrradSPORTarten, wie etwa TOUR für Rennradfahrer, FREERIDE für die jüngeren LeserInnen des Gravity-Bereichs (Downhill, Freeride, Dirt Jump, Enduro, Slopestyle usw.) oder aktueller das E-BIKE für den explosionsartig wachsenden Markt der Elektro-Fahrräder.

Diese Spezialisierungen sind zum Beispiel für Unterschiede bezüglich des Sprachstils verantwortlich. Solange bei dem BIKE der sachlich-objektive Sprachstil beibehalten wird, grenzt sich das FREERIDE Magazin von dieser Tendenz ab, um den Ansprüchen der jüngeren Leserschaft mit Neigung zu extremeren Disziplinen gerecht zu werden. Aus diesem Grund weist der Sprachstil lässige Züge (z.B. „[...] weil das Ding im Park so richtig rocken kann“) mit häufigem Gebrauch von Anglizismen (z.B. „Wanna-be-Enduro“, „Stylen“, „jumpy, fucking good times“ usw.) auf (vgl. FREERIDE 03/20:49-53).

Als ein auf das Mountainbike als Massensport fokussierendes Magazin hat BIKE nur einen richtigen Konkurrenten auf dem Markt, nämlich das „Mountainbike Magazin“. Als Mitbewerber versuchen sie jeweils eigenständige Spezifika aufzuweisen und so stark wie möglich voneinander abzuweichen. Während das Titelblatt bei BIKE zum Beispiel von dem traditionellen, Ruhe ausstrahlenden grünen Logo geprägt ist, wirbt das Mountainbike Magazin mit knallendem Orange. Ihre Themenauswahl wird jedoch stark von dem Arbeitsrhythmus der Fahrradindustrie und dem jährlichen Rennkalender beeinflusst. Trotz solcher Unterschiede zwischen diesen beiden deutschsprachigen Printmagazinen besteht jedoch eine recht große Überschneidung in der Art und der Anordnung ihrer jeweiligen Textsorten: Nach einer Begrüßung des Chefredakteurs und einem langatmigen Reisebericht mit epischer Bildsequenz werden stets Kurznachrichten und Produktneuigkeiten angeführt. Dann steht im Mittelteil die zentrale Textsorte, der Test mit seinen vielen Varianten von Fahrradtests bis Produkttests, von Vergleichstests über Duelle bis hin zu Einzeltests. Weiter angeordnet stehen Interviews, Reportagen, Technik-, Reparatur-, Trainings-, Fahrtechnik- und Reisetipps und längere Rennberichte.

4 Testen und Tests in der Fachzeitschrift BIKE

Wie es aus der vorigen Auflistung hervorgeht, bildet die Textsorte *Test* als Oberbegriff mit ihren vielen Varianten den inhaltlichen Schwerpunkt der Magazine. Das Magazin BIKE war von Anfang an Leitmedium der Szene und

„[...] war dabei stets mehr als Dokumentation einer Entwicklung des Mountainbikes. BIKE spürte nicht nur neue Trends auf, sondern trieb sie voran. Egal, ob Fullsuspension, Carbon oder Scheibenbremsen. BIKE hinterfragte die neuen Technologien natürlich stets kritisch. Kein Zweifel, das Test-und-Technik-Ressort pumpt als Herz der BIKE-Redaktion das Blut bis heute durch die Adern der Szene.“ (BIKE 06/2019:S.68)

Wegen der Dominanz, der mehr als dreißig jährigen Erfahrung in der Szene und der finanziellen Stärke kann sich das Magazin seriöse, zeit- und kostenaufwändige Testverfahren erlauben. Zum Zweck der Objektivität hat die Redaktion über die Jahre ein zweiteiliges Testverfahren erarbeitet: Die erste Phase wird im Labor¹ mit lasergesteuerten Messgeräten durchgeführt. Zur gründlichen Abmessung, zu den Labortests sowie zu der Zerlegung und dem Wiederaufbau eines Fahrrads werden acht Stunden benötigt.

Nach der Festlegung der Laborwerte beginnt der eigentliche Praxistest, der mit Hilfe einer Fahrergruppe (mit einem unterschiedlichen fahrtechnischen Können) auf einem auf den Charakter der jeweiligen Fahrradmodelle angepassten Gelände (im Ausland, vor allem in den kälteren Monaten) stattfindet. Die speziell zu diesem Anlass eingeladenen Testfahrer, die oft erfolgreiche Rennfahrer oder mehrfache Meister der jeweiligen Disziplin sind, absolvieren mit den meistens mit Einheitsreifen ausgestatteten Testrädern mehrere Runden auf der gleichen Teststrecke, um die Bedingungen möglichst konstant zu halten und, soweit möglich, über ihre Erfahrungen objektiv zu berichten. Die Fahrräder werden nach jeder Testrunde anhand eines Fragebogens mit Punkten bewertet. Mit dieser zweiteiligen Testmethode können den LeserInnen die wichtigsten Unterschiede vieler Fahrradmodelle in derselben Preisklasse vergleichbar präsentiert werden.

Obwohl das BIKE Magazin das Interesse der Leserschaft von einfacher Neugier bis hin zur Unterhaltung zu bedienen versucht, gilt der Fahrradtest nach wie vor als wichtigste Textsortenvariante. Ein plausibler Grund des betonten Stellenwerts der Textsortenvariante *Fahrrad-Vergleichstest* ist die Vielzahl der LeserInnen, die sich vor dem Kauf eines neuen Mountainbikes in erster Linie aus Fachzeitschriften informiert. Laut der im BIKE Magazin jährlich veröffentlichten Umfragen kaufen die meisten Radfahrer Fahrräder für mindestens drei Jahre und bei einem Kostenumfang von 1.000 bis 13.000 Euro², dabei wird vor dem Kauf lange und akribisch überlegt, in welches Modell investiert wird. Zu dieser finanziell recht wichtigen Entscheidung können die Fahrrad-Einzeltests und Vergleichstests ihren Beitrag leisten.

