

# Zum fachphraseologischen Einsatz des Öl-Wortschatzes. Eine Vorstudie\*

Eriberto Russo (Messina)

---

## Abstract

This contribution intends to examine the lexical universe of oil, while paying attention both to production practices (expressions, terms, etc., which are directly related to the production of oil, from the harvest to the packaging phase) and to commercialization practices or expressions etc. used to represent the product from an organoleptic and gustatory point of view. The terminological and phraseological analysis is anticipated by a reflection on the relationship between technical language and phraseology and on the presence of the lexeme *Öl* in the German language. Excerpts from specialist websites are used to carry out the first terminological and phraseological analysis (concerning the production of oil); the second part of the analysis (product marketing) is carried out by taking the product's descriptions (different types of oil) of websites into account.

---

## 1 Einleitung

Realität lässt sich aus mikro- und makrothematischen Perspektiven versprachlichen und untersuchen: In diesem Sinne zielt eine fachsprachliche Erforschung darauf ab, die Verwendung von Begriffen, Ausdrücken und Wendungen bestimmter semantischer Bereiche hervorzuheben. Wenn aber das wissenschaftliche Interesse an Fachsprachen im Zusammenhang mit Makrothemen (Wirtschaftssprache, Rechtssprache, Medizinsprache, Touristensprache) als Studienfach weitgehend konsolidiert ist, wird die Analyse spezieller Mikrothemen weniger häufig in Erwägung gezogen.

Als Fallstudie wurde aus diesem Grund beschlossen, sich mit den sprachlichen Darstellungen des Wortschatzes im Zusammenhang mit der Herstellung und Vermarktung des (Speise)Öls zu

---

\* Dieser Aufsatz ist im Rahmen eines Kooperationsprojekts zwischen Universität und Unternehmen entstanden, das sich zum Ziel gesetzt hat, lokale landwirtschaftliche Produkte der Provinz Catania auf Sizilien durch die Untersuchung spezifischer Kommunikations- und Marketingstrategien auch mittels terminologischer und phraseologischer Sprachmittel aufzuwerten. Um in das semantische Universum rund um das Thema (Speise)-Öl einsteigen zu können, wurden im Rahmen des 6-monatigen Kooperationsprojekts Vorstudien aus deutschsprachiger Sicht durchgeführt, um Strukturen, Ausdrücke, Begriffe, die in den deutschen Versionen der Unternehmenswebsite sowie die für die Produktwerbung verwendete Dokumentation wiederverwendet werden könnten, zu identifizieren. Dieser Beitrag erweist sich als ein wissenschaftliches Ergebnis der Zusammenarbeit. Ich bedanke mich an dieser Stelle daher bei der Ölfirma *Frantoi Berretta* in Mirabella Imbaccari und bei der Europäischen Union für die wertvolle Unterstützung im Rahmen des Projekts *PON Ricerca e Innovazione* (Forschung und Innovation) 2014-2020.

befassen. In diesem Rahmen beabsichtigt der vorliegende Beitrag, den Öl-Wortschatz zu untersuchen und anschließend die Aufmerksamkeit sowohl auf Herstellungspraktiken (Wörter, Wendungen und Ausdrücke, die mit der Ölherstellung – von der Ernte bis zur Verarbeitung – zu tun haben) als auch auf Kommerzialisierungsverfahren (Wörter, Wendungen und Ausdrücke, die insbesondere in Online-Produktbeschreibungen vorhanden sind) zu richten. Das Korpus, auf dem die linguistische Untersuchung basiert, besteht hauptsächlich aus Fachtexten, die sich in den theoretischen Rahmen der Fachphraseologie und spezieller Wortschätze einbetten lassen.

Der Artikel gliedert sich in zwei Teile: Der erste Teil behandelt die methodologischen Voraussetzungen, die auf fachphraseologischen und fachwortschatzgebundenen Annahmen beruhen. Es wird dabei auch betont, dass durch die Fachphraseologie die Möglichkeit geboten wird, nicht nur die morphologischen und phraseologischen Strukturen bestimmter lexikalischer Domänen zu erkunden, sondern auch zu beobachten, wie Fachsprachen einen Weg zur konzeptionellen Erweiterung des Handlungsspektrums der Phraseologie darstellen. Wenn die allgemeine Phraseologie nämlich vor allem die Gemeinsprache berücksichtigt, erlaubt die Fachphraseologie eine kontextuelle Interaktion der Gemeinsprache mit der Fachsprache (cf. Płomińska 2019: 21–52; cf. Woźniak 2016: 99–151). Darüber hinaus ist die durchgeführte linguistische Untersuchung auch in den Bereich der speziellen Wortschätze (cf. Kramer 2010) eingebettet, deren Kodifizierung problematisch und weniger erforscht ist und sich als eine Möglichkeit zur sprachlichen Entschlüsselung der Vielfalt der Realität erweist. Im zweiten Teil wird dagegen zunächst eine Übersicht über die Gründe gegeben, weshalb sich eine Analyse rund um das Öl als fachphraseologisch herausstellen kann, und anschließend praktische Beispiele für technische Ausdrücke, Phraseme und Kollokationen in den ausgewählten Fachtexten angeführt.

