

ZUR FUNKTION NONVERBALER MITTEL
IN DEUTSCHEN UND ÄGYPTISCHEN SPEISEKARTEN

HILDA MATTA
Professor an der Kairo Universität

Abstrakt

Die Arbeit befasst sich mit der Rolle der nonverbalen Mittel in der schriftlichen Textsorte „Speisekarte“. Die linguistischen Forschungsarbeiten konzentrieren sich auf die nonverbalen Mittel im Rahmen der mündlichen Kommunikation. Ziel der Arbeit ist es, die Rolle der nonverbalen Mittel im Rahmen der schriftlichen Textsorten zu erhellen. Die Textsorte Speisekarte ist dazu geeignet, dies zu zeigen, da sie – anders als andere schriftliche Textsorten – die nonverbalen Mittel gezielt in den Diensten der textexternen Faktoren einsetzt. Es wird gezeigt, wie die nonverbalen Mittel, die zu den textinternen Faktoren zählen, in Interdependenz zu den textexternen Faktoren stehen und sie widerspiegeln. Die nonverbalen Mittel, die in den deutschen und ägyptischen Speisekarten vorkommen, sind das Layout (Farben, neue Zeilen, Rahmenlinien), die Typographie (Schriftausrichtung, Schriftgröße, Schriftart, Schriftstärke, Schriftlage, Unterstreichung, Großschreibung) und die Interpunktionszeichen (Anführungsstriche, Bindestrich, Klammer, Komma, Schrägstrich). Als Widerspiegelung der textexternen Faktoren, die, trotz Kompromiertheit, Informationsreichtum und Genauigkeit, Übersichtlichkeit, Orientierungshilfe, gute Gliederung und Lesbarkeit fordern, sowie der Funktion der Speisekarten als Werbungsinstrument, dienen die nonverbalen Mittel zur Hervorhebung, Unterscheidung zwischen verschiedenen Elementen, Aufzählung, Werbung und Verweis auf undurchsichtige Benennungen. Oft werden mehrere nonverbale Mittel kombiniert. Es hat sich bewiesen, dass diese nonverbalen Mittel in einem Wechselspiel und gegenseitiger Beeinflussung mit den textexternen Faktoren stehen und damit für sie unentbehrliche Funktionen ausüben.

Schlüsselwörter: ägyptische Speisekarten, deutsche Speisekarten, nonverbale Mittel, textexterne Faktoren, textinterne Faktoren, Layout, Typographie, Interpunktion

Abstract

This study investigates the role of the nonverbal elements in the written text type “menus”. Linguistic studies have concentrated on the role of nonverbal elements in oral communication. The aim of the underlying study is to highlight the role of the nonverbal elements in written text types. Menus can show this, as they use the nonverbal elements with the aim of reflecting the text external factors. The study shows how the nonverbal elements, which are part of the text internal factors, are dependent on the text external factors and how they reflect them. The nonverbal elements which occur in the German and Egyptian menus are layout, typography, and punctuation. As a reflection of the text external factors, which – in spite of being condense, rich in information and accurate – require clarity, easy orientation, good structure, readability and publicity, the nonverbal elements serve to highlight, differentiate among the diverse elements, enumerate, make publicity, and refer to obscure names of dishes. Often several nonverbal elements are combined to express the above-mentioned. The study has proven that

the nonverbal elements are in reciprocal influencing with the text external factors and that this way they play an indispensable role for them.

Keywords: Egyptian menus, German menus, nonverbal elements, text external factors, text internal factors, layout, typography, punctuation

1. EINLEITUNG

Die Speisekarte ist eine Textsorte, die ein wichtiger Teil des gastronomischen Betriebes ausmacht. Sie ist eine Auflistung von Speisen, bzw. Speisen und Getränken, die in einem Restaurant angeboten werden. Die Zahl der linguistischen Arbeiten, die sich mit dieser schriftlichen Textsorte befassen, sind noch sehr begrenzt. So schreibt Pietzcker, dass die Speisekarte eine „noch wenig sprachwissenschaftlich erforschte Fachtextsorte“ ist. (Vgl. Pietzcker 2008) Nach Schellenberg wurden sie „erst seit kürzerem linguistisch bearbeitet.“ (Schellenberg 2011, 69) Eine extensive Analyse der textexternen und textinternen Faktoren der deutschen und ägyptischen Speisekarten liegt m.E. nicht vor. Ziel der Arbeit ist es nicht alle Faktoren detailliert zu analysieren. Die Arbeit geht eher von den nonverbalen Mitteln aus, die in den Speisekarten vorkommen, da m.E. die nonverbalen Mittel in den Speisekarten – anders als in anderen Textsorten – eine besonders wichtige Rolle spielen. Außerdem werden die wechselseitigen Bedingungen und Abhängigkeiten zwischen den nonverbalen Mitteln und den textexternen Faktoren untersucht, da die Speisekarte als schriftliche Textsorte sich dadurch aussondert, dass sie in einer ganz besonderen Weise die nonverbalen Mittel in Interdependenz zu den textexternen Faktoren einsetzt.

Dabei muss auf den Begriff „nonverbale Mittel“ einführllich eingegangen werden, da ich versuchen werde diesen Begriff weiter aufzufassen und im Bereich der schriftlichen Kommunikation einzubeziehen, da die nonverbalen Mittel fast ausschließlich im Rahmen der mündlichen Kommunikation verwertet werden.

So erklärt Nord den Begriff „Nonverbale Textelemente“ wie folgt: „Unter der als Funktionsbegriff verstandenen Bezeichnung „Nonverbale Elemente“ fassen wir Zeichen aus anderen nichtsprachlichen Kodes zusammen,“ (Nord 2009, 120) Weiterhin schreibt sie: „In der (mündlich realisierten) Face-to-face-Kommunikation sind es vor allem gestische und mimische Signale (...) sowie Körperbewegungen (...).“ (Nord 2009, 121)

Wie bereits zu sehen ist, werden die nonverbalen Mittel auf die mündliche Kommunikation begrenzt. Das gilt auch bei Bussmann (1990), die unter „Nonverbale Kommunikation“ die „Gesamtheit der in zwischenmenschlichen Kommunikationsprozessen auftretenden nichtsprachlichen Phänomene“ versteht. Dabei unterscheidet sie zwischen den „(a) phonetischen Mitteln wie Lautstärke der Stimme, Stimmlage, Sprechrhythmus, Lachen, Hüsteln etc.“ und „(b) nicht-phonetischen

(motorischen) Phänomenen wie Mimik, Gestik, Körperhaltung, Blickkontakt, äußere Erscheinung und Kleidung.“ (Busmann 1990 unter Nonverbale Kommunikation).

Auch bietet das „Metzler Lexikon. Sprache“ die folgende Definition. Unter „nonverbale Kommunikation“ steht „Verstehbares Verhalten, das nicht auf der Verwendung sprachl. ↑ Zeichen beruht und parallel zur sprachl. Verständigung stattfindet oder diese auch ersetzt.“ (Glück 2016, 468) Als Beispiele werden Gestik, Mimik und weitere körperliche Aspekte genannt. (Vgl. Glück 2016, 468)

Lewandowski geht auch ähnlich vor und versteht die nonverbalen Mittel nur als Teil der mündlichen Kommunikation. Er fügt hinzu, dass die nonverbale Kommunikation „auch bei der Präsentation geschriebener Texte eine nicht unerhebliche Rolle“ (Lewandowski 1985 unter nonverbale Kommunikation) spielt.

Die nonverbalen Mittel werden also im Rahmen der mündlichen Kommunikation verwertet und analysiert, so dass sie bei der Textanalyse von schriftlichen Textsorten meistens außer acht gelassen werden. So konzentriert sich Nord in ihrem Buch mit dem Titel „Textanalyse und Übersetzung. Theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsrelevanten Textanalyse“ (2009) auf die nonverbalen Textelemente im Rahmen der mündlichen Kommunikation. (Vgl. Nord 2009, 120-124) Auch Fandrych / Thurmaier (2011) beziehen die nonverbalen Mittel fast nicht in ihre „linguistische Analysen“ der vor allem schriftlichen Textsorten ein.

Selbst Nord schreibt folgende Bemerkung: „Von den AutorInnen nicht berücksichtigten Analyseansätze erwähnt nur Thiel (1978a, 1978b, 1980a) die nonverbalen Textelemente (äußere Textgliederung, optische Markierungen). Dass die anderen auf diese Fragen nicht eingehen, ist vermutlich auf einen enger gefassten Textbegriff zurückzuführen, der nur das sprachliche Zeichen Text berücksichtigt.“ (Nord 2009, 121)

Auf zwei weitere Stellen bei Nord muss jedoch hingewiesen werden. Sie teilt die nonverbalen Mittel in den schriftlichen Texten gemäß ihren Funktionen: in textbegleitende Funktion (Layout), in textergänzende Funktion (z.B. Tabellen), in textteilkonstituierende bzw. textteilersetzende Funktion (z.B. Bild im Comic) ein. (Vgl. Nord 2009, 121) Weiterhin verweist sie darauf, dass aus dem Kleingedruckten (als typographischem Mittel) und der Interpunktion (Vgl. Nord 2009, 122) „wichtigere Informationen erschlossen werden“ (Nord 2009, 122) können. Dieses Strang wird jedoch m.E. weder weiter verfolgt noch vertieft.

Ziel der Arbeit ist – wie bereits erwähnt – die Erarbeitung der Funktion der nonverbalen Mittel in den Speisekarten. Es wird versucht auf die folgenden Fragestellungen zu antworten: Werden nonverbale Mittel in der schriftlichen Textsorte Speisekarte benutzt? Welche Mittel werden benutzt und welche Funktionen üben sie aus? Weiterhin wird auf die Frage eingegangen, wie die textexternen Faktoren diese nonverbalen Mittel

bedingen und wie diese nonverbalen Mittel die textexternen Faktoren widerspiegeln, in anderen Worten wird der Versuch gemacht, diese Wechselbeziehung und gegenseitige Beeinflussung zwischen den textexternen Faktoren und den nonverbalen Mitteln, die zu den textinternen Faktoren zählen, herauszuarbeiten.