Die Testergebnisse werden in den Fachzeitschriften in der Textsorte *Test* sprachlich festgehalten, wobei diese – wie bereits erwähnt – über zahlreiche Varianten, wie etwa Einzeltest, Duell, Vergleichstest, Dauertest verfügt.

Trotz der relativ starken prototypischen Ausprägung der Textsorte lassen sich wegen des Stellenwerts der unterschiedlichen Magazine auf dem Markt bei den Tests Unterschiede in Objektivität, Stil, Aussagekraft und größtmögliche Abdeckung des Marktes feststellen.

¹ Zedler – Institut für Fahrradtechnik und -Sicherheit GmbH.

² Durchschnittlich wollen die LeserInnen des Magazins 4054 Euro für die nächste Anschaffung eines neuen Mountainbikes ausgeben (BIKE 10/2020: 55).

Im Folgenden wird der Fokus auf eine Variante der Textsorte *Test* – auf den sog. Vergleichstest – gelegt.

5 Der Vergleichstest als zentrale Textsortenvariante

Zur Beschreibung von Vergleichstest ziehe ich das Vier-Ebenen-Modell von Fandrych und Thurmair (2011:13 ff.) heran, das die Kommunikationssituation, die Textfunktion, die thematisch-strukturelle und die formal-grammatische Ebene als übliche Beschreibungsdimensionen der Text(sorten)linguistik umfasst (vgl. z.B. Brinker 1992).

Auf der Ebene der Kommunikationssituation werden die Merkmale des Kommunikationsbereiches, die medialen Aspekte, die Textproduzenten und Textrezipienten sowie ihre Beziehung zueinander, die Aspekte „Raum und Zeit“ und der kulturelle Hintergrund überprüft.

Im Rahmen der Untersuchung der Textfunktion werden der Verstehenszusammenhang und die Ziele der Textsorte vorgestellt.

Die Analyse der thematisch-strukturellen und formal-grammatischen Ebenen dient zur Vorstellung der Vertextungsstrategien als grundlegende text- und wissenskonstituierende Prinzipien und ihrer sprachlichen Verwirklichung.

Zur Beschreibung der Textsortenvariante *Vergleichstest* sind vier Monatshefte des Jahrgangs 2019 und 2020 von BIKE herangezogen worden.

5.1 Kommunikationssituation

Wie schon in dem vorigen Kapitel erläutert, gibt es eine Vielzahl an gedruckten deutschsprachigen Fahrradmagazinen, die aber nur in einem kleinen, fachlich gesinnten Rezipientenkreis Anerkennung finden. Dies kann einerseits mit der teils extremen, andererseits technischen Natur der Sportart zusammenhängen.

Die im medialen Rampenlicht stehenden Sportarten (wie Fußball oder Basketball) sind meistens Mannschaftssportarten, die sich am häufigsten in Form mündlicher Live-Übertragungen oder schriftlicher Berichterstattungen sprachlich manifestieren. Ihre Fachsprachen lassen sich in den linguistischen Forschungen im Rahmen der Sportfachsprache (stark standardisiert und höchstmöglicher Fachlichkeitsgrad), des Sportjargons (hoher Fachlichkeitsgrad mit individueller Prägung) und der Mediensprache des Sports (leichte Verständlichkeit, geringste Fachlichkeit) beschreiben (vgl. Winkler 2018:112). Das Mountainbiken ist aber kein Mannschaftssport und wegen seines technischen Charakters rückt das Sportmittel in den Vordergrund. Die Sprache des Mountainbike-Sports weist demzufolge Merkmale der technischen Fachsprachen auf.

Wegen der vergleichsweise geringen Popularität des Mountainbike-Sports ist auch der Markt der deutschsprachigen Mountainbike-Fachzeitschriften überschaubar. Trotzdem müssen vor allem die Redaktionen der Printmedien

intensiv daran arbeiten, optisch ansprechend, attraktiv und zugleich informativ zu sein, um sich im Kiosk gegenüber Konkurrenzprodukten durchzusetzen. Auf dem globalen Markt werden Tag für Tag neue Entwicklungen präsentiert, neue Patente angemeldet und die neue Generation von Sportlern, Marken und Teams melden sich täglich mit aktuellen Berichten und kleinen Clips in den sozialen Netzwerken. Die Journalisten besitzen die Aufgabe, aus dieser riesigen Faktenvielfalt und Informationsmenge die relevanten Informationen herauszufiltern und sie auf knappe Art und leicht rezipierbar darzustellen. Wegen des heterogenen Leserkreises von einem fachkundigen Rennfahrer bis hin zum Freizeitsportler, vom 12-jährigen Hobby-Freerider bis hin zum 60er Tourenfahrer mit Gepäckträger, soll eine „[...]“ möglichst große Eindeutigkeit und Verständlichkeit bei gleichzeitiger sachlich-fachlicher Angemessenheit“ (Fandrych / Thurmair 2011:353) erreicht werden.

Trotz des aufwändigen Testverfahrens, der angestrebten Objektivität und des jahrzehntelang hart erkämpften Professionalismus sind die Aussagekraft bzw. die Gültigkeitsdauer der Behauptungen eingeschränkt. Dies steht jedoch nicht mit der Glaubwürdigkeit der textproduzierenden Journalisten und Testfahrern, sondern eher mit den Mechanismen der Fahrradindustrie und dem ständigen Entwicklungszwang unserer heutigen Welt im Zusammenhang. Ein Fahrrad der Extraklasse von heute ist morgen nicht mehr als ein Fahrrad der oberen Mittelklasse. Die technischen Neuerungen von diesem Jahr gehören in zehn Jahren schon in die Retro-Rubriken der Magazine.

