

EVA GREDEL (MANNHEIM)

## **WORT- UND THEMENKARRIERE IN DER WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION: NACHHALTIGKEITSBERICHTE ALS TEILDISKURSE**

### **Abstract**

Der vorliegende Artikel konturiert eine neue Textsorte, die in der Wirtschaftskommunikation in den letzten Jahren aufgekommen ist und die als Effekt der Wort- und Themenkarriere der Lexeme *Nachhaltigkeit* und *nachhaltig* zu sehen ist: Nachhaltigkeitsberichte haben in Unternehmen Handlungsrelevanz entwickelt und dort zur Einrichtung neuer organisatorischer Elemente wie z.B. Nachhaltigkeitsabteilungen geführt. Nachhaltigkeitsberichte werden im Folgenden nicht nur aus einer textlinguistischen Perspektive bezüglich ihrer textuellen Verfasstheit untersucht, sondern werden auch aus einer diskursanalytischen Perspektive als Teildiskurse verstanden, die an gesamtgesellschaftliche Diskurse anschließen. Deshalb sollen zunächst die relevanten Termini aus dem Bereich der Diskursanalyse besprochen werden. Dabei werden Diskurse nicht nur auf Verbales beschränkt verstanden, sondern auch Bilder werden als diskursive Elemente miteinbezogen. Als Korpus zur Querschnittanalyse in Kapitel 3 dienen die Nachhaltigkeitsberichte der Dax-30-Unternehmen aus dem Jahr 2012. Für die qualitative Analyse in Kapitel 4 wurden Nachhaltigkeitsberichte der Jahre 2000 bis 2012 untersucht.

### **1. Theoretische Rahmen: Diskurse – Sprachbilder – Bilder**

In diesem Artikel sollen Nachhaltigkeitsdiskurse als Teildiskurse untersucht werden. Nina Janich formuliert mit Bezug zu Werbekommunikaten folgende Idee: „Werbekommunikation ist ja immer eingebunden in andere mediale Kommunikationsformen und bezieht sich immer in ihrer Argumentation explizit oder implizit auf in Politik oder Gesellschaft aktuelle Themen“ (Janich 2010, S. 279). Ähnliches wird auch hier angenommen: Nachhaltigkeitsberichte schließen als Teildiskurse an gesamtgesellschaftlich relevante Diskurse zu *Nachhaltigkeit* an und greifen Elemente des in diesen Diskursen etablierten Sagbarkeitsraumes auf. Nachhaltigkeit wird verstanden als ein Sprachbild, d.h. als „ein in der je konkreten Formulierung nahegelegter Zusammenhang“ (Henn-Memmesheimer et. al 2012, S. 159).

#### **1.1 Énoncés als Elemente eines diskursiv etablierten Sagbarkeitsraums**

Weit verbreitet ist in linguistischen Diskursanalysen der Verweis auf den Foucaultschen Diskursbegriff, wobei jedoch oftmals mit dessen strukturalistisch geprägtem Duktus gerungen wird: Zentral ist dann die Frage, inwieweit Dis-

kurse als einzelnen Akteuren vorgängige Systeme zu verstehen sind oder inwieweit diskursive Entwicklungen entlang des sprachlichen Handelns von einzelnen Akteuren zu rekonstruieren sind. Ausgehend von Foucaults Diskursbegriff legt Dietrich Busse in seiner Dissertation 1987 den ersten Entwurf einer linguistischen Diskursanalyse vor (vgl. Busse 1987). Ihm geht es darum, die systemorientierten Elemente des Foucaultschen Diskursbegriffs zu kritisieren, um handlungsorientierte Aspekte einzubringen:

Wir werden noch sehen, daß infolge des völlig verschiedenen geistesgeschichtlichen Hintergrunds eine wörtliche Übernahme von Foucaults Theorien in ein handlungsorientiertes Sprachmodell ausgeschlossen ist. [...] Ein Problem bietet dabei der sprachtheoretische Hintergrund Foucaults, der, obgleich selten expliziert, eher in der Richtung strukturalistischer Konzepte in der Nachfolge Saussures zu suchen ist. (Busse 1987, S. 221)

Während Busse zunächst die Inkommensurabilität des Foucaultschen Diskurs-Begriffs mit handlungsorientierten Ansätzen postuliert, findet er in der Folge durchaus Anknüpfungspunkte:

Im Versuch, eine allgemeine Definition des Diskurses zu finden, bestimmt Foucault ihn als 'eine Menge von Aussagen, die einem gleichen Formationssystem zugehören' (AS 141; 156). Aussagen (*énoncés*) dürfen nicht mit Äußerungen verwechselt werden. Da sie aber immer nur in solchen erscheinen können, bezeichnet Foucault den Diskurs in seiner allgemeinsten Definition als „Menge von sprachlichen Performanzen“ (*ensemble de performances verbales*). Hier sehe ich einen der Anknüpfungspunkte für eine handlungsorientierte Sprachbetrachtung [...] (Busse 1987, S. 224)