Obwohl das Korpus – wie bereits erwähnt – aus deutschen und ägyptischen Speisekarten besteht, ist es nicht Ziel der Arbeit einen Vergleich zu ziehen, sondern ägyptische Speisekarten werden einbezogen, um sicherzustellen, dass die Ergebnisse, die erschlossen werden, keine reine deutsche Erscheinung sind. Man geht eigentlich davon aus, dass Speisekarten eine Textsorte sind, die international eine große Ähnlichkeit aufweist. „Nach Riley-Köhn (1999 – 226f.) besitzt die Basisstruktur der Textsorte Speisekarte einen „universellen Charakter“ mit „Bindung an eine klassische Norm“, die sich aus der „linearen Anordnungsfolge der klassischen Speisefolge“ ergibt.“ (Schellenberg 2011, 71)

Wie bereits erwähnt, geht die Arbeit nicht auf alle textexternen Faktoren ein, sondern nur auf die, die Einfluss auf die Wahl und die Benutzung der nonverbalen Mittel ausüben.

Als erstes ist auf die Situation einzugehen, in deren Rahmen die Speisekarte eine Rolle spielt. Die Situation ist die, dass ein Gast ein Restaurant mit der Intention betritt, Speisen und Getränke zu bestellen. Er greift zu der Speisekarte um die Speisen auszuwählen, die er bestellen wird. Im Rahmen dieser Situation ist die Speisekarte eine schriftliche Textsorte, die in einer Handlungsabfolge eingebettet ist, und an die Empfänger und Sender beteiligt sind. Das „mündliche“ Gespräch zwischen beiden findet gleichzeitig und reziprok statt und beide befinden sich physisch am gleichen Ort. Dabei ist die Speisekarte, die – im Grunde genommen – eine schriftliche Textsorte ist, Basis des Gesprächs. Der Gast ist der Empfänger des Textes, wobei der Kellner nicht unbedingt der eigentliche Sender der Speisekarte ist, worauf ich weiter unten ausführlich eingehen werde.

Für den Empfänger ist die Speisekarte keine reine Quelle von Informationen, sondern er will aus den angebotenen Gerichten das auswählen, was er bestellen will. Dafür muss er nicht die ganze Speisekarte durchgehen, denn er will seine Zeit nicht damit vergeuden, jedes Gericht mitsamt den Angaben, die möglicherweise zu dem Gericht gehören, durchzugehen, sondern er geht selektiv vor, indem er gezielt auf ein bzw. mehrere Gerichte eingeht. Das gilt besonders dann, wenn die Speisekarte eine sehr große Auswahl anbietet. Es ist hier zu vermerken, dass einige ägyptische Speisekarten 139 Gerichte anbieten (A3, A8) unterteilt nach 14 (A3) bzw. 17 (A8) Kategorien, auch einige deutsche Speisekarten bieten 126 Gerichte unterteilt nach 16 Kategorien (Eck) und 92 Gerichte unterteilt nach 12 Kategorien (Adler). Die Speisekarten bestehen nicht nur aus dieser großen Anzahl von Gerichten und Kategorien, sondern daneben gibt es

eine Fülle von Informationen, die möglicherweise in den Speisekarten einbezogen werden müssen, wie Bestandteile der Gerichte, Zutaten, Kocharten, Beilagen, Portionen, Preise u.a. Auch müssen die diversen Informationen voneinander unterschieden werden. Wichtig ist also die Frage, was dem Gast bei dieser Suche helfen kann. Die Speisekarten müssten auf den ersten Blick übersichtlich sein und dem Gast verhelfen, - ohne viel Zeitverlust – seine Bestellung zusammenzustellen. Dafür muss die Speisekarte gut gegliedert sein und der schnellen Orientierung dienen. Das muss der Sender bei der Zusammenstellung der Speisekarte ins Auge fassen.

Der Sender der Textsorte Speisekarte ist nicht so eindeutig festzulegen wie der Empfänger, denn der Restaurantinhaber ist nicht unbedingt derjenige, der für die Herausgabe der Speisekarte in ihrer fertig angebotenen Form verantwortlich ist. Seine Hauptrolle ist die, vor allem die Speisen, die Getränke, die Preise und die Portionen zusammenzustellen, die er gemäss dem vorhandenen Angebot festlegt. In manchen Fällen könnte er das Design selbst planen und der Druckerei übergeben. Eine andere Möglichkeit ist die, die Webseiten zu benutzen, die Tipps für die Anstellung von Speisekarten geben und sogar fertig designte Vorlagen anbieten. So bietet z.B. „Gastro Insider 77“ im Netz kostenlose Speisekartenvorlagen. Auch werden solche fertigen Vorlagen für ägyptische Speisekarten angeboten. (Vgl. die Webseite „tasmimak“ <https://specialties.bayt.com/ar/specialties/q/301413/%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%80> Zugriff: 30.12.2024) Andere Restaurantinhaber bzw. -leiter würden das Design Experten bzw. Design-Agenturen übergeben, die für die Formattierung und Fertigstellung verantwortlich sind. Wer der genaue Sender ist, ist somit nicht leicht festzulegen. Sender ist auch nicht der Kellner, der die Bestellung physisch entgegennimmt. Er ist in den meisten Fällen nur ein Angestellter. In kleineren Betrieben könnte es der Restaurantinhaber sein. Der Kellner hat mit der Formulierung der Speisekarte nichts zu tun. Er bietet sie nur an und spielt somit eher eine Vermittlerrolle. Aus diesen Gründen meine ich in der vorliegenden Studie mit „Sender“ den Gegenüber vom Empfänger, vor allem jedoch den Restaurantinhaber.

Was ist vom Sender zu erwarten und wozu ist er verpflichtet. Er muss auf die Erwartungen des Empfängers eingehen, die m.E. in diesen Fällen konventionalisiert sind. Der Sender ist anhand der Speisekarte, die einem Vertrag ähnlich ist, verpflichtet, alle Gerichte und Getränke zu nennen, die im Angebot stehen. Die Speisekarte muss verbindlich sein. Gerichte und Getränke, die nicht vorhanden sind, muss der Sender aus der Karte streichen oder darauf verweisen, dass sie nicht mehr angeboten sind. Der Sender übernimmt die Verantwortung, dass die Speisen verfügbar sind. Er ist außerdem verpflichtet, sich an allen Informationen zu halten, die er in der Speisekarte angibt wie Zutaten, Beilagen, Kocharten, Portionen, Preise usw. Alle diese müssen ganz genau stimmen. Trotz der Tatsache, dass die Speisekarte trotz Informationsreichtum und der großen Zahl der Gerichte (s.o.) sehr komprimiert ist sollten keine für den Gast /

Empfänger wichtige Informationen fehlen. Die ägyptischen Speisekarten im Korpus sind auf einem DIN A 4 Format begrenzt, in der Vorder- und Rückseite beschriftet ist. Trotz dieser Kondensität der Speisekarte muss die Karte übersichtlich aufgeführt sein.

Der Sender, der seinen Gewinn vergrößern will, muss auch die Speisekarte als Werbungsinstrument konstituieren. Neben den attraktiven Farben kommen auch die Bilder hinzu, beide nonverbale Mittel. Der Versuch wird außerdem gemacht, ob die nonverbalen Mittel auch eine werbende Funktion ausüben.

Anlehnend an der Intention des Senders, die darin besteht, sein Angebot an Speisen und Getränken dem Empfänger mitzuteilen und ihn über sie zu informieren, aber auch den Empfänger dazu zu bringen, viel Geld auszugeben und eventuell mehr Speisen und Getränke zu bestellen, kann bei der Speisekarte von den Funktionen der Information und Appellierung ausgegangen werden.

Die Informationen, die eine Speisekarte enthält, sind die Zutaten, Beilagen, Kocharten, Portionen, Preise usw. Neben der bloßen Benennung. Ist der Empfänger ein Einheimischer könnten weniger Details angegeben werden, da präsupponiert werden kann, dass der Empfänger diese Details schon kennt. Somit müsste der Sender die Empfänger bzw. seine Gäste genau kennen und sich ihnen entgegenkommen.

Die informierende Funktion könnte weiter spezifiziert werden, indem sie informierend beschreibend genannt werden kann, da die Speisen, ihre Zutaten, ihre Beilagen und Kocharten in der Speisekarte beschrieben werden.

Neben der informierenden Funktion besteht – wie bereits angegeben – die appellative Funktion. Der Sender appelliert an dem Empfänger so viele Speisen und Getränke zu bestellen, die seinen Profit erhöhen würde. Zu der appellativen Funktion gehört die Werbung. Der Sender muss versuchen, die Speisekarte als Werbungsinstrument zu benutzen. Sei es durch die attraktiven Farben der Speisekarte, sei es durch die Bilder, die die Gerichte darstellen oder sei es durch weitere nonverbale Mittel, die benutzt werden. Es wird versucht weitere mögliche Mittel aus der Analyse zu ermitteln.

Subsumiert man alle textexternen Faktoren, auf die hier eingegangen wurde, nämlich die Situation, Ort und Zeit, Sender und Empfänger, die Intention von Sender und Empfänger, die informierende, beschreibende und werbende Funktion, so kommt man zum Ergebnis, dass die Speisekarten trotz Informationsreichtums, Genauigkeit der Angaben und Komprimiertheit, gut gegliedert und strukturiert sein müssen, mit dem Ziel Übersichtlichkeit und Lesbarkeit zu verwirklichen. Der Gast muss beim ersten Blick schon einen Überblick gewinnen, um in kürzester Zeit sein Gericht zu bestellen. Das wird u.a. durch Übersichtlichkeit, Unterscheidung zwischen verschiedenen Arten von Informationen, Aufzählung und Werbung realisiert. Die Frage ist, ob die nonverbalen Mittel diese Aufgaben realisieren können, um eine mögliche

Wechselbeziehung zwischen den textexternen und textinternen Faktoren, hier begrenzt auf die nonverbalen Mittel, zu demonstrieren.