Milan Pišl stellt in seiner Untersuchung der fachbezogenen Internetforen fest, dass in Fachforen mit Vorliebe auf die Perspektive der Experten, die eine fachliche Instanz verkörpern, Bezug genommen wird, „[...]“ wodurch ein hoher Fachlichkeitsgrad gesichert werden soll“ (Pišl 2018:226). Meistens wird aber im Weiteren nicht erklärt, „[...]“ wer die Gruppe von erwähnten Experten bildet, und ihre Kompetenzen bzw. Ausbildung wird nicht nachgewiesen“ (ebd.:226). Bei Fachzeitschriften, wie auch bei dem Fahrradmagazin BIKE sind die Fachkenntnisse der Journalisten unbestritten. Ihre Fachkompetenz wird – wegen der mehr oder weniger unbegrenzten Platzkapazitäten vor allem bei den Online-Zeitschriften – mit Foto und einer kurzen Beschreibung des sportlichen Lebenslaufs und der eventuellen Rennerfolge nachgewiesen. Wie bereits im Kapitel 4 erwähnt, werden zur Gewährleistung des höchstmöglichen Fachlichkeitsgrads oft renommierte Rennfahrer oder nationale und internationale Meister der jeweiligen Disziplin zum Testfahren eingeladen.

Die Rezeptionssituation ist wie bei den meisten schriftlichen Medienprodukten sowohl räumlich als auch zeitlich ausgedehnt – es besteht keine Kopräsenz der Textproduzenten und Textrezipienten. Aus dieser nicht vorhandenen Kopräsenz und der dichotomischen Teilung auf wenigen, aber aktiven Textproduzenten und zahlreichen, aber den Textproduzenten gegenüber meistens passiven Textrezipienten ergibt sich die grundsätzlich statische Charakteristik der Printmedien, nämlich die asynchrone bzw. die Einweg-Kommunikation. Fragen

von Textrezipienten können nicht, oder nicht unmittelbar, auf Internetseiten oder nur in Form von Leserbriefen gestellt werden, die aber oft nicht beantwortet werden.

5.2 Textfunktion

Die Leseintention bei der Textsorte *Vergleichstest* besteht in erster Linie im Herausfiltern derjenigen Informationselemente, die einem bei der Kaufentscheidung vermeintlich weiterhelfen. Um jedoch einen Vergleichstest tiefgehend und hilfreich zu der eventuellen Kaufentscheidung zu verstehen, werden nicht nur fahrradtechnische Fachkenntnisse vorausgesetzt, sondern gewissermaßen auch Kenntnisse über unterschiedliche Textsorten: „Wir rezipieren Texte je nach kommunikativer Situation, eigener Kompetenz und Handlungsnotwendigkeiten bzw. -absichten auf viele unterschiedliche Arten und in unterschiedlichem Durchdringungsgrad“ (Fandrych / Thurmair 2011:353).

Die Textrezipienten sind mit der jeweiligen Textsorte aufgrund ihrer Erfahrung mit unterschiedlichen Testverfahren sowie mit den typischen Texten der Textsorte meistens vertraut.

Auf der Seite des Textproduzenten sind sowohl der Wissenstransfer als auch der illokutionäre Akt von komplexer Natur. Die Fachjournalisten stehen als Vermittler zwischen den Experten der Branche (Ingenieure, Entwickler, professionelle Sportler, Hersteller usw.) und dem von ihrem Fachwissen her durchaus heterogenen Leserkreis. Das Magazin soll beide Seiten ansprechen, bzw. ihre Ansprüche erfüllen, um die Rentabilität als Hauptziel eines Printmagazins weiterhin aufrecht erhalten zu können. Die Textsorte *Vergleichstest* muss deswegen mehreren Funktionen gerecht werden. Als wissensbezogener Text, in dem Faktizität hergestellt wird, hat sie in erster Linie eine konstatierend-assertierende Funktion (allgemeine Beschreibung der jeweiligen Disziplin bzw. der Fahrräder).

Die Fahrradindustrie wird durch die Vermarktung der ständigen Neuentwicklungen am Leben gehalten. Das Interesse für die nicht selten unnötigen und seitens der KundInnen oft ungewollten Entwicklungen und neuen Standards (z.B. Achsenbreiten, Laufrad- oder Gabelschaftsdurchmesser usw.) wird mit tatkräftiger Unterstützung der Medien geweckt. Die argumentative Funktion der Textsorte *Vergleichstest* besteht in der Bereitstellung von rational nachvollziehbarem Wissen, „[...] von dem angenommen wird, dass es beim Rezipienten nicht umstandslos akzeptiert wird“ (Fandrych / Thurmair 2011:30). In dem „Religionskrieg“ der Verfechter von 1x11 und 1x12 Schaltungen³ zieht der BIKE-Redakteur, Ludwig Döhl, die letztere vor:

³ 1x11 und 1x12 Schaltungen sind moderne Antriebsysteme, die am Kurbelsatz nur über ein einziges Kettenblatt verfügen und hinten 11 oder 12 Gänge haben. 1x12 ist die modernere Variante, für deren Umrüstung die Anschaffung von einem neuen Schaltwerk, Nabe,

„Die Übersetzung der Schaltungen muss passen: Der Sram NX geht wegen des 11er-Ritzels die Puste aus, wenn's schnell wird. Zum Klettern macht bei 12fach-Schaltungen ein 30er-Kettenblatt Sinn.“ (BIKE 03/2020:32)