Mit dem oben genannten Foucaultschen Konzept der *Énoncés* lässt sich auch die soziologische Diskursanalyse in Verbindungen bringen: Reiner Keller postuliert in diesem Zusammenhang die Dualität diskursiver Strukturen (vgl. Keller 2011, S. 72). Gemeint ist damit, dass Äußerungen einzelner Akteure zum einen diskurskonstituiert – also durch Diskursaussagen geprägt – sind und andererseits auch wiederum diskurskonstituierend in den Diskurs hineinwirken. Die bereits oben beschriebenen *Énoncés* können also als Elemente eines Sagbarkeitsraums gesehen werden (vgl. Frank 1984 und 1988; Spitzmüller/Warnke 2011), die die Integration system- und handlungsorientierter Ansätze zulassen. Dabei ist diese Menge an Aussagen nicht als starres System, sondern als prinzipiell offen zu konzipieren.

In der Folge seiner oben besprochenen Dissertation baut Busse die Beschäftigung mit Diskursen aus einer linguistischen Perspektive weiter aus und liefert einige Jahre später in Zusammenarbeit mit Wolfgang Teubert die methodische Dimension nach. Als forschungspraktisch machbaren Zugang zu Diskursen präsentieren Busse und Teubert die Korpuslinguistik: „Unter Diskursen verstehen wir im forschungspraktischen Sinn virtuelle Korpora, deren

Zusammensetzung durch im weitesten Sinne inhaltliche (bzw. semantische) Kriterien bestimmt wird.“ (Busse/Teubert 1994, S. 14). Die so eingebrachte Engführung diskursanalytischer Fragestellungen mit korpuslinguistischen Methoden hat sich als brauchbar erwiesen und wurde in den letzten Jahren systematisch ausgebaut (vgl. Bubenhofer 2009). Mit dem Kompositum *Diskurslinguistik* verweisen Jürgen Spitzmüller und Ingo Warnke darauf, dass die Diskurslinguistik in den Kanon der linguistischen Teildisziplinen aufzunehmen ist. Sie verstehen Diskurse zwar als „transtextuelle Sprachstrukturen“ (Spitzmüller/Warnke 2011, S. 25), integrieren jedoch in ihr Modell zur Diskurslinguistischen Mehr-Ebenen-Analyse (DIMEAN-Modell) eine Analyseebene, die die Akteure in den Blick nimmt. Auch Jürgen Spitzmüller und Ingo Warnke tragen somit der Forderung nach einer handlungsorientierten Dimension von Diskursanalysen Rechnung.

## 1.2 Multikodale Erweiterung von Diskursanalysen

Bereits Verbreitung gefunden haben Ansätze in der Linguistik, die Texte nicht als rein verbale Phänomene begreifen (vgl. Henn-Memmesheimer/Geiger 1998; Stöckl 2004 und Eckkrammer/Held 2006) sondern ihren multikodalen bzw. multimodalen Charakter relevant setzen. Eine sehr wichtige These ist dabei, dass in der Mehrzahl der alltäglichen Kommunikate verbale Elemente nicht isoliert, sondern im „Wechselspiel“ mit visuellen Elementen vorkommen und dieses „Wechselspiel“ in einer Textsorte zu wiederkehrenden „Strategien visuell-verbaler Textgestaltung“ (Henn-Memmesheimer/Geiger 1998, S. 55) führt.

Versteht man Diskursanalysen dann als transtextuelle Sprachanalysen, liegt es auch nahe, eine multikodale Erweiterung von Diskursanalysen zu erarbeiten. Gezeigt werden soll deshalb in der Folge, wie Nachhaltigkeitsberichte an *Énoncés* gesamtgesellschaftlich relevanter Diskurse zu Nachhaltigkeit anschließen und diese auch „ins Bild setzen“. An einigen Stellen wird im Kontext diskursanalytischer Fragestellung eine multikodale bzw. multimodale Erweiterung von Diskursanalysen thematisiert bzw. kontrovers diskutiert. Spitzmüller/Warnke warnen eher vor dieser Erweiterung des diskurslinguistischen Gegenstandsbereichs und beschreiben diese als „übergenerierend“:

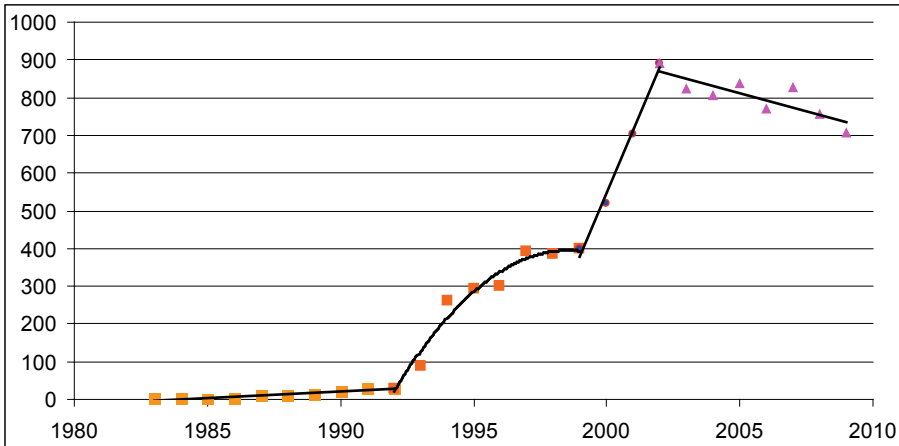
Dabei laufen sie [linguistische Diskursanalysen, die auch Bilder in den Blick nehmen] jedoch Gefahr, übergenerierend zu sein, also über ihren Gegenstand weitgreifende Aussagen zu machen, als dies mit linguistischen Verfahren möglich ist, denn die Linguistik verfügt zwar über ausgefeilte Methoden zur Sprachanalyse, (noch) nicht aber zur sprachbezogenen Bildanalyse (Spitzmüller/Warnke 2011, S. 16)

Ekkehard Felder hingegen integriert in die Auswahl möglicher Analyseebenen im Rahmen diskurslinguistischer Untersuchungen auch die „Ebene der Text-Bild-Beziehungen“, die die sog. „Interpikturalität“ miteinbeziehen kann (Felder 2012, S. 142), was in Kapitel 4.2 und 4.3 relevant ist. Kämper/Scharloth/Wengeler sehen ebenfalls die Integration der Diskussion visueller Elemente als zentral für Diskursanalysen (vgl. Kämper et al. 2012, S. 2).

Verfolgt wird in diesem Artikel deshalb ein semiotischer Ansatz, bei dem „Bilder als wahrnehmungsnaher Zeichen“ (Sachs-Hombach 2003, S. 11) verstanden werden. Eine der zentralen Thesen dieses Artikels ist deshalb, dass die visuell-verbale Gestaltung von Nachhaltigkeitsberichten auf diskursiven Effekten beruht.

## 2. Wortkarriere: *Nachhaltigkeit* – quantitativ und qualitativ

Korpuslinguistisch informiert kann Beate Henn-Memmesheimer die Wortkarriere der Lexeme *Nachhaltigkeit* und *nachhaltig* rekonstruieren und zeigen, dass sie seit den 1990er Jahren hochfrequent in medialen Diskursen vorkommen (vgl. Henn-Memmesheimer 2006 sowie Henn-Memmesheimer et al. 2012). Die von Rödel vorgebrachte Behauptung, dass „der Begriff der ‘Nachhaltigkeit’ [...] in den vergangenen Jahren in der politischen und kommerziellen Kommunikation geradezu inflationär geworden [scheint]“ (Rödel 2013, S. 115), ist jedoch so nicht haltbar, wie auch Abbildung 1 zeigt: Zwar steigt die absolute Vorkommenshäufigkeit des Begriffs bis zum Jahr 2002 an, danach zeigt sich jedoch „in der quantitativen Modellierung [...] kein Wachstum mehr, sondern – z.B. im Pressekorpus – Schwankungen auf einem hohen Niveau“ (Henn-Memmesheimer et al. 2012, S. 182f.):



**Abb. 1:** Phasen der Häufigkeitsentwicklung zum Suchstring: *nachhalt\* ODER sustainab\** in geistes- und sozialwissenschaftlichen Zeitschriftenartikeln (Quelle: Henn-Memmesheimer et al. 2012, S. 171)

Auch beim qualitativen Blick auf die bei Henn-Memmesheimer et al. untersuchten Texte wird deutlich, dass sich die Bedeutung der Lexeme nach Driften in verschiedene Domänen zwar leicht gewandelt hat, zentrale Aspekte zum Begriff *Nachhaltigkeit* und *nachhaltig* in Diskursen aber erhalten bleiben (vgl. Henn-Memmesheimer 2006 sowie Henn-Memmesheimer et al. 2012). Ursprünglich in der Forstwirtschaft als Handlungsmaxime gesetzt, wird der Begriff in politischen Diskursen aufgegriffen und kommt dann auch in journalistischen Texten vor:

Die Verwendung in der Forstwirtschaft brachte Facetten mit sich, die es ermöglichen, mit den Lexemen *nachhaltig* und *Nachhaltigkeit* eine Art des Wirtschaftens projektiv im Blick auf zukünftige Generationen zu beschreiben (Henn-Memmesheimer et al. 2012, S. 182)

In wirtschaftsnahen Kontexten konnte der Begriff sogar Handlungsrelevanz entwickeln. Wie dies mit den gesamtgesellschaftlich relevanten Diskursen zusammenhängt, formuliert Beate Henn-Memmesheimer folgendermaßen:

In wirtschaftlichen und politischen Kontexten wird das Bild terminologisch ausgeweitet und festgeschrieben zum Ökonomie, Ökologie und soziales Handeln umfassenden normativen Schlüsselbegriff und damit zur Beschreibung einer regulativen Regel in einer modernen Gesellschaft, (Henn-Memmesheimer et al. 2012, S. 182)

In den letzten Jahren wurden Nachhaltigkeitsbeauftragte eingesetzt, ganze Abteilungen aufgestellt und die Textsorte der Nachhaltigkeitsberichte entwickelt, was im Folgenden anhand der Analyse von Nachhaltigkeitsberichten gezeigt werden soll.