## 2 Der theoretische Rahmen: Fachphraseologie und Fachwortschätze

In der komplexen Bestandsaufnahme von Studienobjekten und Teildisziplinen, die sich auf die Untersuchung von Wörtern und ihrer Funktion in Texten und verschiedenen kommunikativen Kontexten beziehen, sollte auch die Fachphraseologie beachtet werden, die sich aus der Zusammensetzung analytischer Werkzeuge von Phraseologie und Fachsprachen ergibt. Wie Gläser (Gläser 2007: 485–502) betont, beginnt die Diskussion um die Fachphraseologie ab dem sechsten Fachsprachensymposium im August 1987 in Vaasa (Finnland), Gegenstand der Reflexion zu sein. Die Fragestellung, die sich in erster Linie aus den Ergebnissen der Konferenz ergab, war vor allem methodischer Natur. Wie immer bei neuen Forschungsleitlinien war das vorrangigste Problem, das es zu lösen galt, gerade das der Herangehensweise und des methodischen Systems, das sich um diese Ausrichtung dreht. Grundlegende Beiträge zur Systematisierung und Standardisierung der sprachlichen Dimension der Fachphraseologie wurden insbesondere von Picht (Picht 1989), mit besonderem Bezug auf das Verhältnis zwischen Fachsprachen, Phraseologie und Allgemeinsprache, geleistet, bei dem begriffliche und theoretische Schnittmengen den kognitiven und konzeptionellen Horizont erheblich erschweren.

Das Problem betrifft aber noch heute nicht nur die Fachphraseologie, sondern das gesamte disziplinäre Subsystem, denn gerade die Phraseologie selbst bereitet abgrenzungs- und handlungstechnische Schwierigkeiten. Wie bereits von Pilz (cf. 1981) und 2007 von den Herausgebern des Bandes 28.1 der Reihe *Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft* mit dem Schwerpunkt Phraseologie argumentiert wurde, besteht eine gewisse Schwierigkeit darin,