Das ultimative Ziel der Fahrrad-Vergleichstests besteht in der Bewertung und dadurch der Beförderung der Lesereinstellung bezüglich des Kaufs. Diese handlungsbeeinflussende Funktion schlägt sich oft auch ganz explizit in dem sog. *Kauf Tipp* nieder. Mit dem Siegel *Kauf Tipp* wird immer das Produkt des besten Preis-Leistung-Verhältnisses in den Tests markiert, aber die tabellarisch zusammengefassten Punktzahlen über Steifigkeitswerte, Laufradträgheit, Gewichte und vor allem über die Fahreigenschaften bergauf und bergab weisen auch eine starke Aussagekraft auf. Sie wird mit Hilfe von journalistischen Subtexten (Fazit des Testleiters oder Urteil der zum Test eingeladenen professionellen Sportler der jeweiligen Disziplin) und syntaktischen Strukturen (z.B. *kein anderes Bike kann da mithalten; absolut gelungenes Touren-Bike, oder ist in die Jahre gekommen* usw.) oder den Text begleitenden Werbungen auch emotional untermauert.

5.3 Thematisch-strukturelle Ebene

Der Vergleichstest als umfangreichste Textsorte der Fahrradzeitschriften kann als Großtextsorte (vgl. Fandrych / Thurmair 2011:26) aufgefasst werden, die sich durch eine starke Untergliederung in Teil- und Subtexte und eine räumliche Zerdehntheit auszeichnet.

Um dem kommerziellen Hauptziel eines Fachmagazins gerecht zu werden, werben die jeweiligen Ausgaben schon auf dem Titelblatt für die Haupttextsorte *Vergleichstest* sowohl mit typographischer Hervorhebung als auch mit optisch starken Signalfarben; vgl.:

„9 Trailbikes
Bis 2700 Euro
Multi-Talente, oder reine Bergab-Boliden?“ (BIKE 07/2019:Titelblatt)

Im Inhaltsverzeichnis werden zwecks der leichten Zugänglichkeit neben der klassischen Angabe der Seitennummer des Vergleichstests auch die Stellen im Magazin angeführt, an denen die einzelnen Fahrradtests zu lesen sind. Der Titel des Vergleichstests wird häufig mit einer Überschrift ergänzt, die die

Schalthebel und Ketten notwendig ist. Aus diesem Grund entwickelte sich eine heftige Debatte in den Internetforen über ihre Unnötigkeit, vermeintlichen Vorteile und vor allem über die unersättliche Habgier der Fahrradindustrie, die mit solchen Trickereien aus der Geldbörse der SportlerInnen Geld zu entlocken versucht.

konstatierend-assertierende und bewertende Funktion der Textsorte illustriert; vgl.:

Test Trailbikes Endlich richtig leicht: neun Allrounder bis 2700 Euro im Vergleich. (BIKE 07/2019:4)

Der den Vergleichstest repräsentierende Text mit seinen Teil- und Subtexten befindet sich im Inneren des Magazins. Seine Länge hängt stark von dem Inhalt ab: Um geschäftliche Aspekte vor Auge zu halten, werden der billigeren Preisklasse weniger Seiten gewidmet als der professionellen Kategorie. Sie variiert auch je nach der Anzahl und Exklusivität der Testgruppe und den eventuell eingeladenen prominenten Testfahrern.

5.3.1 Typischer Aufbau von Vergleichstests

5.3.1.1 Vorspann

Den ersten Teilttext bildet der sogenannte Vorspann, der auf einer Doppelseite multimedial in ein Aktionsfoto in Großformat eingebettet ist; vgl.:

„Auf Abwegen
KATEGORIE Trailbikes FEDERWEG 120 bis 140 Millimeter PREISKLASSE
2199 bis 2700 Euro
Trailbikes sollen Touren-Fahrer bergauf und bergab gleichermaßen glücklich machen. Für 2700 Euro zaubern aber nur drei von neun Test-Bikes ein breites Strahlen auf die Gesichter der BIKE-Tester. Unser Test im Trailzenter Lipno deckt die Stärken und Schwächen dieser Kategorie auf.“ (BIKE 07/2019:48-49)

Bemerkenswert ist bei diesem anführenden Teilttext, wie kondensiert der Inhalt des nachfolgenden Haupttextes samt Beschreibung der Preisklasse, der Erwartungen gegenüber der Testgruppe, des Testgeländes und des Testergebnisses zusammengefasst wird. Das Interesse wird jedoch weiterhin aufrechterhalten, weil der Testsieger noch nicht enthüllt wird.

Der Wissenstransfer erfolgt auf dieser Doppelseite aus dem multimedialen Zusammenwirken der zwei semiotischen Zeichensysteme, Sprache und Bild. Der Textinhalt wird mit Hilfe des Fotos illustriert, aber die identifikatorische bzw. verdeutlichende Funktion des Fotos kommt ebenfalls zur Geltung, indem es einige für die jeweilige Disziplin charakteristische Landschaft oder Umgebung darstellt.

5.3.1.2 Haupttext

In dem Haupttext werden die in dem Vorspann angedeuteten Themen mit Schwerpunkt auf dem Vergleich der Testkandidaten ausführlich thematisiert.

Textsortenkonstitutive, thematische Elemente sind die Beschreibung der (Fahr)Eigenschaften der einzelnen Fahrräder und die Auflistung ihrer Komponenten und Geometrieangaben.

Als lediglich textsortenspezifisch gelten dagegen die meistens tabellarisch zusammengefassten Messungen der Steifigkeiten, der Laufradträgheit, der Gewichte und diverser technischer Daten.

Die Themenentfaltung folgt in dem Haupttext generell dem Prinzip vom Allgemeinen zum Besonderen. Der Text wird mit farbenreichen und dynamischen Aktionsfotos über dem Testfeld illustriert.