### 3. Konturierung einer neuen Textsorte: Nachhaltigkeitsberichte

Um die Relevanz von *Nachhaltigkeit* und *nachhaltig* nicht nur als Schlüsselbegriffe einer regulativen Idee zu eruieren, sondern auch deren Relevanz für Unternehmen zu illustrieren, wurde im Rahmen einer Querschnittstudie untersucht, welche DAX-30-Unternehmen<sup>1</sup> einen Nachhaltigkeitsbericht in Deutschland online zur Verfügung stellen. Insgesamt halten 19 Unternehmen einen eigenständigen Bericht vor, acht Unternehmen stellen online keinen Nachhaltigkeitsbericht zur Verfügung, zwei Unternehmen weisen ein Kapitel zum Thema Nachhaltigkeit in ihrem sog. integrierten Geschäftsbericht aus:

- 19 Unternehmen mit Nachhaltigkeitsberichten:  
 didas, Allianz, Bayer, Beiersdorf, Commerzbank, Continental, Daimler, E.ON, Heidelberg Cement, Henkel, K+S, Lufthansa, The Linde Group, Munich Re, Deutsche Post DHL, RWE, Siemens, Volkswagen
- 8 Unternehmen ohne Nachhaltigkeitsbericht:  
 BMW, Deutsche Bank, Deutsche Telekom, Fresenius, Fresenius Medical Care, Infineon Technologies, Merck, ThyssenKrupp
- 3 Unternehmen mit „integriertem Geschäftsbericht“:  
 BASF, Deutsche Börse, SAP

Deutlich wird, dass für fast zwei Drittel der Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit so relevant ist, dass Ressourcen dafür aufgebracht werden, im Rahmen der CSR-Maßnahmen<sup>2</sup> einen Nachhaltigkeitsbericht zu erstellen, der Stakeholder über die Aktivitäten des Unternehmens in diesem Bereich informiert. Drei Unternehmen integrieren das Thema Nachhaltigkeit in ihrem Geschäftsbericht und widmen der Thematik jeweils ein eigenes Kapitel. In den sog. integrierten Geschäftsberichten wird dem Thema Nachhaltigkeit weniger Raum gewidmet (gemessen am Seitenumfang) als in den eigens erstellten Nachhaltigkeitsberichten. Fraglich bleibt also, ob die Thematik durch die Aufnahme in den für eine größere Zahl der Stakeholder-Gruppen relevanten Geschäftsbericht eine Aufwertung erfährt oder ob dies Hinweis auf einen Rückgang des Interesses am Thema Nachhaltigkeit ist.

---

<sup>1</sup> Für die vorliegende Analyse wurde die Zusammensetzung des Deutschen Aktienindex (DAX) vom 13.8.2013 herangezogen.

<sup>2</sup> „Corporate Social Responsibility; Abk. CSR stellt einen aus dem Anglo-Amerikanischen kommenden (normativen) Schlüsselbegriff der Unternehmensethik dar, welcher die Frage nach der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen aufspannt“ (Gabler Wirtschaftslexikon, s.v. CSR).

## 4. Narrative Strategien in Nachhaltigkeitsberichten

Im Folgenden sollen nun anhand einer Textsammlung von Nachhaltigkeitsberichten aus den Jahren 2000 bis 2012 narrative Strategien analysiert werden, die für diese neue, oben beschriebene Textsorte charakteristisch sind. Insgesamt werden drei Phänomene als narrative Elemente in den Blick genommen: Es handelt sich um graphostilistische Marker, mythische und christliche Symbolik sowie die visuell-verbale Gestaltung von Nachhaltigkeitsberichten.