zunächst den Begriff der Phraseologie und dann seinen Untersuchungsraum innerhalb der linguistischen Forschung zu definieren. Diese Schwierigkeit ergibt sich aus der Tatsache, dass, wenn man die Phraseologie als Analysefeld der Interaktion zwischen mehreren Wörtern und damit als eine Reihe von Wörtern betrachtet, die bestimmte Ausdrücke und semantische Szenarien erzeugen, wird es notwendig sein, die Instabilität der Wortdefinition zu berücksichtigen. Das Konzept der Wortinstabilität und die daraus resultierenden Variationsformen und deren semantischen Variabilität führen zu einer Ungewissheit des theoretischen und kognitiven Horizonts, innerhalb dessen sich die Phraseologie bewegt. Im Rahmen der Diskussion um das Potenzial des Wortes in phraseologischen Zusammenhängen wird *de facto* davon ausgegangen, dass, wie Pfefferkorn feststellt: „[d]ie Inhaltsseite eines Wortes natürlich ebenfalls von diversen Wandelprozessen betroffen [ist]. Ein Wort kann auf der Basis verschiedener innovativer Verfahren seine Bedeutung verändern, i. e., zu einer Ausgangsbedeutung tritt eine neue Bedeutungsvariante, in der Folge entsteht Polysemie“ (Pfefferkorn 2015: 468). Die Infragestellung wegen der schwierigen Wortdefinition schwingt auch im Erkenntnispanorama der Fachphraseologie mit. Wenn man nämlich die Definition von Fachwort oder Fachwortschatz betrachtet, wird zunächst festgestellt, dass, wie Roelcke bemerkt, ein Fachwort (auch *Terminus*) als „die Gesamtheit der kleinsten bedeutungstragenden und syntaktisch frei verwendbaren sprachlichen Einheiten der Kommunikation in einem spezialisierten menschlichen Tätigkeitsbereich“ (Roelcke 2015: 373) zu betrachten ist. Folglich führt die Reflexion über das Fachwort zur Berücksichtigung der nächsten Ebene bzw. des Fachwortschatzes, wobei die Unterscheidung zwischen Fachwort und Fachwortschatz darin besteht, dass der Fachwortschatz der allgemeine Behälter ist, in den alle Fachwörter eingefügt werden (cf. Schellenberg 2011: 312–317). Roelcke definiert vier Arten von Fachwortschätzen, die im Lichte von vier diskursiven Positionen beachtet werden: intrafachlich, interfachlich, extrafachlich, nichtfachlich. Der intrafachliche Fachwortschatz gilt als solcher, wenn es sich um Fachwörter handelt, die mehr oder weniger häufig und kontinuierlich in Fachtexten zu einer Disziplin bzw. zu einem Themengebiet vorkommen. Beim interfachlichen Wortschatz handelt es sich um Begriffe, die zwar als fachspezifisch bezeichnet werden, die aber in mehreren Disziplinen auftreten können, ohne direkt mit einem einzigen exklusiven Themengebiet verbunden zu sein. Der extrafachliche Fachwortschatz hingegen umfasst Fachwörter, die ausschließlich einem Fachgebiet angehören, aber innerhalb eines anderen Fachtextes vorkommen. Der nichtfachliche Fachwortschatz beinhaltet alle Wörter, die zu keinem Fachgebiet gehören (Verben, Artikel, Adjektive, Adverbien). Der Ruf in Erinnerung an Roelckes Differenzierung bezeichnet in der Tat einen Haken sowohl an der morphologischen Dimension von Lexemen und Phrasemen als auch an der interaktionalen und kommunikativen Dimension, die Fachsprachen innewohnt. Bedenkt man, dass eine bestimmte Fachsprache auch von Laien verwendet werden kann, wie auch Roelcke (2010: 29–54) selbst oder Adamzik (cf. 2018: 37–71) ausführlich demonstrieren, wird man auch sehen, wie die Fachphraseologie tatsächlich viel komplexer als die allgemeine Phraseologie ist, denn sie aktiviert auch die Vermittlung fachspezifischen Wissens (cf. Kretzenbacher 2002: 921–922): Auf dem Weg, den Fachwörter von ihrer Wortdimension zu ihrer Kontextualisierung in einem Fachrahmen zurücklegen, begegnet man daher dem komplexen Universum der Wissensvermittlung. Denn Fachwörter vermitteln nämlich spezifisches Wissen über die Welt, als sie Teile der Wirklichkeit abbilden und verbalisieren, ihnen Werte und Funktionen zuschreiben. In diesem Rahmen lassen sich auch die sogenannten speziellen Wortschätze erwähnen, die ihre Existenz einer Vielzahl

von Berufen und Produktions-, Berufs- und technischen Prozessen, die ihre eigenen spezifischen terminologischen, morphologischen und syntaktischen Merkmale aufweisen, verdanken können (cf. Kramer 2010: 6). Durch dieses Studienggebiet, das sich als eine Teildisziplin der Lexikografie und Phraseologie herausstellt, ist es möglich, verschiedene Berufswelten linguistisch zu kategorisieren und dabei zu kodifizieren, ohne die eher technischen und besonders begrenzt sektorspezifischen Wortschätze zu vernachlässigen (cf. Nuopponen 2002: 856–858). Von besonderem Interesse für diesen Beitrag ist die Unterscheidung im Sammelband *Lexikologie* (Cruse et al. 2002), die im Wesentlichen acht Typen von speziellen Wortschätzen aufgrund ihrer Fachbezogenheit beschreibt: bibelsprachlich, literarisch, generationsspezifisch, berufsbezogen, lebensformbezogen, institutionsbezogen, wissenschaftsbezogen, anwendungsbezogen technisch, wirtschaftsbezogen. Unter diesen Formen von Fachlexika tritt das Feld der anwendungsbezogenen technischen Wortschätze am deutlichsten hervor. Als sprachlicher Ausdruck der Alltagstechnisierung sowie auch die Wiederentdeckung des praktischen Wissens (cf. Hörning 2001: 9–18) enthalten die anwendungsbezogenen technischen Wortschätze jene Formen lexikalischen und phraseologischen Wissens, die zwar in technischen Kontexten verwendet werden, aber Auswirkungen auf den Alltag haben (cf. Jakob 2002: 925; cf. Jakob 1998: 145–147).