Der Haupttext kann ferner fakultativ durch einen weiteren Teilttext ergänzt werden, in dem die Besonderheiten oder Auffälligkeiten bestimmter Ersatzteile mit Nahaufnahmen und mit kleinen Überschriften zusammengefasst werden. Nach dem Haupttext steht meistens ein weiterer, nicht obligatorischer Teilttext, der zusammen mit dem Vorspann einen inhaltlichen Rahmen für den Haupttext bildet. In dem Fazit des Testleiters werden nämlich die Testeindrücke, die Vor- und Nachteile der Testgruppe und die Argumente für den Testsieger auf knappe Art zusammengefasst; vgl.:

„Fazit von Ludwig Döhl, Testredakteur

Gerade in der Preisklasse bis 2700 Euro lohnt es sich, beim Bike-Kauf genau hinzusehen. Während viele Marken mit der Preisgrenze zu kämpfen haben, bauen Canyon, Rose und Cube sehr gute Bikes mit überdurchschnittlicher Ausstattung. Das Gewicht ist eine der wichtigsten Kenngrößen in diesem Test. Trailbikes mit schweren Laufrädern und einem Gesamtgewicht von deutlich über 14 Kilo machen im Bergauf/Bergab-Mix weniger Spaß. Canyon holt mit dem einzigen Carbon-Rahmen und sehr gutem Fahrwerk den Testsieg. Kein anderes Bike kann da mithalten.“ (BIKE 07/2019:52)

5.3.1.3 Einzeltest im Vergleichstest

Einen Teilttext vom Vergleichstest bildet der sogenannte Einzeltest, in dem nur ein einziges Modell beschrieben wird. Dieser textsortenkonstitutive (vgl. Fandrych / Thurmair 2011:16) Teilttext ist bei dem BIKE Magazin nicht nur in der Länge, sondern auch in der Form und in dem Typ der begleitenden Infografiken stark standardisiert.

Trotz des enormen Energie-, Zeit- und Kostenaufwands der Tests müssen sich die LeserInnen im Fließtext mit 150-170 Wörtern über das ersehnte Fahrradmodell zufriedengeben (vgl. BIKE 07/2019:55-60). Sogar bei den sogenannten Duellen, in denen man nur zwei Fahrradmodelle gegeneinander „antreten“ lässt, wird die Zahl von 350 Wörtern – im Vergleich zu den Vergleichstests, wo gleichzeitig sogar zehn Fahrräder getestet werden können – nicht überschritten (vgl. BIKE 07/2019:72-74). Auf die textinhaltliche Seite blickend ist die Aussagekraft der Einzeltests noch geringer, denn meistens besteht ein Drittel der zur Verfügung stehenden 150 Wörtern aus einer in Sätzen

formulierten redundanten Auflistung der Ausstattung und der Geometrieangaben (vgl. BIKE 07/2019:73), die jeweils textsortenkonstitutiv neben dem Fließtext in tabellarischer Form bzw. in einer Infografik angegeben werden (vgl. Abb. 1).

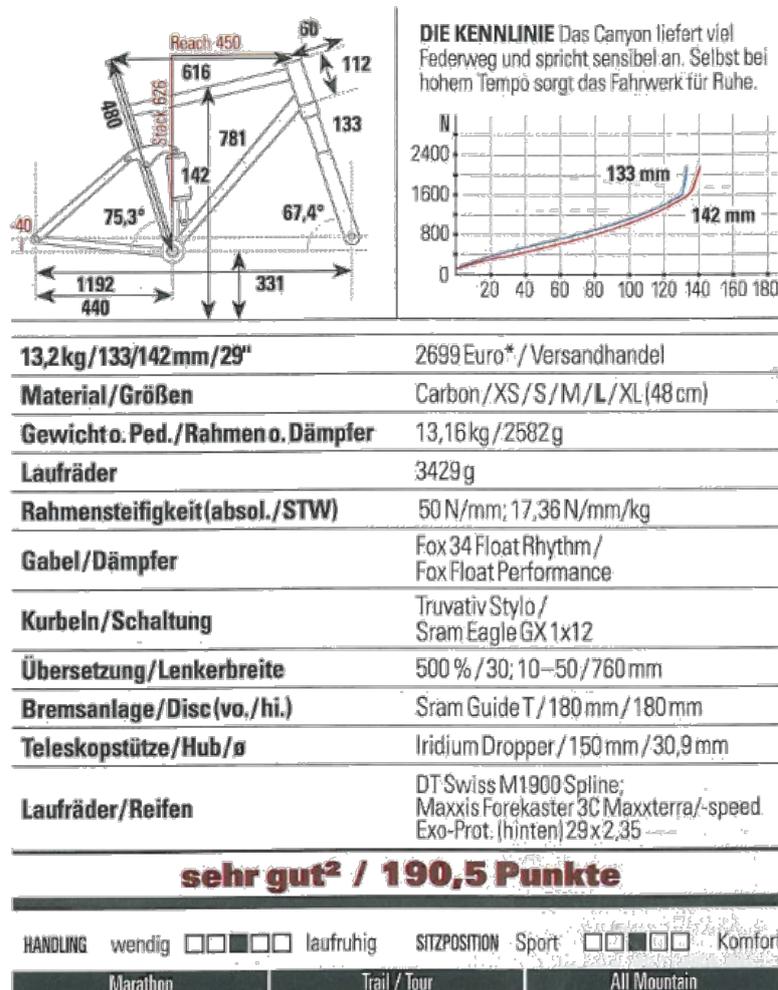


Abbildung 1: Ausstattung und Infografik zur Geometrie und Kennlinien der Federung⁴

5.3.1.4 Tabellen

Der informative Mehrwert der Großtextsorte *Vergleichstest* bei BIKE stammt demnach in erster Linie nicht aus dem Teilttext *Einzeltest*, sondern vielmehr aus dem Haupttext (wo die Informationen über ein bestimmtes Fahrrad nicht gruppiert vorkommen) und aus den Labormessungen, deren Ergebnisse in leicht verständlichen Tabellen zusammengefasst werden. Somit stehen den LeserInnen zur Kaufentscheidung wertvolle und leicht vergleichbare Werte zur Verfügung,

⁴ Quelle: BIKE das Mountainbike-Magazin 31. Jahrgang, Heft 7/2019, Delius Klasing Verlag GmbH, 55.

die aber nicht immer genügend Aussagekraft über die wirklichen Fahreigenschaften des jeweiligen Fahrrads haben.