### 4.1 Graphostilistische Marker: Überdimensionierte Anführungszeichen und digitalisierte Handschriften

Wie Günter Bentele und Howard Nothhaft ausführen, steht im Zentrum der CSR-Aktivitäten der Unternehmen – zu denen sich auch Nachhaltigkeitsberichte rechnen lassen –, die „(massen-)mediale Konstruktion von Verantwortung und Verantwortlichkeit“ (Bentele/Nothhaft 2011, S. 45ff.). Um diesem Ziel der medialen Konstruktion von Verantwortung und Verantwortlichkeit gerecht zu werden, werden Nachhaltigkeitsberichte häufig mit den Texten der wichtigsten Akteure eines Unternehmens eröffnet: In fast jedem der untersuchten Nachhaltigkeitsberichte steht zu Beginn der Ausführungen ein Grußwort des Vorstandsvorsitzenden oder es kommen sogar mehrere Vorstandsmitglieder zu Wort, die über die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens informieren. In zahlreichen Nachhaltigkeitsberichten ist auffällig, dass diese Vorworte mit typographischen Besonderheiten einhergehen: So sind die Grußformeln („Liebe Leserinnen, liebe Leser“, Bayer 2012) in den Vorworten und auch die Unterschriften der Vorstandsvorsitzenden und Vorstandsmitglieder als digitalisierte Handschriften integriert (z.B. unterschreibt der Vorstandsvorsitzender Dr. Marijn Dekkers das Vorwort zum Nachhaltigkeitsbericht der Bayer AG).





wird: Das Thema Nachhaltigkeit wird – so suggerieren die typographisch hervorgehobenen Zitate zu Beginn des Nachhaltigkeitsberichts – an höchster Stelle im Unternehmen besprochen und vorangetrieben.

#### 4.2 Intertextualitätsphänomene in Nachhaltigkeitsberichten: Mythische Elemente und christliche Erlösungssymbolik

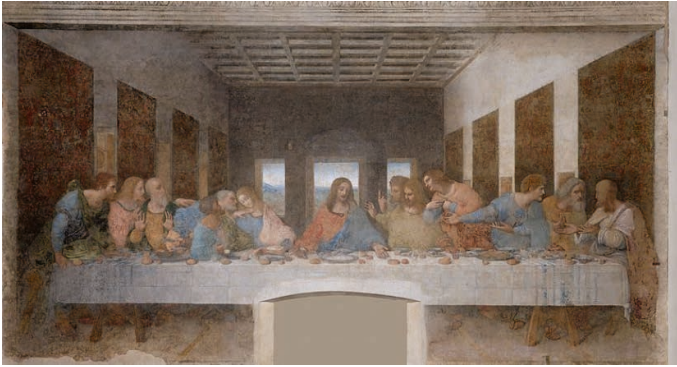
Eine weitere Analyseebene, die bei der Untersuchung von Nachhaltigkeitsberichten eine große Rolle spielt, sind die sogenannten Intertextualitätsphänomene. Nina Janich macht für die Analyse von Printanzeigen folgenden Vorschlag zu Definition von Intertextualität:

Intertextualität ist eine konkret belegbare Eigenschaft von einzelnen Texten und liegt dann vor, wenn vom Autor bewusst und mit einer bestimmten Absicht auf andere, vorliegende einzelne Texte oder ganze Textgattungen/Textsorten [...] Bezug genommen wird. Den Bezug nehmenden Text nennen wir „Phänotext“; der, auf den Bezug genommen wird, heißt Referenztext. (Janich 2010, S. 232)

Besonders passend erscheint im Rahmen des hier angesetzten semiotischen Ansatzes, dass Nina Janich Intertextualität nicht nur auf den verbalen Code von Printanzeigen bezieht, sondern auch „bildliche Anspielungen über den visuellen Code“ (Janich 2010, S. 233) von Printanzeigen als Intertextualitätsphänomene versteht. Nimmt man diesen Vorschlag von Janich auch bei der Analyse von Nachhaltigkeitsberichten ernst, wird schnell ersichtlich, dass sich Nachhaltigkeitsberichte v.a. auf der Ebene des visuellen Codes mythischer Elemente und christlicher Erlösungssymbolik bedienen, wie u.a. folgende Gegenüberstellung zeigt:



Abb. 6: Darstellung des Vorstandes der BASF SE (Nachhaltigkeitsbericht 2010)