### 3 Fachphraseologische Untersuchung des Öl-Wortschatzes

Der Kern der fachphraseologischen Reflexion um den Öl-Wortschatz entwickelt sich hauptsächlich um das Unterthema Speiseöl. Im Abschnitt 3.1. wird aufgezeigt, wie das Lexem *Öl* in der Alltags- und Umgangssprache durch mehrere festen Strukturen – Redewendungen – Phraseme bezüglich unterschiedlicher semantischer Bereiche präsent ist. In den folgenden Abschnitten (3.2 und 3.3) soll stattdessen der Wortschatz untersucht werden, der mit der Produktion und Vermarktung des Öls verbunden ist. Im Abschnitt 3.2 konzentriert sich die Untersuchung auf die verschiedenen Arten von Kollokationen (verbalen Phrasemen, nominalen Phrasemen, adjektivialen und adverbialen Phrasemen). Im Abschnitt 3.3 wird die Verwendung von Fachwörtern und Kollokationen innerhalb verschiedener Beschreibungen des gleichen Produkts bzw. des Speiseöls hervorgehoben.

#### 3.1 Das Lexem *Öl* in der Alltagssprache

Bevor man zum Kern der Reflexion über die Sprache kommt, die sich um die Herstellung und Vermarktung des Öls aufbaut, ist es wichtig darauf einzugehen, wie es sogar in der kollektiven Vorstellungskraft und in bestimmten im Alltag verwendeten Strukturen möglich ist, die Verwendung des Lexems *Öl* oder jedenfalls von Begriffen zu identifizieren, die diese Bedeutungssphäre betreffen. Die deutschen Wörter bzw. Ausdrücke, die das Lexem *Öl* beinhalten, sind vielfältig und können in zwei Kategorien gegliedert werden: Die erste Kategorie stellt Ausdrücke dar, die eine wörtliche Bedeutung haben, während die zweite Kategorie Vorkenntnisse seitens der Sprecher:innen erfordert, da die Bedeutung polysemisch und übertragen<sup>1</sup> wird. Demzufolge ist es wichtig, darauf hinzuweisen, dass feste Ausdrücke als Produkte von Wort-

---

<sup>1</sup> Man bezieht sich in diesem Rahmen auf idiomatische Ausdrücke wie z. B. *Öl am Hut haben*, *Öl ins Feuer gießen*, *Öl auf die Wogen gießen*, die im vorliegenden Beitrag zwar nicht näher untersucht werden, aber im Mittelpunkt einer zukünftigen wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem gleichen Thema stehen könnte.

kombinationen im Allgemeinen drei Bedeutungen haben: wörtlich, übertragen, phraseologisch (Burger 2015: 12–15). Man spricht von wörtlicher Bedeutung, wenn es möglich ist, einen Ausdruck ausgehend von seinen Bestandteilen zu verstehen, anstatt von übertragener Bedeutung, bei der es notwendig ist, die Bedeutung des Ausdrucks ausgehend von einem metaphorischen Ansatz (außerhalb der semantischen Endsumme der Bestandteile des Satzes) zu begreifen. Stattdessen spricht man von phraseologischer Bedeutung, wenn ein Ausdruck bildliche semantische Eigenschaften hat und in einen kommunikativen Kontext eingefügt wird, wodurch er tatsächlich zu einem auch im Alltag verwendbaren Phrasem wird. Aus Gründen der Übersichtlichkeit zielt dieser Absatz darauf ab, Ausdrücke und Phraseme mit wörtlicher Bedeutung darzustellen, die den Öl-wortschatz auch aus einer semantischen Perspektive darstellen.<sup>2</sup> Von besonderem Interesse für diese einführende Analyse ist daher die Tatsache, dass das Lexem *Öl* eine gewisse Bedeutungsvielfalt aufweist. Wie in der folgenden Liste aufgezeigt wird, erscheint es in fünf semantischen Kontexten: 1) gastronomisch-landwirtschaftlich (*Öl* zum Kochen oder Würzen), 2) mechanisch (*Öl* für die Autos), 3) künstlerisch (*Öl* zum Malen), 4) kosmetisch (*Öl* zur Hautbehandlung), 5) religiös (*Öl* für die Segnung). Die Vielzahl der Verwendungskontexte beeinträchtigt jedoch nicht das Verständnis der Bedeutung der Ausdrücke oder der einzelnen Komponenten, die ausgehend von ihrer wörtlichen Bedeutung verstanden werden können. Sprecher:innen müssen lediglich in der Lage sein, die Einsatzbereiche zu unterscheiden und sie anhand der kommunikativen Situationen richtig einzusetzen.