Die folgenden nonverbalen Mitteln werden untersucht, nämlich Layout, Typographie und Interpunktion. Es folgt eine kurze Beschreibung dieser Begriffe.

„Ein Layout bezieht sich auf die Anordnung von Texten, Bildern und anderen Elementen auf einer Seite“ (<https://adibjarkas.at/glossar/layout/> Zugriff: 12.1.2025)
Zu den Elementen eines Layouts gehören vor allem Text, Bilder und Grafiken, Farben und Schriftarten und Grid (Raster). (Vgl. <https://adibjarkas.at/glossar/layout/> Zugriff: 12.1.2025)

Unter Layout werden in der vorliegenden Arbeit die folgenden Punkte untersucht: Farben, neue Zeilen und Rahmenlinien. Schriftart und Schriftgröße zählen einerseits zu dem Layout und andererseits zu der Typographie. In der vorliegenden Studie werden sie unter Typographie untersucht.

„Typografie ist die Kunst und Technik der Gestaltung und Anordnung von Schrift, die sowohl in gedruckten als auch digitalen Medien verwendet wird. Sie umfasst Aspekte wie Schriftart, Schriftgröße, Zeilenabstand und -länge, um Lesbarkeit und Ästhetik zu maximieren. Ein tiefes Verständnis von Typografie kann das visuelle Erscheinungsbild eines Textes drastisch verbessern und die Kommunikation der Inhalte effektiver gestalten.“ <https://www.studysmarter.de/ausbildung/ausbildung-in-handwerkproduktion-und-gewerbe/buchbinder/typografie/> Zugriff: 11.1.2025

Unter Typographie werden die folgenden Unterpunkte untersucht: Schriftausrichtung (zentriert), Schriftgröße, Schriftart, Schriftstärke (fett), Schriftlage (kursiv), Unterstreichung und Großschreibung.

„Als *Interpunktion* wird das Setzen von Satzzeichen und Wortzeichen bezeichnet, um die syntaktische, inhaltliche sowie morphologische Struktur eines Textes deutlich zu machen.“ (<https://wortwuchs.net/grammatik/interpunktion/> Zugriff: 13.12.2021) Unter Interpunktion werden die folgenden Unterpunkte untersucht: Anführungsstriche, Bindestrich, Klammer, Komma und Schrägstrich. Die Funktionen, die in der Definition vorkommen, müssen nicht unbedingt mit unseren Befunden übereinstimmen, da ich vor allem induktiv-empirisch vorgehen werde. Auch geht es uns nicht an zu verfolgen, ob diese Zeichen den Interpunktionsregeln des Deutschen bzw. des Arabischen folgen oder nicht. Wir werden nur die Rolle angeben, die sie für die Speisekarten des Korpus spielen, besonders da unterschiedliche Regeln im Deutschen und Arabischen herrschen.

Korpus der Untersuchung sind zehn deutsche und zehn ägyptische Speisekarten, die spontan ausgewählt wurden. Diese sind auf Deutsch und Arabisch geschrieben sind, was bedeutet, dass sie sich an deutschen und ägyptischen Empfängern richtet. Dies ist insofern wichtig, da hier von Präsuppositionen ausgegangen wird. Das bloße Benennen

von einigen Speisen ohne Erklärung oder Angaben der Zutaten oder der Kochart setzt nämlich voraus, dass es für den deutschen bzw. den ägyptischen Empfänger bekannt ist. Dies übt Einfluss auf die Benennung oder Auslassung einiger Informationen wie im Laufe der Analyse zu sehen ist.

2. HINWEISE ZUR ANALYSE

Die Analyse konzentriert sich ausgeschlossen auf den Speisekartenskelett bzw. dem Hautteil der Speisekarte, worunter die Auflistung der Speisen zu nennen ist. Alle anderen Teile der Speisekarten vor allem der Vorderseite mit dem Restaurantnamen und weitere fakultativen Elementen wie Logo, Slogan, Kontakt, Öffnungszeiten, Zweigstellen, Angabe der Steuer, verschiedene Bestellmöglichkeiten, Geschichte des Restaurants usw. werden in der Analyse nicht aufgenommen. Dies würde den Rahmen der Arbeit sprengen.

Das Korpus mit den Speisekarten wird im Anhang aufgelistet. Die deutschen Speisekarten erhalten Groß D (z.B. D1) und die ägyptischen Speisekarten ein Groß A (z.B. A1), um die Verweise zu erleichtern.

Die Beispiele aus den ägyptischen Speisekarten kommen nur in deutscher Übersetzung vor. Dass das Beispiel auf eine ägyptische Speisekarte referiert, wird durch den Verweis auf eine ägyptische Speisekarte (A) gezeigt.

Unter jedem nonverbalen Mittel stehen Beispiele aus den ägyptischen und deutschen Speisekarten. Wenn die Beispiele nur aus den ägyptischen oder nur aus den deutschen Speisekarten stammen, dann bedeutet das, dass das nonverbale Mittel in der angegeben Funktion nur in einem der beiden Speisekartenkorpora vorhanden ist.

Die divergierenden Schriftarten habe ich selber gewählt, da die genaue Schriftart nicht aus dem Text erarbeitet werden konnte.

Die Analyse konzentriert sich auf die Speisen. Wenn die Zahl der Getränke im Verhältnis zu den Speisen beschränkt ist, werden sie in die Analyse aufgenommen. Sind die Getränke zahlreich, so sind sie aus der Analyse ausgeschaltet worden. So gehen z.B. die Getränke in D3 über mehrere Seiten hinweg und sind in mehreren Kategorien eingeteilt.

Mit Großschreibung ist gemeint, dass alle Buchstaben des Wortes großgeschrieben sind.

Hierarchie der Schriftgröße bedeutet, dass die Kategorie die größte Schriftgröße hat, während Gerichte eine kleinere Schriftgröße als die Kategorien haben und die Angaben die kleinste Schriftgröße haben, bzw. eine kleinere Schriftgröße als die Gerichtsamen haben.

3. ANALYSE

3.1. *Layout*

3.1.1. Farben

In allen Speisekarten, sowohl den deutschen als auch den ägyptischen, werden Farben bewusst eingesetzt und benutzt und dienen den folgenden unterschiedlichen Funktionen.

3.1.1.1 Hervorhebung der Kategorien

Die Kategorien stehen in Kästen. Die Farben der Kategorien und der Kästen sind anders als der Hintergrund und die Schrift im Allgemeinen.

Als Beispiel dienen folgende Speisekarten:

Kategorien weiss in orangen Kästen (Hintergrund weissgrau, die weitere Schrift schwarz) (A2)

Kategorien schwarz in gelbem Kasten (A3)

Kategorien rot in gelben Kästen (Hintergrund rot, die weitere Schrift weiss und gelb) (A10)

Kategorien weiss in roten Kästen (Hintergrund weiss, die weitere Schrift schwarz) (A8)

Kategorien weiss in violetten Kästen (Hintergrund weiss, die weitere Schrift rot und violett) (A9)

Kategorien schwarz in blauen Kästen (Hintergrund weiss) (D2)

Kategorien weiss in dunkelblauen Kästen (Hintergrund blau mit weissen Wölkchen, weitere Schrift schwarz) (D4)

Kategorien schwarz in blauen Kästen (Hintergrund weiss mit blauen Zupfen) (D10)

Einige Kategorien stehen in keinem Kasten, haben aber eine andere Farbe als die weitere Schrift:

Kategorien braun (Hintergrund weiss, weitere Schrift schwarz) (D8), Kategorie rot (weitere Schrift schwarz) (D9)

3.1.1.2 Hervorhebung der Gerichte

Als Sonderfall stehen wenige Gerichte in rot in einem weissen Kasten, anders als der rote Hintergrund und anders als die anderen Gerichte, die in gelb und weiss stehen und nicht in einem Kasten plaziert sind. (In Kästen stehen nur die Kategorien). (A10)

3.1.1.3 Hervorhebung der Preise:

Preise weiss in violetterm Rahmen (Hintergrund schwarz) (A5)

Preise gelb (anders als weitere Schrift) (A9)

Preise rot (weitere Schrift schwarz und weiss) (A8)

Preise und Portionen rot in kleinen weissen Kasten (weitere Schrift gelb und weiss, Hintergrund dunkelbraun) (A7)

3.1.1.4 Hervorhebung einzelner Wörter

Obwohl die ganze Speisekarte auf Arabisch geschrieben ist, kommt das englische Wort "New" in zwei ägyptischen Speisekarten vor und dient meines Erachtens der Aufmerksamkeitserregung und damit der Werbung. In A4 kommt es in einer gelben kreisartigen Form vor und ist in roter Farbe wie der Hintergrund. Außerdem ist es großgeschrieben. Es steht neben 3 Kategorien von insgesamt 20 Kategorien. In A10 überschneidet es die weissen Preiskolonnen und ist schräg und als einziges in blau geschrieben und mit einem blauen Strich darunter. Außerdem ist es großgeschrieben. Es kommt bei 5 Kategorien von insgesamt 15 Kategorien vor.