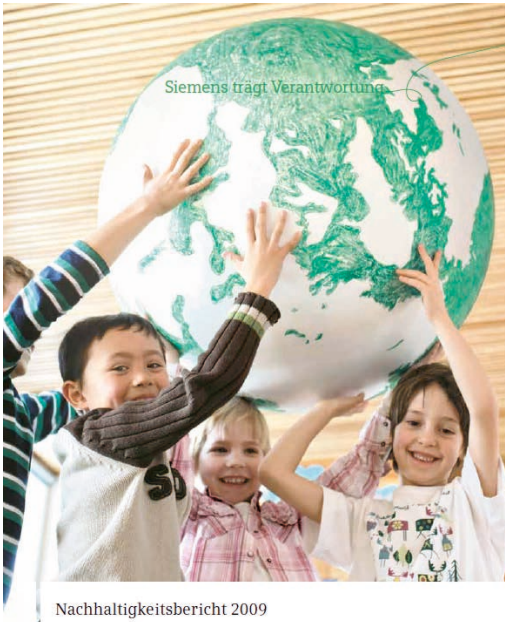


**Abb. 7:** Leonardo da Vinci. Das letzte Abendmahl (1494–1498)<sup>3</sup>

Die in Abbildung 6 gezeigte Darstellung ist überschrieben mit dem Titel „Der Vorstand der BASF SE nach einer Strategietagung“. Auch wenn dieser Bildtitel suggeriert, dass es sich um das inoffizielle Treffen der Vorstandsmitglieder nach getaner Arbeit handelt, ist die Darstellung dennoch hochgradig inszeniert. Relativ zentral und mit einer für die Jesus-Darstellung bei Leonardo da Vinci charakteristischen Handgeste wird der ranghöchste im Vorstand, der Vorstandsvorsitzende der BASF SE Jürgen Hambrecht gesetzt. Allerdings ist er nicht wie die Jesus-Figur bei Leonardo da Vinci im Mittelpunkt der Fluchtpunktlinien zu sehen, sondern seitlich versetzt. Den Mittelpunkt der Zentralperspektive stellt – im Einklang mit den diskursiv etablierten Énoncés – die Bepflanzung rund um die dargestellte Tischgruppe dar, was den im Nachhaltigkeitsdiskurs verhandelten ökologischen Aspekten in visueller Anspielung auf die „christliche Erlösungssymbolik“ (Röll 1998, S. 242) ins Bild setzt.

Nachhaltigkeitsberichte bedienen sich jedoch nicht nur der oben genannten christlichen Symbolik, sondern greifen auch auf Elemente der griechischen Mythologie zu. Die oftmals mit CSR-Aktivitäten und Nachhaltigkeitsstrategien propagierte Verantwortung spielt bei der folgenden Bebilderung des Nachhaltigkeitsberichts von Siemens eine zentrale Rolle:

<sup>3</sup> Das Bild findet sich im Dominikanerkloster Santa Maria delle Grazie. Das hier verwendete Foto wurde abgerufen am 10.11.2013 unter [http://de.wikipedia.org/wiki/Das\\_Abendmahl\\_\(Leonardo\\_da\\_Vinci\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Das_Abendmahl_(Leonardo_da_Vinci)).



Nachhaltigkeitsbericht 2009

**Abb. 8:** Titelseite des Nachhaltigkeitsberichts von Siemens 2009



**Abb. 9:** Statue auf dem Plaza del Toral in Santiago de Compostela, 18. Jahrhundert<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Das verwendete Foto wurde abgerufen am 10.11.2013 unter [http://de.wikipedia.org/wiki/Atlas\\_\(Mythologie\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Atlas_(Mythologie)).

Das Titelbild des Nachhaltigkeitsberichts von Siemens aus dem Jahr 2009 zeigt klare Anspielungen über den visuellen Code auf die Mythenfigur des Atlas und die künstlerische Darstellung derselben. Reiner Abenstein formuliert die folgenden wichtigen Aspekte in Zusammenhang mit dem Atlas-Mythos:

Der Name Atlas bedeutet „Träger“ oder „Dulder“. Seine ihm von Zeus auferlegte Arbeit ist es, am westlichen Rand der Welt auf der Schulter jene Säule zu tragen, die den Himmel stützt. [...]. (Abenstein 2005, S. 105)

Atlas ist also die Figur der griechischen Mythologie, die die Verantwortung für den Erhalt bzw. das Weiterexistieren der gesamten Welt „auf seinen Schultern“ trägt. Im Nachhaltigkeitsbericht von Siemens findet sich eine Variante dazu: Hier sind es Kinder, die symbolisch eine Weltkugel auf ihren Schultern tragen. Diese Inszenierung ist auf zweierlei Art bedeutsam: Zum einen weist sie wiederum auf die Tatsache hin, dass nachhaltiges Handeln in Diskursen als „eine Art des Wirtschaftens projektiv im Blick auf zukünftige Generationen zu beschreiben“ (Henn 2012, S. 182) ist. Andererseits wird deutlich, dass eben auch schon die Jüngsten im Unternehmen (d.h. die fotografierten Kinder der Betriebskindertagesstätte) auf ihre Verantwortung gegenüber der Welt bzw. gegenüber der Umwelt hingewiesen werden. Die Liste der in Nachhaltigkeitsberichten ins Bild gesetzten christlichen und mythischen Elemente ließe sich noch erweitern. So sei z.B. die Tiermetaphorik bzw. -symbolik, derer sich das Unternehmen Lufthansa bei der vielfältigen Inszenierung des Vogels Kranich in zahlreichen Kommunikaten bedient, genannt.