Semantische Bereiche	Nomenkomposita mit <i>Öl</i>	Lexem <i>Öl</i> + Funktionsverb
landwirtschaftlich gastronomisch	<b><i>Öl</i> als Ergänzung des Kompositums</b>	
	<i>der Ölwechsel</i> <i>der Ölverbrauch</i> <i>das Speiseöl</i> <i>das Erdnussöl</i> <i>das Olivenöl</i> <i>das Tafelöl</i> <i>das Sonnenblumenöl</i> <i>das Mandelöl</i> <i>das Mohnöl</i>	<i>das Öl wechseln</i> <i>Öl nachfüllen</i> <i>etwas in Öl einlegen</i> <i>sich mit (siedendem) Öl verbrennen</i> <i>aus Oliven Öl machen</i> <i>Öl zugeben</i> <i>etwas mit Öl bestreichen</i> <i>in Öl einlegen</i> <i>in Öl ausbacken</i> <i>Öl pressen</i> <i>in Öl kochen</i>
mechanisch	<i>der Ölwechsel</i> <i>der Ölverbrauch</i> <i>die Ölleitung</i> <i>der Ölfilter</i> <i>der Ölstand</i> <i>der Öltank</i> <i>der Ölkühler</i> <i>das Altöl</i>	<i>das Öl wechseln</i> <i>Öl nachfüllen</i> <i>den Ölstand prüfen</i> <i>das Öl ablassen</i>

<sup>2</sup> Um das Vorkommen des Lexems *Öl* in den verschiedenen semantischen Bereichen zu identifizieren, wurden folgende Online-Wörterbücher konsultiert: DWDS; Duden online; Pons; Langenscheidt; DWB.

	<b>Öl als Kopf des Kompositums</b>	
	<i>das Brennöl</i> <i>das Heizöl</i> <i>das Getriebeöl</i> <i>das Gasöl</i> <i>das Dieselöl</i> <i>das Erdöl</i>	
<b>künstlerisch</b>	<b>Öl als Ergänzung des Kompositums</b>	
	<i>die Ölfarbe</i> <i>das Ölgemälde</i> <i>die Ölmalerei</i> <i>der Ölfirnis</i>	<i>in Öl malen</i> <i>etw. mit Öl anrühren</i>
<b>kosmetisch</b>	<b>Öl als Kopf des Kompositums</b>	
	<i>das Arganöl</i> <i>das Monoi-Öl</i> <i>das Teebaumöl</i> <i>das Duftöl</i> <i>das Lavendelöl</i> <i>das Haaröl</i> <i>das Pflegeöl</i>	<i>Öl (aus einer Pflanze) ziehen</i> <i>etw. mit Öl einreiben</i>
<b>religiös</b>	<i>das Salböl</i> <i>das Chrisamöl</i> <i>das Krankenöl</i>	<i>Öl segnen</i> <i>Öl salben</i>

Tabelle 1: Das Lexem Öl in der Alltagssprache

### 3.2 Fachsprachliche Kollokationen in Texten zur Speiseölherstellung

Der erste Teil der Untersuchung fachsprachlicher Okkurrenz des Speiseölvortschatzes hat zwei informativen und deskriptiven Online-Fachtexten zum Gegenstand. Im ersten Text, paradigmatisch betitelt *Öl ist nicht gleich Öl*, setzt sich der Verfasser des Textes zum Ziel, die Leserschaft durch die Wiederholung des Lexems *Öl* und des qualitätsdeiktischen Ausdrucks *nicht gleich* zu faszinieren, wodurch ein Verfahren beschrieben wird, das der Abfüllung des Öls vorausgeht, das eigentlich einen Prozess hinter sich hat und nicht bereits in flüssiger Form vorliegt.<sup>3</sup> Der zweite Text, *Speiseöle. Welche eignen sich für was?* richtet sich direkt an Leser:innen bzw. Nutzer:innen und informiert dabei über die organoleptischen und ernährungsphysiologischen Eigenschaften der Speiseöle. Die beiden Texte zielen daher darauf ab, das Thema Speiseöl sowohl aus technisch-mechanischer als auch aus gastronomisch-produktiver Perspektive darzustellen. Angesichts der hohen Spezialisierung und Technisierung der untersuchten Texte muss betont werden, dass die meisten der zu untersuchenden Phraseologismen teil-idiomatisch oder auch nicht-idiomatisch sind, da sie vor allem als Kollokationen zu verstehen sind. Um die sprachliche Analyse der betreffenden Kollokationen deutlicher zu machen und ihre morphosyntaktische Identität zu rekonstruieren, werden Gruppierungen von Verbalphrasemen

<sup>3</sup> Text 1: *Öl ist nicht gleich Öl* (infothek-gesundheit.de); Text 2: *Speiseöle. Welche eignen sich für was?* (verbraucherzentrale.de).