3.1.1.5 Unterscheidung zwischen Hintergrund und Schrift

Beispiele:

hellgrauer Hintergrund und schwarze Schrift (A3)

schwarzer Hintergrund und weisse Schrift (A5)

weisser Hintergrund und rote Schrift (A9)

weisser Hintergrund und dunkelbraune Schrift (D7)

weisser Hintergrund und schwarze Schrift (D6, D8, D9, D10)

3.1.1.6 Unterscheidung zwischen Kategorien, Gerichten und Angaben

<p>Pasta <i>Alfredo</i> Penna - gewürzte Hähnchen - weiße Soße - Champignons - Paprika - Zwiebel - rumänischer Käse (A6)</p>	<p>Kategorie violett Gerichtsname rot Angaben schwarz Hierarchie der Schriftgröße Verschiedene Schriftarten</p>
<p>Italienische Pizzas Pizza Fongy Champignons - Tomatensoße - Mozzarella Gemüse (A10)</p>	<p>Kategorie rot in gelbem Kasten Gerichtsname weiss Allgemeiner Hintergrund rot Angaben, neue Zeile Hierarchie der Schriftgröße</p>
<p>ANDECHSER KLASSIKER LAMMFILET - vom Grill - mit Thymiansauce, Speckbohnen und Kartoffelgratin (D8)</p>	<p>Kategorie rot Gerichtsname dunkelblau Angaben hellblau Allgemeiner Hintergrund weiss</p>

	Kategorie und Gerichtsname großgeschrieben, Angaben normal Hierarchie der Schriftgröße
--	--

3.1.1.7 Unterscheidung zwischen Gerichten und Angaben

Mahlzeit Garnelen (Garnelen + Reis + Salat + Brot) (A9)	Gericht rot, Angaben violett Allgemeiner Hintergrund beige Gericht größere Schriftgröße
Ein Viertel Hähnchen geröstet (A4)	Gericht weiss größere Schrift Angaben gelb kursiv
„Vom Lachs“ mit Butter und Toast (D3) „Strammer Max“ Graubrot mit Schinken & Spiegelei (D3)	Gerichte blau in Anführungsstrichen Angaben schwarz (gleiche Zeile)

3.1.1.8 Unterscheidung zwischen Sprachen

Kartoffel Fries (A6)	Arabischer Gerichtsname rot Englischer Gerichtsname violett
Fleisch Kofta Beef Kofta(A7)	Gericht auf Arabisch gelb Gericht auf Englisch weiss

3.1.2 Neue Zeilen

Neue Zeilen haben folgende Funktionen:

3.1.2.1 Das Nennen der Angaben, die zum Gericht gehören. Diese sind eingeteilt in:

3.1.2.1.1 Kochart

Estakoza (geröstet, gekocht mit Mayonnaise) (A9)	Gerichtsname größere Schriftgröße und in rot geschrieben Kochart kleinere Schriftgröße, in Klammer, violett, neue Zeile
BAYERISCHER WAGYU LEBERKNÖDEL in einer kräftigen Wagyu Brühe (D8)	Gericht fett, großgeschrieben, größere Schriftgröße Angaben neue Zeile, nicht fett, kleinere Schriftgröße

3.1.2.1.2 Zutaten

Verschiedenartige Käsecrepe Rumänisch (Käse) + Cheddar + Mozzarella (A1)	Zutaten kleinere Schriftgröße als Gerichtsname Zutaten neue Zeile
Peperoni	Zutaten kleinere Schriftgröße als Gerichtsname

Pizzasauce - Peperoni - bunte Paprika - Tomaten - Oliven - Mozzarella (A6),	Zutaten neue Zeile
<i>Toast Louis Armstrong</i> Geschnetzeltes Schweinefilet mit Zwiebeln, Tomaten und Käse überbacken (D2)	Gerichtsname fett, kursiv Zutaten nicht fett, nicht kursiv, neue Zeile

3.1.2.1.3 Beilagen

Panierte Hähnchen Mit Mayonnaise (A2)	Beilagen kleinere Schriftgröße als Gerichtsname und neue Zeile
<i>Riesen-Kotelett</i> mit Pommes frites und Salat (D2)	Gerichtsname fett, kursiv Beilagen weder fett noch kursiv, neue Zeile

3.1.2.1.4 Portionen

Mixed Grill (ein halbes Hähnchen - 2 Kofta - 2 Schisch Tawook) (A1)	Gerichtsname größere Schriftgröße Portionen kleinere Schriftgröße, in Klammer, neue Zeile
Vorspeisenteller „Haus am Walde“ Saisonale Kleinigkeiten nach Art des Hauses für 1 Person für 2 Personen (D6)	Die Portionen sind in gleicher Schriftgröße und fett wie der Gerichtsname und stehen je in einer neuen Zeile Die Beschreibung des Gerichts steht inmitten des Gerichtnamens und der Portionen in einer neuen Zeile, aber kleiner in der Schriftgröße und nicht fett

3.1.2.2 Unterscheidung zwischen verschiedenen Arten der Angaben:

Pferdebohnen <i>Dynamit französisches Brot</i> (Pferdebohnen + Kartoffel Pommes frites + Aubergine + gekochte Eier + Sesampastete) (A4)	Dynamit ist die Spezifizierung des Gerichts + Beilage Neue Zeile: Bestandteile des Gerichts Gerichtsname weiss, Spezifizierung und Beilage gelb und kursiv Bestandteile weiss, kursiv und kleinere Schriftgröße
Cordon bleu vom Schwein gefüllt mit hauseigenem Geräuscherten und Emmentaler, dazu Preiselbeeren und Kartoffel-Gurkensalat (D 1)	Gerichtsnamen fett verschiedene Arten von Angaben (nicht kursiv) je in einer anderen Zeile: Angabe der Tierart neben Gerichtsnamen Kochart neue Zeile Beilagen neue Zeile

3.1.2.3 In allen deutschen und ägyptischen Speisekarten steht jede Kategorie und jedes Gericht in einer neuen Zeile

3.1.3 Rahmenlinien

Rahmenlinien dienen der Trennung einiger Textteile voneinander zur besseren Übersicht. Als Beispiel kommen sie in folgenden Speisekarten wie folgt vor:

Zwischen den Gerichten (A5)

Zwischen den Kategorien mitsamt Gerichten und Preisen (D8)

Zwischen Gericht und Preisen (A3), (D7) und zwischen Gerichten mitstamt Angaben und Preisen (A4), (D10)

Jede Kategorie mitsamt Gerichten und Preisen wird durch Rahmenlinien eingerahmt. (A7), (A8)

3.2 *Typografie*

3.2.1 Schriftausrichtung (zentriert)

3.2.1.1 Zentriert werden:

Obertitel z.B. „Preise der frischen Fische“ zentriert (A9),

Kategorien zentriert ohne Kasten (A5), (A7), (D1), (D6), (D7), (D10)

Kategorien zentriert in Kasten (A3), (A8), (A10), (D5)

Alle Informationen (Kategorien, Gerichtsnamen und Angaben) zentriert (A5)

3.2.1.2 Die Schriftausrichtung übt folgenden Funktion aus:

3.2.1.2.1 Unterscheidung zwischen Kategorie und Unterkategorie

Getränke Heisse Getränke (D5)	Kategorie zentriert Unterkategorie nicht zentriert
----------------------------------	---

3.2.1.2.2 Unterscheidung zwischen den Kategorien den Gerichten und den Angaben:

Mahlzeiten des Haty Mahlzeit ¼ Ente mit weissem Reis oder Fadennudeln (A3)	Kategorie zentriert, fett Gerichte nicht zentriert, nicht fett Angaben kleinere Schriftgröße, nicht zentriert
<i>Dessert</i> Milchreis (A10)	Kategorie zentriert, andere Schriftart als Gericht, weiss in rotem Kasten

	Gericht nicht zentriert, rot in gelbem Kasten
Vorspeisen Gegrillte Peperoni mit Schafskäse, Oliven und Knoblauch (D10)	Hierarchie der Schriftgröße Kategorie und Gerichtsnamen fett Angabe gleiche Zeile
Aus dem Suppentopf Kleine Tomatensuppe mit Croutons (D7)	Kategorie zentriert Gerichtsname fett, kleinere Schriftgröße

3.2.1.2.3 Sonderfall: alles zentriert

Fisch <u>Bremer Pannfisch</u> Serviert mit Senfsauce, Bratkartoffeln und Salat (D5)	Alle zentriert Hierarchie der Schriftgröße Kategorie (schwarz) in grauem Kasten (Allgemeiner Hintergrund weiss) Gerichtsname unterstrichen Angaben blau und neue Zeile
--	--

3.2.2 Schriftgröße:

Hierarchie der Schriftgröße bedeutet, dass die Kategorie die größte Schriftgröße hat, während Gerichte eine kleinere Schriftgröße als die Kategorien haben und die Angaben die kleinste Schriftgröße haben, bzw. eine kleinere Schriftgröße als die Gerichtsnamen haben.