### 4.3 **Bildinventare und visuell-verbale Textgestaltung in Nachhaltigkeitsberichten**

Bei der Zusammenschau mehrerer Nachhaltigkeitsberichte wird deutlich, dass in dieser neuen Textsorte immer wieder diskursiv etablierte Aspekte ins Bild gesetzt werden. Die gesamtgesellschaftlich relevante Thematik der Nachhaltigkeit bzw. des nachhaltigen Handelns von Unternehmen wird durch bestimmte Praktiken und Sagbarkeitsregeln geprägt, die einzelne Akteure zwar befolgen, aber nicht ohne Weiteres zu benennen vermögen. Im Rahmen einer diskursanalytischen Untersuchung werden diese Effekte durch Analyse großer Textsammlungen sichtbar und zugänglich. Die oben bereits erwähnte Darstellung von Kindern wird in vielen Berichten aufgegriffen.

Kinder werden dabei nicht nur als Profiteure der Nachhaltigkeitsstrategie der Unternehmen und des Wirtschaftens mit Blick auf zukünftige Generationen gezeigt, sondern auch schon in ihrer Rolle als später Verantwortliche präsentiert. So werden Kinder nicht nur spielend dargestellt, wie z.B. auf der Titelseite des Nachhaltigkeitsberichts von Siemens (Abb. 10), sondern auch in schöpferischer Tätigkeit, wie im Nachhaltigkeitsbericht von Henkel (Abb. 11):



Abb. 10: Titelseite des Nachhaltigkeitsberichts von Siemens 2012



Abb. 11: Nachhaltigkeitsbericht von Henkel 2012

Um an den in medialen Diskursen zu Nachhaltigkeit besonders relevant gesetzten Aspekt „der ökologische[n] Verantwortung“ (Raupp/Jarolimek/Schultz 2011, S. 11) anzuschließen, finden sich in vielen Nachhaltigkeitsberichten zahlreiche Landschaftsaufnahmen:



**Abb. 12:** Titelseite des Nachhaltigkeitsberichts von Siemens 2007/2008



**Abb. 13:** Nachhaltigkeitsbericht von Lufthansa 2012

Es handelt sich jedoch nicht um Darstellungen unberührter Natur, sondern um Aufnahmen kultivierter Landschaften, die als Reminiszenz auf die ursprüngliche forstwirtschaftliche Verwendung des Lexems *Nachhaltigkeit* bzw. *nachhaltig* gedeutet werden können. Oftmals werden Technik und Natur dann so montiert, dass die unproblematische Koexistenz der Produkte bzw. der technischen Errungenschaften der Unternehmen durch die Darstellungen plausibel wird.

## 5. Fazit

Nachhaltigkeitsberichte sind als diskursive Effekte der Wort- und Themenkarriere der Lexeme *Nachhaltigkeit* bzw. *nachhaltig* zu verstehen. Die Autoren der Nachhaltigkeitsberichte schließen dabei an gesamtgesellschaftlich relevante Diskurse an, weshalb Nachhaltigkeitsberichte als Teildiskurs vorgestellt wurden. Immer wiederkehrende narrative Strategien bzw. narrative Elemente in Nachhaltigkeitsberichten sind im Bereich der typographischen Gestaltung graphostilistische Marker wie digitalisierte Handschriften und überdimensionierte Anführungszeichen zur semiotischen Konstruktion von Verantwortung bzw. Vertrauen. Auf der Ebene der intertextuellen Bezüge greifen die Autoren der Nachhaltigkeitsberichte auf Elemente der christlichen Erlösungssymbolik sowie auf mythische Elemente zu, um auch über diese narrative Strategie den Eindruck von Vertrauenswürdigkeit zu erwecken. Letztlich zeugen die visuellen Elemente der untersuchten Nachhaltigkeitsberichte davon, dass die Autoren an die diskursiv etablierten Aspekte zum Konzept Nachhaltigkeit anschließen und diese ins Bild setzen: Kinder werden auf Bildern präsentiert, um nachhaltiges Handeln als Wirtschaften mit Blick auf zukünftige Generationen vor Augen zu führen. Als Reminiszenz auf die forstwirtschaftliche Herkunft des Konzepts der Nachhaltigkeit sind in Nachhaltigkeitsberichten nicht Aufnahmen unberührter Natur zu sehen, sondern kultivierte Landschaften. Durch die hier durchgeführte korpuslinguistisch informierte Diskursanalyse zum Konzept der Nachhaltigkeit wurde es möglich, das sichtbar zu machen, was in der diskursiven Praxis in Form von geteilten Wissensbeständen Wirksamkeit entfaltet und mit den Foucaultschen *Énoncés* in Verbindung gebracht werden kann.

## Literatur

- Abenstein, Reiner (2005): Griechische Mythologie. Paderborn.
- Bentele, Günter/Nothhaft, Howard (2011): Vertrauen und Glaubwürdigkeit als Grundlage von Corporate Social Responsibility: Die (massen-)mediale Konstruktion von Verantwortung und Verantwortlichkeit. In: Raupp, Juliana et al. (Hg.): Handbuch CSR. Wiesbaden, S. 45-114.