Die vier textsortenspezifischen Tabellen (Punktetabelle über die Fahreigenschaften, Steifigkeiten, Laufradträgheit und Gewichte) sind als Subtexte in sich abgeschlossen, jedoch wird „[...] ihre kommunikative Funktion und Zweckhaftigkeit wesentlich erst durch die Gesamt-Textfunktion der Großtextsorte bestimmt“ (Fandrych / Thurmair 2011:26). Über alle vier Tabellen bekommen die LeserInnen auch eine kurze Hilfe zur Deutung der Angaben; vgl.:

„**STEIFIGKEITEN** Die absoluten Steifigkeitswerte in dieser Testgruppe sind okay, die STW-Werte könnten jedoch besser sein.“ (vgl. BIKE 07/2019:54)

5.4 Formal-grammatische Ebene – spezifische sprachliche Merkmale

Anhand der untersuchten Texte kann im Allgemeinen festgestellt werden, dass seitens der deutschsprachigen Fachpresse eine große Anzahl von Fachausdrücken zur Verwendung kommt, die sich nicht immer auf Anlehnung an die allgemeinverständlichen Ausdrücke der Gemeinsprache ableiten lassen (z.B. *Tauchrohr* oder *Standrohr*⁵). Dazu kommt noch, dass es z.B. nur für das leichte Davonrollen (bergabwärts) eines vollgefederten Mountainbikes mindestens sechs sinn- und sachverwandte Adjektive gibt: *leichtfüßig*, *laufruhig*, *vortriebsorientiert*, *abfahrtsorientiert*, *bergablastig*, *wipffrei* und *antriebsneutral*.

In dem einführenden Teil wurde bereits angedeutet, dass die Fachsprache des Mountainbikes viele Gemeinsamkeiten mit den technischen Fachsprachen aufweist. Mit der allgemeinen, fast weltweiten Zugänglichkeit des Internets verlieren die gedruckten Fachzeitschriften den Kampf um die Aktualität immer mehr. Das schlägt sich bei den Mountainbike-Magazinen in der Form von der immer selteneren Präsenz der Rennberichterstattungen nieder. Die Printmagazine bevorzugen solche Themen, die nicht von einer zeitlichen Aktualität abhängen und längere und tiefgreifendere Texte verlangen. So stehen das Material und vor allem das Fahrrad als Sportgerät samt Ausstattung im Mittelpunkt, was die lexikalische Gestaltung der Texte prägt.

Wie bereits erwähnt, sollen die LeserInnen (und damit die potenziellen Kunden) nach dem Lesen eines Tests das Gefühl haben, über alle nötigen Informationen zu verfügen, die ihnen zu einer Entscheidung bei der Auswahl des

⁵ Das *Tauchrohr* und das *Standrohr* haben zwar ihre Benennung sowohl in der deutschen als auch in der ungarischen Sprache von ihren physikalischen Funktionen erhalten – Rohre, die stehen und tauchen –, aber im Deutschen ist das *Standrohr*, das Rohr, welches steht, und das *Tauchrohr* ist das, in welches das Standrohr eintaucht. Im Ungarischen gilt eine umgekehrte Betrachtungsweise: das Substantiv (*villa*)*láb* besitzt die Funktion des namensgebenden Körperteils des Beins, was ja stehen kann, während das nur in Kurzform verwendete *becsúszó* reinrutscht oder hineinschlittert.

passenden Fahrrads verhelfen. Bei dieser Entscheidung sind vor allem drei Informationen von Nutzen: die Ausstattung, die Geometrie und die Fahreigenschaften des Fahrrads. Aus räumlichen Gründen werden im Weiteren nur einige Beispiele zur sprachlichen Realisierung von diesen drei Informationen angeführt.

5.4.1 Charakterisierende und wertende Adjektive

Aus formal-grammatischer Sicht ist die große Frequenz von Fachausdrücken und bestimmten syntaktischen Strukturen wie die pränukleare Attribuierung des substantivischen Kerns nicht verwunderlich, obwohl zugunsten der leichten Verständlichkeit auf ausgedehnte Nominalklammern verzichtet wird. Die für die Textsorte charakteristische konstatierend-assertierende und auch bewertende Funktion wird durch die attributiven Adjektive und Partizipien (z.B. *gelungene Geometrie, stimmige Sitzposition, sicheres Fahrgefühl, spaßiges Bike*) erreicht, deren Benutzung auch das Desiderat des Wissenstransfers in kondensierter Form erfüllt. Die Besonderheit des jeweiligen Ersatzteils oder der Fahreigenschaft wird daher meistens mit Hilfe von Adjektiven ausgedrückt (z.B. *schmalere Lenker, griffige Reifen, hohes Tretlager, straffe Druckstufe*).

5.4.2 5.4.2 Komposita

Bei der Bezeichnung der Ersatzteile dominieren die substantivische Lexeme. Es sind Wortbildungskonstruktionen, die entweder aus Verben gebildet worden sind, wie z.B. *Bremse* aus dem Verb *bremsen* oder *Lenker* aus dem Verb *lenken* oder Komposita darstellen. Die Benennungen der Geometrieangaben werden beispielsweise bis auf die zwei englischen Ausdrücke (*Reach* und *Stack*) ausschließlich mit Hilfe von Komposita gebildet. Hinsichtlich der Geometrieangaben gibt es überwiegend zweiteilige Zusammensetzungen und nur selten dreigliedrige, die meistens aus einem Bestimmungswort und einem Grundwort bestehende Determinativkomposita sind: *Lenkwinkel, Oberrohr, Tretlagerhöhe, Tretlagerabsenkung* usw.