Die unterschiedlichen Schriftgrößen üben die folgenden Funktionen aus:

3.2.2.1 Unterscheidung zwischen Kategorien, Gerichten und Angaben

Italienische Pizzas Pizza Margerita Tomatensoße - Mozzarella (A10)	Hierarchie der Schriftgröße
HUHN Hähnchenbrust paniert mit Basmatireis und Mischgemüse (D4)	Hierarchie der Schriftgröße Kategorie weiss Gerichtsname und Angabe schwarz

3.2.2.2 Unterscheidung zwischen Kategorien und Gerichten (Kategorien größere Schriftgröße)

Grilled Menu Shish Kabab (A7)	Kategorien größere Schriftgröße als Gerichtsnamen
DESSERT 1 Kugel Eis (D4)	Kategorien größere Schriftgröße als Gerichtsnamen Kategorie großgeschrieben

3.2.2.3 Unterscheidung zwischen Gericht und Angaben

Apachy Eier - Wurst - Pilz - Gemüse (A8)	Gerichtsname größere Schriftgröße als Angaben Angaben gleiche Zeile
½ Lachs-Brötchen mit Meerrettich (D3)	Gerichtsname größere Schriftgröße als Angaben, Gerichtsname fett Angaben gleiche Zeile

3.2.2.4 Unterscheidung zwischen Sprachen

Kleine Gulaschsuppe mit Rindfleisch Small goulasch soup with beef (D7)	Deutscher Gerichtsname fett kleinere Schriftgröße Englisch nicht fett
--	--

3.2.2.5 Unterschiedliche Schriftgröße im gleichen Wort

Das Wort „neu“ auf Arabisch besteht aus 4 Buchstaben. Jeder Buchstabe erhält eine größere Schriftgröße als der vorige. Außerdem ist das Wort schräg und schief und steht neben einem einzigen Gericht, nämlich „Wachtel“ (eine Vogelart). Es ist gelb mit grauem Hintergrund. Dies lenkt die Aufmerksamkeit und kann damit der Werbung dienen. (A3)

3.2.3 Schriftart

Unterschiedliche Schriftarten üben folgende Funktionen aus:

3.2.3.1 Unterscheidung zwischen Kategorie und Gerichtsnamen

<i>Nudelntöpfe</i> Nudeltopf mit gehacktem Fleisch (A10)	Unterschiedliche Schriftart zwischen Kategorie und Gerichtsnamen
---	--

3.2.3.2 Unterscheidung zwischen Kategorie, Gerichtsnamen und Angaben

<i>Suppen</i> Französische Zwiebelsuppe , überbacken (D10)	Kategorie nicht fett, andere Schriftart, kursiv Gerichtsname fett, nicht kursiv Angabe gleiche Zeile, kleinere Schriftgröße, nicht kursiv, gleiche Zeile
<i>Pizza</i> Peperoni Pizzasauce - Peperoni - bunte Paprika - Tomaten - Oliven - Mozzarella (A6)	Unterschiedliche Schriftart zwischen Kategorie, Gerichtsnamen und Angaben Kategorie violett, Gerichtsname rot, Angaben schwarz (Hintergrund weiss)

3.2.3.3 Hervorhebung eines einzelnen Wortes

Das Wort „New“ steht auf Englisch obwohl alle übrigen Textstellen auf Arabisch geschrieben sind. Es hat eine andere Schriftart als der übrige Text. Auch farblich steht es im Kontrast zu allen übrigen Farben. Es ist blau und steht nur neben einigen Kategorien (4 von insgesamt 14 Kategorien). Außerdem ist es schräg und senkrecht mit schräger Unterstreichung. (A10)

Das arabische Wort „gedid“ (neu) hat eine andere Schriftart als der Rest des Textes. Es ist gelb auf einem grauen Hintergrund, wobei die übrige Schrift schwarz ist. Es steht neben einem einzigen Gerichtsnamen, nämlich „geröstete Wachtel“. (A3)

3.2.4 Schriftstärke (fett):

3.2.4.1 Unterscheidung zwischen Kategorien und Gerichtsnamen

Hähnchen, Tauben, und Enten des Haty Geröstete Hähnchen auf Kohle (A3)	Gerichtsname fett, zentriert Angabe nicht fett, nicht zentriert
Aus dem Suppentopf Gulaschsuppe mit Rindfleisch (D7)	Kategorie zentriert Gerichtsname fett, kleinere Schriftgröße
<i>Suppen</i> Französische Zwiebelsuppe , überbacken (D10)	Kategorie nicht fett, kursiv Gerichtsname fett, nicht kursiv Angabe gleiche Zeile kleinere Schriftgröße, nicht kursiv, gleiche Zeile

3.2.4.2 Unterscheidung zwischen Gerichtsnamen und Angaben

Panierte Hähnchen Mit Mayonnaise (A2)	Gerichtsname fett Angabe kleinere Schriftgröße, nicht fett
Currywurst Mit pikanter Paprikasoße und Pommes frites (D1)	Kategorie fett, Angaben nicht fett

3.2.4.3 Hervorhebung eines Gerichtsnamens, der inmitten anderer Informationen steht

Kotelett mit hausgemachtem Kartoffelsalat & Salat (D4)	Gerichtsname fett, größere Schriftgröße als Kochart und Beilagen in der gleichen Zeile
---	--

3.2.5 Schriftlage (kursiv):

Kategorien sind kursiv in Kasten (A10)

Kategorien sind kursiv ohne Kasten (A4), (A7), (D10)

Die kursive Schriftlage übt die folgenden Funktionen aus:

3.2.5.1 Unterscheidung zwischen Kategorien und Gerichtsnamen

<i>Grilled Menu</i> Kairo Mixed Grill (A7)	Kategorie kursiv Gerichtsname nicht kursiv
<i>Vorspeisen</i> Gebratene Butterchampignons mit Zwiebeln (D10)	Hierarchie der Schriftgröße Kategorie kursiv Gerichtsname fett Gerichtsnamen und Angaben nicht kursiv Angaben gleiche Zeile

3.2.5.2 Unterscheidung zwischen Gericht und Angaben:

Aubergine <i>geröstet</i> (A4)	Gerichtsname nicht kursiv Angabe kursiv, gelb, gleiche Zeile
Kalbsschnitzel mit Pommes frites und Salat (D2)	Gerichtsname fett, kursiv Angabe nicht fett, nicht kursiv

3.2.5.3 Sonderfall: Kategorien und Angaben kursiv, Gerichtsname nicht kursiv

<i>Kartoffelsandwiches</i> Pommes frites <i>(Mit gekochten Eiern / Omelett)</i> (A4)	Kategorie kursiv, weiss, größere Schriftgröße Gerichtsname nicht kursiv Angaben kursiv (gelb) Gerichtsname und Angaben gleiche Schriftgröße
--	--

3.2.6 Unterstreichung

Die Unterstreichung übt die folgenden Funktionen aus:

Unterscheidung zwischen Kategorien, Gerichten und Angaben:

<u>Suppen</u> Saisonaler Eintopf kleine Portion große Portion (D6)	Kategorie unterstrichen Gerichtsname und Angaben nicht unterstrichen Gerichtsname fett Kategorien und Angaben nicht fett
Fisch <u>Bremer Pannfisch</u> Serviert mit Senfsauce, Bratkartoffeln und Salat (D5)	Gerichtsname unterstrichen Alles zentriert Hierarchie der Schriftgröße Kategorie (schwarz) in grauem Kasten (Allgemeiner Hintergrund weiss)

	Angaben blau und neue Zeile
--	-----------------------------

3.7 Großschreibung

Die Großschreibung übt die folgenden Funktionen aus:

3.2.7.1 Unterscheidung der Kategorien von Gerichtsnamen und Angaben

KLEINE GERICHTE Schweinebrötchen mit Röstzwiebeln (D4)	Hierarchie der Schriftgröße Kategorie großgeschrieben, weiss in dunkelblauem Kasten, allgemeiner Hintergrund blau mit weissen Wölkchen Gerichtsname fett und schwarz Angaben nicht fett, gleiche Zeile, schwarz Preise fett ohne Währungszeichen
---	--

3.2.7.2 Unterscheidung der Kategorien und Gerichtsnamen von den Angaben

ANDECHSER KLASSIKER LAMMFILET - vom Grill - mit Thymiansauce, Speckbohnen und Kartoffelgratin (D8)	Allgemeiner Hintergrund weiss Hierarchie der Schriftgröße Verschiedene Angaben (Kochart und Beilagen) Beilagen neue Zeile Verschiedene Farben: Kategorie rot, Gerichtsname dunkelblau, Angaben hellblau Kategorie und Gerichtsname großgeschrieben, Angaben normal
--	---

3.2.7.3 Das englische Wort NEW ist in zwei ägyptischen Speisekarten großgeschrieben, obwohl alles andere in beiden Speisekarten auf arabisch geschrieben ist. Es ist hier zu vermerken, dass Großschreibung nur im Deutschen möglich ist. Großschreibung existiert im Arabischen nicht. Im Dienste der Werbung wird das englische Wort gewählt und wird großgeschrieben.

3.3 Interpunktion

3.3.1 Anführungsstriche

Die Anführungsstriche üben folgende Funktionen aus:

3.3.1.1 Hinweis auf die Kochart

Schnitzel “Schweizer Art” (D2), Schnitzel “Frankfurter Art” (D7), Schnitzel “Wiener Art” (D10)

3.3.1.2 Hinweis auf etwas Unverständliches oder undurchsichtige Namen

Namen von Gerichten “Strammer Max” (D3), “Zugspitz” (D5), Vorspeisenteller “Haus am Walde” (D7). Eine Erklärung folgt wie im folgenden Beispiel zu sehen ist:

„Max & Moritz“

kleines Wiener Schnitzel mit Pommes frites (D2)

3.3.1.3 Werbung

Salatteller “Spezial” (D10)

3.3.2 Bindestrich

Der Bindestrich übt folgende Funktionen aus:

3.3.2.1 Aufzählung mit der Bedeutung “und”

3.3.2.1.1 Aufzählung der Bestandteile der Kategorie

Fleischsandwiches (Syrisches Brot - Knoblauchsoße oder Mayonnaise - Gurken) (A1)	Kategorie und Bestandteile weiss in dunkelroten Kasten Allgemeiner Hintergrund hellrot Bestandteile kleinere Schriftgröße, weiss
---	--

3.3.2.1.2 Aufzählung der Zutaten des Gerichts

Hähnchenbarbeque Pizzasauce - gewürzte Hähnchen - Pilze - Barbequesauce - Mozzarella (A6)	Gericht rot, größere Schriftgröße Zutaten schwarz
Pizza Hackfleisch Hackfleisch - rumänischer Käse - Gemüse - Oliven - Mozzarella - Eier (A10)	Gericht weiss, größere Schriftgröße Zutaten gelb

3.3.2.1.3 Aufzählung der Beilagen eines Gerichts

Hähnchensandwiches (Syrisches Brot - Knoblauchsoße oder Mayonnaise - Gurken) (A1)	Kategorie und Beilagen weiss Kategorie größere Schriftgröße Beilagen in Klammer
--	---