- Bubenhof, Noah (2009): Sprachgebrauchsmuster. Korpuslinguistik als Methode der Diskurs- und Kulturanalyse. Berlin.
- Busse, Dietrich (1987): Historische Semantik. Stuttgart.
- Busse, Dietrich/Teubert, Wolfgang (1994): Ist Diskurs ein sprachwissenschaftliches Objekt? Zur Methodenfrage der historischen Semantik. In: Busse, Dietrich/Hermanns, Fritz/Teubert, Wolfgang (Hg.): Begriffsgeschichte und Diskursgeschichte. Methodenfragen und Forschungsergebnisse der historischen Semantik. Opladen, S. 10-28.
- Eckkrammer, Eva/Held, Gudrun (2006): Textsemiotik – Plädoyer für eine erweiterte Konzeption der Textlinguistik zur Erfassung der multimodalen Textrealität. In: Eckkrammer, Eva/Held, Gudrun (Hg.): Textsemiotik. Frankfurt a.M., S. 1-10.
- Felder, Ekkehard (2012): Pragmasemiotische Textarbeit und der hermeneutische Nutzen von Korpusanalysen für die linguistische Mediendiskursanalyse. In: Felder, Ekkehard/Müller, Marcus/Vogel, Friedemann (Hg.): Korpuspragmatik. Thematische Korpora als Basis diskurslinguistischer Analysen. Berlin, S. 115-174.
- Frank, Manfred (1984): Was ist Neostrukturalismus? Frankfurt a.M.
- Frank, Manfred (1988): Zum Diskursbegriff bei Foucault. In: Fohmann, Jürgen/Müller, Harro (Hg.): Diskurstheorien und Literaturwissenschaft. Frankfurt a.M., S. 25-44.
- Henn-Memmesheimer, Beate (2006): Wortgeschichten: Driften im semantischen Raum. In: Eitelmann, Matthias (Hg.): Ex praeteritis praesentia. Sprach-, literatur- und kulturwissenschaftliche Studien zu Wort- und Stoffgeschichten. Festschrift zum 70. Geburtstag von Theo Stemmler. Unter Mitarbeit von Theo Stemmler. Heidelberg, S. 43-68.
- Henn-Memmesheimer, Beate et al. (2012): Zur Dynamik eines Sprachbildes: Nachhaltig. In: Hansen-Kokorus, Renate/Henn-Memmesheimer, Beate (Hg.): Sprachbilder und kulturelle Kontexte. Eine deutsch-russische Fachtagung, Mannheim, S. 159-190.
- Henn-Memmesheimer, Beate/Geiger, Susi (1998): Visuell-verbale Textgestaltung von Werbeanzeigen. In: Kodikas-Code (21/1-2). Tübingen, S. 55-74.
- Janich, Nina (2010): Werbesprache. Ein Arbeitsbuch. Tübingen.
- Kämper, Heidrun/Scharloth, Joachim/Wengeler, Martin (2012): Einleitung. In: Kämper, Heidrun/Scharloth, Joachim/Wengeler, Martin (Hg.): 1968. Eine sprachwissenschaftliche Zwischenbilanz. Berlin/New York, S. 1-23.
- Keller, Reiner (2011): Diskursforschung. Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen. 4. Aufl. Wiesbaden.
- Raupp, Juliana/Jarolimek, Stefan/Schultz, Friederike (2011): Corporate Social Responsibility als Gegenstand der Kommunikationsforschung. Einleitende Anmerkungen, Definitionen und disziplinäre Perspektiven. In: Raupp, Juliana/Jarolimek, Stefan/Schultz, Friederike (Hg.): Handbuch CSR. Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, disziplinäre Zugänge und methodische Herausforderungen. Wiesbaden. S. 9-18.
- Rödel, Michael (2013): Die Invasion der „Nachhaltigkeit“. Eine linguistische Analyse eines politischen und ökonomischen Modeworts. In: Deutsche Sprache 41, S. 115-141.
- Röll, Franz Josef (1998): Mythen und Symbole in populären Medien. Frankfurt a.M.



- Sachs-Hombach, Klaus (2003): Kann die semiotische Bildtheorie Grundlage einer allgemeinen Bildwissenschaft sein? In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildhandeln. Interdisziplinäre Forschungen zur Pragmatik bildhafter Darstellungsformen. Köln, S. 9-26.
- Spitzmüller, Jürgen (2010): Typografische Variation und (Inter-)Medialität. Zur kommunikativen Relevanz skripturaler Sichtbarkeit. In: Deppermann, Arnulf/Linke, Angelika (Hg.): Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton. Berlin/New York, S. 97-128.
- Spitzmüller, Jürgen/Warnke, Ingo (2011): Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse. Berlin.
- Springer Gabler Verlag (Hg.): Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Corporate Social Responsibility. Online unter: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/5128/corporate-social-responsibility-v12.html>. (Stand: 9.4.2015).
- Stöckl, Hartmut (2004): Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte. Theorien. Analysemethoden. Berlin.