Die Motiviertheit der Benennungen wurzelt in einigen wenigen Fällen in der menschlichen Anatomie. Außer den Nomen *Federbein* und *Zahnkranz* sind keine weiteren Beispiele anzutreffen, obwohl einige weitere Substantive wie die *Krone* im Ausdruck *Gabelkrone* oder die *Kette* im Schmuckstück des menschlichen Hauptes bzw. Halses ihren Ursprung haben.

Diese im Vergleich zu der Gemeinsprache größere Anzahl der Zusammensetzungen lässt sich als Spezifikum der Fachsprachen mit dem Anspruch der möglichst genauen Wiedergabe fachlicher Inhalte erklären.

5.4.3 Pluralbildungen

Es gibt viele Pluralbildungen vor allem bei Ersatzteilen, die mindestens aus zwei Teilen bestehen, wie *Griffe*, *Pedale*, oder *Kettenstreben*. Diese werden z.B. im Ungarischen eher im Singular benutzt.

5.4.4 Euphemismus: Verhüllende und verschönernde Ausdrücke

Die Magazine leben teils aus bezahlten Tests. Die Journalisten befinden sich dementsprechend im Spannungsfeld der seitens der LeserInnen gestellten Erwartung einer Enthüllung der Wahrheit und der Erwartung der Hersteller, über ihr Produkt nur Gutes zu schreiben. Der Wunsch nach der breitmöglichsten Entfaltung der wissenskonstituierenden Elemente gerät mit der kommerziellen Zielsetzung des Magazins in Konflikt. Somit werden in dem Prozess des Wissenstransfers einerseits Teile der Wahrheit verschleiert, andererseits entstehen zwecks der Verhüllung der Schattenseiten eines Produkts (vgl. Rada 2013) oder einer gewissen Fahreigenschaft jede Menge verschönernde, manchmal sogar humorvolle, syntaktische Konstruktionen, wie *lieblos verlegte Züge* für chaotische Zugverlegung, *nach beherztem Körpereinsatz verlangen* für ein zu gewichtiges Fahrrad, *kämpfen mit der Preisgrenze* für ein zu teures oder verhältnismäßig arm ausgestattetes Rad oder *mit dem Sessellift liebäugeln* für ein eventuell schweres Fahrrad mit schlechten Berganfahrtsqualitäten.

5.4.5 Anglizismen

Das Vorherrschen der englischen Sprache in der internationalen Fahrradindustrie ist deutlich sichtbar, weshalb der überwiegende Teil der technischen Neuerungen auf Englisch veröffentlicht wird. Die deutschsprachigen Medienprodukte sind deswegen immer im Zugzwang, einen treffenden, ebenso knappen Ausdruck mit identischem Bedeutungsinhalt zu finden, um im Konkurrenzkampf ihre Position behüten zu können. Für die immer größere Häufung von Anglizismen ist eher diese Zeitnot in dem Kampf um Geltung verantwortlich als die technische Notwendigkeit. Eine weitere Erklärung für die relativ hohe Frequenz der benutzten englischsprachigen Ausdrücke ist das Ziel des Ansprechens der jüngeren Generation, die die Anglizismen als Stilwörter wahrnimmt. Dadurch kann eine leichtere Identifikation mit dem Magazin erreicht werden. Darauf deutet die Benutzung von Partizipien wie *durchgestylt* (stilvoll bis zur letzten Schraube), oder Verben der Bewegung wie *mitcruisen* (langsam und stilvoll mitfahren), oder Substantiven wie *Weekend Warrior* (Gelegenheitsfahrer) oder Nominalphrasen wie *der richtige Setup* (die präzise Einstellung der Federung) hin.

Viele englische Fachausdrücke fungieren als Lehnwörter, die in der Fachsprache des Mountainbikes vollständig eingebürgert sind: z.B. die zwei englischen Ausdrücke *Reach* und *Stack*, die Benennungen der Geometrieangaben sind. Beide bedeuten die Entfernung zwischen der Mitte des Tretlagergehäuses und der Mitte der Oberkante des Steuerrohrs, aber *Reach* zeigt ihre waagerechte Entfernung, also eine Art Länge im vorderen Rahmendreieck, während *Stack* ihre senkrechte, also die Höhe der Front (vgl. Abb. 2), angibt. Wegen der Knappheit und der unmissverständlichen Eindeutigkeit der zwei Ausdrücke wurden sie in den meisten Sprachen nicht übersetzt.



Abbildung 2: Reach und Stack⁶

6 Zusammenfassung und weitere Untersuchungsmöglichkeiten

Der Beitrag versuchte einige Aspekte einer bisher kaum untersuchten Sportsprache, der Sprache des Mountainbikes am Beispiel der zentralen Textsorte des Fachmagazins BIKE vorzustellen.

Wegen der technischen Natur dieser Sportart steht das Sportgerät, also das Mountainbike in dem Mittelpunkt des Kauf- und Leseinteresses. Folglich spielen die Fahrradtests die wichtigste Rolle im Artikelangebot der Fahrradmagazine.

Der Vergleichstest als umfangreichste und zentrale Textsorte der Fahrradzeitschriften kann als Großtextsorte aufgefasst werden, dessen charakteristische Merkmale die größtmögliche Objektivität, Informativität und Fachlichkeit sind. Diese werden durch das zweiteilige Testverfahren (lasergesteuerte Messungen im Labor und Erfahrungen einer speziell zusammengestellten Testgruppe auf dem Gelände) gewährleistet.