3.3.2.2 Aufzählung mit der Bedeutung “oder”

Getränke Pepsi - Seven Up - Miranda (A2)	Kategorie größere Schriftgröße, weiss, Hintergrund orange Angaben braun, Hintergrund grau
---	---

3.3.2.3 Angabe der Portion:

BAYERISCHER WAGYU BEEF BURGER - 180g (D8)	Gericht großgeschrieben Portion gleiche Zeile
--	--

3.3.2.4 Angabe der Kochart:

Garnelen (geröstet - gebraten) (A9)	Gerichtsname rot, größere Schriftgröße Angaben violett, in Klammer, neue Zeile
---	---

3.3.2.5 Als Mittel der Werbung

VORSPEISEN HAUSGEMACHTER OBAZDA - <i>der</i> <i>Originale -</i> <i>Mit Radi und ofenfrischer Brezn</i> (D8)	Hierarchie der Schriftgröße Kategorie und Gericht fett Angaben kursiv
--	---

3.3.3 Klammer:

Die Klammer üben folgende Funktionen aus:

3.3.3.1 Angabe der Bestandteile

Platte verschiedener Gefüllter Gemüsearten (Zucchini - Aubergine - Paprika) (A3)	Bestandteile kleinere Schriftgröße, neue Zeile
Mahlzeit Garnelen (Garnelen + Reis + Salat + Brot) (A9)	Gericht rot Angaben violett, kleinere Schriftgröße, neue Zeile

3.3.3.2 Angabe der Kochart

Mosesfisch (gebraten – geröstet mit Butter – Öl und Zitronen) (A9)	Gericht rot Angaben violett, in Klammer, neue Zeile, kleinere Schriftgröße
---	--

3.3.3.3 Angabe der Zutaten

Pferdebohnen (Oliven / scharfes Öl) (A4)	Gericht weiss Angabe in Klammer, kursiv, gelb, gleiche Zeile
--	--

3.3.3.4 Angabe der Beilagen

Teller Bohnenpasteten (Knoblauchsoße - Gurken - Brot) (A1),	Gerichtsname größere Schriftgröße Angaben in Klammer, neue Zeile
--	---

3.3.3.5 Angabe der Portion

Hähnchensandwiches (genügt 4 Personen) (A1)

Ein Teller Mixed Grill (2 Stück Kabab - 2 Kofta - 2 Hähnchenbrust - 2 Schisch Tawook ...) (A1)

Mineralwasser (klein) (A2)

Soft drinks (cans) (A5)

Salatbuffet (5 Sorten) (A5)

Hausgemachtes Patty (300g) (D1)

1 Schnitzel (100g) (D3)

Butter (2 Stück) (D4)

Schafskäse (90g) (D7)

Camembert, (2 Stück) (D10)

3.3.3.6 Angabe weiterer Informationen

Mahlzeit ¼ Hähnchen (Brust) (A1)

Mahlzeit geröstete (Hähnchen)brust“ (Diet) (A1)

1 kg Shaverma Fleisch (pur) (A1)

Gemüse Bowl (**vegan**, kalt) (D6)

(nach Tagesangebot) (D6)

3.3.3.7 Erklärung eines undurchsichtigen Namens eines Gerichts

Pferdebohnen Dynamit (Pferdebohnen + Kartoffel Pommes frites + Aubergine + gekochte Eier + Sesampastete) (A4)

Pfannkuchen Hend (Verschiedene Obstarten und Sahne und Bienenhonig und Custard) (A10)

Seemannsstäbchen (Fischstäbchen) (D10)

Tarzan-Steak (Schnitzel vom Grill) (D10)

3.3.4 Komma

Das Komma übt folgende Funktionen aus:

3.3.4.1 Aufzählung

3.3.4.1.1 Aufzählung mit der Bedeutung “und“

Salatteller Nizza: Thunfisch, Eier, Tomaten, Zwiebeln, Paprika, Käse (D2)

Großer Salat mit Tomate, Gurke, Bohnen, Rote Beete und Krautsalat (Öl, Essig) (D4)

American Burger

Mit Rindfleisch, BBQ-Sauce, Bacon, Cheddar & Wedges (D9)

3.3.4.1.2 Aufzählung mit der Bedeutung “oder“

Man kann bestellen $\frac{1}{4}$, $\frac{1}{2}$, $\frac{3}{4}$ oder ein Kilo (A3)

Garnelen (geröstet, gebraten ...) (A9)

$\frac{1}{2}$ Schinken, Käse, Salami oder Ei (D3)

Eine Tasse Kaffee, Glas Tee oder Schokolade (D3)

wahlweise Mett, Käse, Koch- oder Roher Schinken (D4)

3.3.4.2 Angaben

3.3.4.2.1 Angabe der Beilagen durch Trennung vom Gerichtsnamen mit Hilfe des Kommas

Gegrillte Tauben, Reis oder Weizenkörner (A3)

3.3.4.2.2 Angabe der Kochart

Französische Zwiebelsuppe, überbacken (D10)

Original griechischer Schafskäse, paniert, mit Brot und Butter (D10)

3.3.4.2.3 Angabe neuer Informationen mit Hilfe des Kommas

Ente, ihr Gewicht ist ca. 2,4 Kg Fleisch + Reis (A3)

zwei Weisswürste in Salzwasser serviert, dazu reichen wir ... (D5)

Zwiebelrostbraten, aus der Lende geschnitten (D8)

3.3.5 Schrägstrich

Der Schrägstrich übt folgende Funktionen aus:

3.3.5.1 Aufzählung mit der Bedeutung (und)

Gratinierter Elsässer Flam / Bauernbrot / Schmand / Speck / Zwiebel (D4)

3.3.5.2 Aufzählung mit der Bedeutung “oder“

Geröstete Leber / Alexandrinische (Leber) (A3)

Omelett Cheddar / rumänischer Käse (A4)

Shawerma Hähnchen / Fleisch (A7)

Lamm und / oder Kalbsleber (D2)

KAFFEE / TEE (Kategorie) (D8)

3.3.5.3 Angabe neuer Informationen

Reines Gemüse / Gemüse des Tages (A3)

Gerösteter rumänischer Käse / auf dem Grill (A4)

Pfannkuchen verschiedene Fleischarten / supreme (A4)

Cappucino mit Sahne / POTT / (D4)

4 ERGEBNISSE DER ANALYSE

Wie in den obigen Ausführungen angegeben, müssten die Speisekarten – trotz einer großen Anzahl an Informationen, der Genauigkeit der Angaben und der Komprimiertheit – lesbar, übersichtlich und gut gegliedert sein. Die Frage ist die, ob und inwiefern die nonverbalen Mittel eine Rolle bei der Verwirklichung dieser Aufgaben ausüben können. Die Untersuchung der verschiedenen nonverbalen Mittel, nämlich des Layouts, der Typographie und der Interpunktionszeichen, hat erwiesen, daß die nonverbalen Mittel diese Aufgaben durch die Ausübung folgender Funktionen realisiert haben:

4.1 Hervorhebung und Unterscheidung

Die Hauptfunktion der Farben – als Teil des Layouts – ist die Hervorhebung und die Unterscheidung von Elementen in der Speisekarte. Sie spielen damit eine wichtige Rolle in bezug zu der Übersichtlichkeit, der Lesbarkeit und der guten Gliederung der Speisekarten. Das verwirklichen die verschiedenen Farben dadurch, dass sie Kontraste zwischen den verschiedenen Teilen der Speisekarte schaffen und bieten damit eine Orientierungshilfe für den Gast, denn – wie bereits angegeben – besteht die Strategie eines versierten Gastes darin, die Speisekarte zu überfliegen, die Kategorien als erstes zu finden, die durch verschiedene Farben vom Hintergrund abgehoben sind. Es ist nicht nur wichtig, die Kategorien für sich hervorzuheben, sondern sie könnten u.a. von den anderen Elementen, die in der Speisekarte genannt werden, farblich unterschieden

werden, so dass sie leicht findbar sind. Diese anderen Elemente sind die Gerichtsnamen und die Angaben zu den Gerichten.

Durch die verschiedenen Farben wird außerdem zwischen dem Hintergrund und der Schrift unterschieden. Durch die Farben werden klare Kontraste geschaffen, so dass der Hintergrund andersfarbig als die Schrift im Allgemeinen ist. (s. 3.1.1.5) Durch die Kontraste wird der geschriebene Text hervorgehoben und ist gut lesbar.

In zwei Fällen werden die verschiedenen Sprachen, hier Arabisch und Englisch, mit denen die ganze Speisekarte geschrieben ist, farblich voneinander unterschieden, obwohl die arabischen Buchstaben sich von den lateinischen unterscheiden. (s. 3.1.1.8)

Auch die Typographie spielt eine wichtige Rolle bei der Hervorhebung und Unterscheidung in den Speisekarten. Das ist sogar die Hauptfunktion der Typographie. Die Elemente der Typographie, die in den Speisekarten vorkommen, sind die folgenden: die Schriftausrichtung (zentriert), die Schriftgröße, die Schriftart, die Schriftstärke (fett), die Schriftlage (kursiv), die Unterstreichung und die Großschreibung. Auch die Elemente des Layouts wie neue Zeilen und Rahmenlinien spielen eine Rolle. Mit Hilfe dieser Elemente wird zwischen den Kategorien, den Gerichtsnamen, den verschiedenen Angaben wie Bestandteilen der Gerichte, Kocharten, Zutaten, Beilagen, Portionen, Preise und weiteren verschiedenen Informationen unterschieden.

Neue Zeilen unterscheiden außerdem zwischen den verschiedenen Sprachen, bzw. der Hauptsprache und der Übersetzung in einer anderen Sprache. (s. 3.2.2.4)

Durch neue Zeilen werden die Gerichte voneinander getrennt, indem jedes Gericht in einer neuen Zeile eingesetzt wird, was bei allen Speisekarten der Fall ist. (s. 3.1.2.3) Getrennt werden außerdem die verschiedenen Angaben zum Gericht. (3.1.2.2)

Durch Rahmenlinien werden in einigen Speisekarten die Kategorien mitsamt den Gerichten und den Angaben voneinander getrennt und damit unterschieden. (s. 3.1.3)

Obwohl die Funktion der Kommas – wie weiter unten zu sehen ist – hauptsächlich die Aufzählung ist, dienen sie in einigen Fällen der Unterscheidung von Informationen, indem sie verschiedene Informationen voneinander trennen. Sie verweisen durch Trennung zur Abgrenzung von Beilagen, Kocharten und weiteren verschiedenen Informationen. (s. 3.3.4.2)

4.2 Aufzählung

Die Hauptfunktion der Interpunktionszeichen ist – gemäß den Befunden der Analyse – die Aufzählung. Die Interpunktionszeichen, die in den Speisekarten vorkommen, sind die Anführungsstriche, der Bindestrich, die Klammer, das Komma und der Schrägstrich.

Die Interpunktionszeichen dienen der Aufzählung mit der Bedeutung „und“, sei es die Aufzählung der Bestandteile der Gerichte, der Zutaten oder der Beilagen. (s. 3.3.4.1.1) Sie dienen auch der Aufzählung mit der Bedeutung „oder“. (s. 3.3.4.1.2), indem sie der Wahl dienen. Neben dieser Hauptfunktion bestehen weitere Funktionen, die eher vereinzelt einigen Interpunktionszeichen zugeschrieben werden und auf denen weiter unten eingegangen wird.

4.3 Werbung

Wie bereits angegeben, wird die Speisekarte als eine Art Werbungsinstrument benutzt. Dabei spielen einige nonverbale Mittel eine Rolle für die Werbung. Dies realisiert sich wie folgt:

Eines der Mittel ist die farbliche Hervorhebung eines Einzelwortes und damit der Lenkung der Aufmerksamkeit auf dieses Wort (s. 3.1.1.4)

Einige in Anführungsstrichen gesetzten Wörtern dienen der Werbung. (s. 3.3.1.3)

In einem Sonderfall herrscht eine unterschiedliche Schriftgröße im gleichen Wort, was der Werbung und dem Lenken der Aufmerksamkeit dient. Das Wort „neu“ auf Arabisch ist in einer ganz besonderen Weise geschrieben. Jeder Buchstabe erhält eine größere Schriftgröße als der vorige Buchstabe. Außerdem ist es kursiv und gelb mit grauem Hintergrund. (s. 3.2.2.5)

Das englische Wort „new“ hat eine andere Schriftart als die Schriftart des ganzen Textes im Hauptteil und steht farblich im Kontrast zu allen übrigen Farben. (s. 3.2.3.3)

Alle Buchstaben des Wortes „NEW“ sind großgeschrieben. (s. 3.2.7.3)

4.4 Verweis auf undurchsichtige Benennungen

Teil der Verpflichtung des Senders ist die Klarheit der Angaben. Einige Gerichte erhalten undurchsichtige Benennungen, d.h. der Gast ist von der Benennung her nicht in der Lage zu wissen, woraus das Gericht besteht. Der Sender soll jedoch verständliche Informationen anbieten und den Gast nicht durch undurchsichtige Benennungen verwirren. Der Gast muss genau wissen, was in der Speisekarte steht und woraus ein Gericht besteht. Auf diese undurchsichtigen Gerichtsnamen muss hingewiesen werden. Das ist der Fall, indem hinter den undurchsichtigen Benennungen eine Erklärung folgt. Unter anderem übernehmen die Anführungsstriche diese Aufgabe, indem sie auf unverständliche bzw. undurchsichtige Gerichtsbenennungen verweisen. (s. 3.3.1.2) Manchmal sind es Benennungen, die die Phantasie bzw. die Neugierde des Gastes hervorrufen, was der Werbung dienen könnte. (s. 3.3.1.2)

4.5 Kombination von mehreren nonverbalen Mitteln

Oft werden mehrere Mittel gleichzeitig eingesetzt, mit dem Ziel der Hervorhebung und der Unterscheidung von Informationen, z.B. werden die Kategorien mit anderen Farben als die restlichen Informationen versehen. Gleichzeitig werden sie in Kästen gesetzt und erhalten die größte Schriftgröße. (s. 3.1.1)

Ein anderes Beispiel dafür ist: Die Kategorien, Gerichte, Angaben und Hintergrund sind farblich voneinander unterschieden. Gleichzeitig ist die Kategorie großgeschrieben und fett. Es herrscht eine Hierarchie der Schriftgröße. Eine der Angaben ist von zwei Bindestrichen umrahmt und die weiteren Angaben stehen in einer neuen Zeile. (s. 3.1.1.6)

In einigen Fällen erhalten die Preise andere Farben. Dies steht neben der vertikalen Auflistung der Preise, die in den meisten Speisekarten in einer Spalte für sich stehen.

4.5 Unterschiede zwischen den deutschen und ägyptischen Speisekarten

Es ist hier zu vermerken, dass einige Elemente in nur einer der beiden Sprachen vorkommen. So kommen die Anführungsstriche nur in deutschen Speisekarten vor. (s. 3.3.1.1) Manchmal kommen die Elemente in beiden Sprachen vor, üben jedoch unterschiedliche Funktionen. Der Bindestrich kommt eher in ägyptischen Speisekarten vor und dient vor allem der Aufzählung. (s. 3.3.2.1) In den deutschen Speisekarten kommt er sehr selten vor und funktioniert eher der Abgrenzung, nämlich zur Angabe der Portion. (s. 3.3.2.3) Manchmal dient der Bindestrich der Werbung. (s. 3.3.2.5) Auf diese und andere Unterschiede soll jedoch nicht eingegangen werden, da es sich nicht um einen Vergleich zwischen den deutschen und ägyptischen Speisekarten handelt und besonders auch deswegen, weil das Korpus sehr minimal ist und in keiner Weise die Speisekarten in beiden Ländern in ihrer Fülle und Variation repräsentieren kann.

5. FAZIT

Die vorliegende Arbeit setzt sich mit den nonverbalen Mitteln als Teil der textinternen Faktoren eines Textes bzw. einer Textsorte auseinander. In den bisherigen linguistischen Forschungsarbeiten werden die nonverbalen Mittel vor allem im Rahmen der mündlichen Kommunikation behandelt und untersucht. Mit einem solchen eng gefassten Verständnis und Begrenzung der nonverbalen Mittel stimme ich nicht überein. Meines Erachtens müssten die nonverbalen Mittel weitergefasst werden. Sie sollten nicht nur auf „gestische und mimische Signale“ und „Körperbewegungen“ (Vgl. Nord 2009, 121) im Rahmen der mündlichen Kommunikation begrenzt werden. Die Frage soll gestellt werden, ob nonverbale Mittel – anders als die für die mündliche Kommunikation gültigen – in schriftlichen Texten zu finden sind. Weiterhin sollte der Versuch gemacht werden, die Funktionen zu erarbeiten, die sie ausüben.

Für die Verfolgung dieses Zieles wurde die Textsorte „Speisekarte“ gewählt. Diese schriftliche Textsorte ist reich an nonverbalen Mitteln, die sich von denen der Mittel der

mündlichen Kommunikation unterscheiden. Diese passen der schriftlichen Konzipierung und Natur der Textsorte. Diese nonverbalen Mittel werden bewusst eingesetzt und spielen – anders als für andere schriftliche Textsorten – eine wichtige Rolle. Deshalb behandelt die vorliegende Arbeit die Textsorte Speisekarte. Die nonverbalen Mittel, die in der Textsorte Speisekarte vorkommen wurden herausgearbeitet und mit dem Ziel untersucht, die Funktion bzw. die Funktionen, die sie für die Textsorte ausüben, zu analysieren.

Die vorliegende empirisch-induktive Analyse basiert auf einem Korpus von zehn deutschen und zehn ägyptischen Speisekarten. Ziel ist es nicht, einen Vergleich zu ziehen, sondern die Befunde werden durch die Wahl von Speisekarten aus zwei verschiedenen Kulturen untermauert. Es zeigt vor allem, dass diese Befunde stark konventionalisiert und zur Konstitution der Textsorte gehören und dass es keine reine deutsche Erscheinung ist.

Die nonverbalen Mittel, die in den Speisekarten vorgefunden wurden, gehören zum Layout, der Typographie und der Interpunktion. Unter dem Layout zählen die Farben, die neuen Zeilen und die Rahmenlinien. Zur Typographie gehören die Schriftausrichtung (zentriert), die Schriftgröße, die Schriftart, die Schriftstärke (fett), die Schriftlage (kursiv), Unterstreichung und Großschreibung. Unter den Interpunktionszeichen sind die Anführungsstriche, der Bindestrich, die Klammer, das Komma und der Schrägstrich.

Ausgehend von den textexternen Faktoren, worunter vor allem Situation, Ort und Zeit, Sender und Empfänger, Intention des Senders und Empfängers, die Funktion des Textes zählen, sollten die Speisekarten – trotz ihrer Komprimiertheit – reich an detaillierten Informationen sein. Sie sollten aber zugleich lesbar, gut gegliedert und übersichtlich sein.