Die Ergebnisse von Testverfahren werden generell in textsortenkonstitutiven Teiltextrn (Vorspann, Haupttext, Einzeltest) festgehalten. Dem Plus an Objektivität und Fachlichkeit liegen bei der größten deutschsprachigen Fachzeitschrift, dem BIKE Magazin, die textsortenspezifischen Teiltextrn zugrunde, in denen die Ergebnisse der Labormessungen meistens in tabellarischer Form präsentiert werden.

⁶ Quelle: <https://www.help.smartfit.bike/article/261-0> (aufgerufen: 08.10.2020)

Die spezifischen sprachlichen Merkmale der Sportart und der Fachlichkeit kommen deutlich im Wortschatz zum Vorschein. Jeder Ersatzteil hat eine eigene, meist durch Wortzusammensetzung bzw. Wortbildung entstandene, präzise Benennung, während die für die Textsorte charakteristische konstatierend-assertierende und bewertende Funktion durch die attributiven Adjektive und Partizipien erreicht wird. Die relativ hohe Frequenz der euphemistischen Ausdrücke und der Anglizismen lässt sich neben den stilistischen Gründen leicht mit der besseren Vermarktung des Magazins in einem hart umkämpften Umfeld erklären.

Zur weiteren Untersuchungen gibt es zahlreiche Möglichkeiten von der kommunikativen bis hin zur strukturell-grammatischen Ebene, aber zum besseren Verstehen der Wissenskonstitution und zur Aufdeckung der onomasiologischen und semasiologischen Hintergründe der jeweiligen Fachwörter lohnt es sich, auch kontrastive Aspekte in Betracht zu ziehen.

7 Literatur

7.1 Korpus

BIKE das Mountainbike-Magazin 31. Jahrgang, Heft 6/2019, Delius Klasing Verlag GmbH.
 BIKE das Mountainbike-Magazin 31. Jahrgang, Heft 7/2019, Delius Klasing Verlag GmbH.
 BIKE das Mountainbike-Magazin 32. Jahrgang, Heft 4/2020, Delius Klasing Verlag GmbH.
 BIKE das Mountainbike-Magazin 32. Jahrgang, Heft 10/2020, Delius Klasing Verlag GmbH.
 FREERIDE das Gravity Magazin, Heft 03/2020, Delius Klasing Verlag GmbH.

7.2 Sekundärliteratur

Baumann, Klaus-Dieter (2015): Die interdisziplinäre Kategorie der Fachlichen Intertextualität als Wegweiser zu einer neuen Entwicklungsepoche der aktuellen Fachkommunikationsforschung. In: Satzger, Axel / Vaňková, Lenka / Wolf, Norbert Richard (Hrsg.) (2015): Fachkommunikation im Wandel. Ostrava: Universitas Ostraviensis
 Becker, Andrea / Hundt, Markus (1998): Die Fachsprache in der Einzelsprachliche Differenzierung. In: Hoffmann, Lothar / Kalverkämper, Hartwig / Wiegand, Herbert Ernst in Verbindung mit Galinski, Christian und Hüllen, Werner (Hrsg.) (1998): Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft. Berlin - New York: Walter de Gruyter, 118-133.
<https://doi.org/10.1515/9783110111019.1.2.118>
 Brinker, Klaus (1992): Linguistische Textanalyse. Berlin: Erich Schmidt.
 Fandrych, Christian / Thurmair, Maria (2011): Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus Sprachdidaktischer Sicht. Tübingen: Stauffenburg Verlag.
<https://doi.org/10.4312/linguistica.52.1.407-414>
 Fluck, Hans-Rüdiger (1991): Fachsprachen. Tübingen: Francke.
 Kalverkämper, Hartwig (1998): Fach und Fachwissen. In: Hoffmann, Lothar / Kalverkämper, Hartwig / Wiegand, Herbert Ernst in Verbindung mit Galinski, Christian und Hüllen, Werner (Hrsg.) (1998): Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung

- und Terminologiewissenschaft. Berlin - New York: Walter de Gruyter, 1-24.
<https://doi.org/10.1515/9783110158847.2>
- Mackensen, Lutz (1959): Muttersprachliche Leistungen der Technik. In: Sprache – Schlüssel zur Welt. Festschrift für Leo Weisgerber. Hrsg. v. Helmut Gipper. Düsseldorf: Pädagogischer Verlag Schwann.
- Pišl, Milan (2018): Aspekte der digitalen Kommunikation zwischen Experten und Laien am Beispiel von fachbezogenen Internetforen über Elektronik. In: Vaňková, Lenka: Fachlichkeit und Fachsprachlichkeit in varianten Kontexten. Berlin: Frank&Timme (Forum für Fachsprachen-Forschung. 147).
<https://doi.org/10.31261/wss.2020.04.19>
- Rada, Roberta (2013): Tabus und Euphemismen in der deutschen Gegenwartssprache. Zweite unveränderte Auflage. Budapest: ELTE Germanistisches Institut (Budapester Beiträge zur Germanistik; 69).
- Vaňková, Lenka (2018): Einleitend: Zur Problematik von Fachlichkeit und Fachsprachlichkeit. In: Vaňková, Lenka: Fachlichkeit und Fachsprachlichkeit in varianten Kontexten. Berlin: Frank&Timme (Forum für Fachsprachen-Forschung. 147).
<https://doi.org/10.31261/wss.2020.04.19>
- Winkler, Marco (2018): Präzise, hart und eiskalt – die Lexik der Eishockeysprache. In: Vaňková, Lenka: Fachlichkeit und Fachsprachlichkeit in varianten Kontexten. Berlin: Frank&Timme (Forum für Fachsprachen-Forschung. 147).
<https://doi.org/10.31261/wss.2020.04.19>