Ergebnis der Untersuchung ist, dass die Speisekarten, sowohl die deutschen als auch die ägyptischen, diese nonverbalen Mittel bewusst und gezielt eingesetzt haben. Diese Mittel haben die textexternen Faktoren widerspiegelt und standen in ihrem Dienste. Sie dienten der guten Orientierungshilfe durch Hervorhebung wichtiger Informationen, Unterscheidung der verschiedenen Informationen und die Aufzählung der verschiedenen Elemente der Speisekarten. So dienten vor allem die Interpunktionszeichen Komma, Bindestrich und Schrägstrich der Aufzählung. Der Hervorhebung und Unterscheidung verschiedener Informationen dienten alle Elemente des Layouts und der Typographie. Neben diesen Funktionen dienen die nonverbalen Mittel (Kommas, neue Zeilen und Rahmenlinien) der Trennung verschiedener Informationen, der Erklärung undrucksichtiger Benennungen von Gerichten und sogar – ausgehend von der appellativen Funktion – der Werbung.

In vielen Fällen werden sogar mehrere Mittel gleichzeitig eingesetzt, sogar übergreifend aus den verschiedenen Hauptkategorien der nonverbalen Mittel, nämlich des Layouts und der Typographie und der Interpunktion.

Auf die unterschiedliche Funktion und Frequenz einiger nonverbaler Mittel in den beiden Sprachen, ist die Arbeit nicht eingegangen, da es nicht um einen Vergleich zwischen den deutschen und den ägyptischen Speisekarten geht. Auch wurde nicht auf das Fehlen einiger Interpunktionszeichen oder anderer Elemente des Layouts und der Typographie eingegangen, da das Korpus zu minimal ist, um daraus solche Folgerungen zu ziehen.

Im Großen und Ganzen hat die Studie bestätigt, dass schriftliche Textsorten sehr wohl nonverbale Mittel einsetzen. Diese Mittel unterscheiden sich von den nonverbalen Mitteln in der mündlichen Kommunikation. Die schriftliche Textsorte Speisekarte hat die – von mir erarbeiteten nonverbalen Mittel – sehr bewusst und gezielt eingesetzt. Es hat sich bewiesen, dass diese nonverbalen Mittel – als Teil der textinternen Faktoren – in einem Wechselspiel und gegenseitiger Beeinflussung mit den textexternen Faktoren stehen und damit für sie unentbehrliche Funktionen ausüben. Die Ausweitung der Analyse der nonverbalen Mittel auf weitere schriftliche Textsorten würde m.E. die Textsortenforschung bereichern.

6 ANHANG

Korpus der Untersuchung

6.1 *Ägyptische Speisekarten*

A1 Abu Mazen Restaurant (f: AbuMazenRestaurant)

A2 Shakra 2 Go (www.Shakra2Go.com)

A3 El Haty Restaurantreihe (f: elhaty19638)

A4 Gad (f: /Gadfood.eg/)

A5 Turkish Taksim Restaurant (Kairo)

A6 Majesty (f: majesty.19915eg)

A7 Cairo Grill

A8 My Corner Restaurant & Café (www.mycorner-eg.com)

A9 Asmak Algomhoreya (Übersetzung: Fische von Gomhoreya)

A10 Hend Restaurant (Guiza und Kairo)

6.2 Deutsche Speisekarten

D1 Beim Wirt z'Kay [Die Speisekarte beim Wirt z'Kay - Gasthof Stockhammer in Kay](#)
Zugriff: 14.11.2024

D2 "Deutsches Haus" Mendig (Hotel-Restaurant)
https://www.speisekarte.de/mendig/restaurant/deutsches_haus/speisekarte Zugriff:
20.12.2024

D3 Kleines Café Erfurt <https://www.kleines-cafe-erfurt.de/das-kleine-cafe.html>
Zugriff: 8.12.2024

D4 Deutsches Eck [RESTAURANT & BAR DEUTSCHES ECK PLAYA DE PALMA
Bierstrasse – Speisekarte DE \(deutsches-eck.net\)](#) Zugriff: 24.9.2024

D5 Edel Weiss <https://edelweiss-bremen.de/speisekarte/> Zugriff: 28.9.2024

D6 Haus am Walde (Café.Biergarten.Restaurant) [Speisekarte Haus am Walde in
Bremen](#) Zugriff: 28.9.2024

D7 Zwölf Apostel [https://www.speisekarte.de/frankfurt-am-
main/restaurant/zu_den_12_aposteln/speisekarte](https://www.speisekarte.de/frankfurt-am-main/restaurant/zu_den_12_aposteln/speisekarte) Zugriff: 10.12.2024

D8 Andechser am Dom [Speisekarte Andechser am Dom in München](#) Zugriff: 30.9.2024

D9 Lemp [https://www.speisekarte.de/frankfurt-am-
main/restaurant/gasthaus_zum_lemp/speisekarte](https://www.speisekarte.de/frankfurt-am-main/restaurant/gasthaus_zum_lemp/speisekarte) Zugriff: 10.12.2024

D10 Restaurant am Adler [Speisekarte Zum Adler in Frankfurt am Main](#) Zugriff:
28.9.2024

7 LITERATURVERZEICHNIS

BICKEL, Walter (2008). Menü und Speisekarte: Grundregeln für die Zusammenstellung von Speisefolgen und Speisekarten aller Art. In: Pietzcker, Gundel (2008). Kontrastive Fachtextanalyse zur Speisekarte im Deutschen und Italienischen. Hamburg: Kovač.

Bußmann, Hadumod (1990): Lexikon der Sprachwissenschaft. 2. Völlig neu bearbeitete Aufl. Stuttgart: Kröner Verlag.

Fandrych, Christian / Maria Thurmair (2011): Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht. Tübingen: Stauffenburg Verlag.

Glück, Helmut / Michael Röder (Hg.) (2016): Metzler Lexikon. Sprache. 5. aktualisierte und überarbeitete Auflage. Stuttgart: J.B. Metzler.

Lavric, Eva und Messner, Monika (2021): Mehrsprachigkeit in Speisekarten - mit und ohne Übersetzung. In: "It's all Greek to me" - Mehrsprachigkeit aus interdisziplinärer Sicht Herausgegeben von Marc Lacheny, Nadine Rentel, Stephanie Schwerter, Stuttgart: Ibidem Verlag S. 83 – 113

Lewandowski, Theodor (1985): Linguistisches Wörterbuch. 3.-4. Neu bearb. Aufl. Heidelberg. Wiesbaden: Quelle und Meyer.

Mrázová, Petra und Práce Vedoucí (2015): Textsorte „Speisekarte“ in Deutschland und Österreich. Eine Einführung und Stichprobenanalyse (Types of Text in "Menus" in Germany and Austria: Introduction and Sample Analysis)

Nord, Christiane (2009): Textanalyse und Übersetzen. Theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsrelevanten Textanalyse. 4. Überarbeitete Auflage – Tübingen: Juluis Groos Verlag.

Pawlak, Wiktoria (2021): „Zur polnisch-deutschen Übersetzung von Kulinarieren in den Speisekarten. Versuch einer Fehlertypologie“ In: Linguistische Treffen in Wrocław, Band 19, 2021 (I): 423–435.

Pietzcker, Gundel (2008). Kontrastive Fachtextanalyse zur Speisekarte im Deutschen und Italienischen. In: Angewandte Linguistik aus interdisziplinärer Sicht, Band 23 Verlag Dr. Kovač.

Reimann, Sandra / Andreas Trpak (2017): Zur Benennungsmotivik von Frühstücksnamen – Deichgraf, Piccolo, Super Start und Co. Namenkundliche Informationen/NI 109/110 (2017), S. 474-497

Riley-Köhn, Sibylle (1999): Englische Kochrezepte und Speisekarten in Vergangenheit und Gegenwart. Eine linguistische Analyse zur Fachsprache der Gastronomie (= Leipziger Fachsprachenstudien, 14). Frankfurt/Main

Schellenberg, Wilhelm (2009): ...und sich verwöhnen lassen durch unser selbstgebrautes Kellerbier in den Traditionen von 1789... – Zur (Fach-/Gebrauchs-)Textsorte Speise(n)karte im funktional-kommunikativen Spannungsfeld von informativ – animativ – unterhaltend. In: Bachmann-stein, Merten, Roth (Hrsg.): Perspektiven auf Wort und Satz. Semantisierungsprozesse auf unterschiedlichen Ebenen des Sprachsystems (= KOLA, Bd. 3). Trier, S. 203-222.

Schellenberg, Wilhelm (2011): „*Heute schon genudelt?*“ – Teilüberschriften auf Speisekarten zwischen sprachlicher Musterhaftigkeit und Kreativität. S. 69-82

Internetquellen

Falkenstern, Max / Patrick Schady (2024): Speisekarte für die Gastronomie erstellen: Das musst du wissen! [Speisekarte für die Gastronomie erstellen: Das musst du wissen! » resmio](#) Zugriff: 16.9.2024

Interpunktion (Zeichensetzung) Bedeutung und Beispiele. <https://wortwuchs.net/grammatik/interpunktion/> Zugriff: 13.12.2021

<https://adibjarkas.at/glossar/layout/> Zugriff: 12.1.2025

<https://adibjarkas.at/glossar/layout/> Zugriff: 12.1.2025

Der ultimate Typographie-Guide: Alles zu Font Design und Co. Zugriff: 13.11.2024

[Speisekartenanalyse Anleitung | Nestlé Professional \(nestleprofessional.de\)](#) Zugriff: 16.9.2024

[إعداد قائمة الطعام الناجحة | كيفية عمل قائمة طعام منيو مطعم](#)

(Übersetzung: Zusammenstellung einer erfolgreichen Speisekarte / Die Art und Weise, eine Speisekarte eines Restaurants zusammenzustellen) Zugriff: 27.10.2024

[كيفية التخطيط لقائمة الطعام لتحقيق النجاح بالمطاعم والفنادق؟](#)

(Übersetzung: Die Art und Weise eine Speisekarte zu planen, um Erfolg in Restaurants und Hotels zu erzielen.) <https://specialties.bayt.com/ar/specialties/q/301413/%D9%83%D9%8A%D9%81%D9%> Zugriff: 30.12.2024