(Verbalphrasemem + Objekten; Verbalphrasemen + Adjektiven), Nominalphrasemen (Nomen + attributiven Adjektiven) sowie Adjektivphrasemen – Adverbphrasemen in Betracht gezogen.

### **Verbale Phraseme mit Objekten**

*Bestandteile abtrennen*  
*das Rohöl raffinieren*  
*das Rohöl reinigen*  
*das Speiseöl desodorieren*  
*das Speiseöl einsetzen*  
*das Speiseöl entfärben*  
*das Speiseöl entsäuern*  
*das Speiseöl filtern*  
*das Speiseöl raffinieren*  
*die Wärme zuführen*  
*Fehlaromen entfernen*  
*Schadstoffe entfernen*  
*Stoffe entfernen*

### **Verbale Phraseme mit Ergänzungen**

*aus Ölf Früchten auspressen*  
*aus Ölsaaten auspressen*  
*das Öl von Geruchs- und Geschmacksstoffen befreien*  
*das Speiseöl von etw. befreien*  
*ein Öl als kaltgepresst bezeichnen*  
*ein Öl als nativ bezeichnen*  
*etw. aus dem Speiseöl entfernen*  
*etw. im Verdauungstrakt freisetzen*  
*mit Druck extrahieren*  
*mit Lösungsmitteln extrahieren*  
*mit Schadstoffen belastet sein*  
*mit Wasserdampf behandeln*  
*nach Geschmack und Fettsäuremuster unterscheiden*  
*sich zum Braten eignen*  
*sich zum Frittieren eignen*  
*von der Herstellung abhängen*  
*Wert für etw. haben*  
*zum Braten, Backen sein*

### **Nominale Phraseme**

*biologisch hergestellte High-Oleic-Öle*  
*dunkle Geschmacksstoffe*  
*gehärtete Fette*  
*geröstete Saaten*  
*gesundheitsfördernde Inhaltsstoffe*  
*gesundheitsschädliche Fettsäure*

*giftiges Lösungsmittel*  
*heiße Küche*  
*helle Farbe*  
*hitzeempfindliche Vitamine*  
*hochwertige Speiseöle*  
*industrielle Ölproduktion*  
*intensiver Eigengeschmack*  
*kaltgepresstes Pflanzenöl*  
*konventionelle Ölproduktion*  
*lange Haltbarkeit*  
*mehrstufige Raffination*  
*native Kaltpressung*  
*naturbelassenes Pflanzenöl*  
*raffiniertes Palmöl/Speiseöl/Rapsöl/Olivenöl/Kokosfett/Sonnenblumenöl*  
*rohfasernhaltige Extraktionsgüter*  
*sekundäre Pflanzenstoffe*  
*störende Geschmacksstoffe*  
*trübe Geschmacksstoffe*  
*unerlaubte Hilfsstoffe*  
*unerlaubte Zusatzstoffe*  
*unerwünschte Geruchsstoffe*  
*unerwünschte Geschmacksstoffe*  
*ungesättigte Fettsäure*  
*wertvolle Inhaltsstoffe*

### **Adjektiviale/adverbiale Phraseme**

*biologisch angebaut*  
*ernährungsphysiologisch wertvoll*  
*gentechnisch unbelastet*  
*gesundheitlich wertvoll*  
*mechanisch unbelastet*  
*schneller verderblich*  
*weitgehend geruchs- und geschmacksneutral*  
*länger haltbar*  
*nahezu identisch*

### **3.3 Fachwortschatz und Kollokationen in den Online-Speiseölbeschreibungen**

Die industriellen und mechanischen Produktionsprozesse des Speiseöls werden von einer Verkaufsförderungsphase begleitet, die vorherrschend über virtuelle Kanäle und durch Produktbeschreibungen erfolgt. Das Produkt wird in einen Handelskreislauf eingebracht, der für Käufer:innen sichtbar und strategisch angepasst wird, um die Kaufentscheidungen zu beeinflussen. Produktbeschreibungen weisen eine hohe sprachliche und textliche Dichte auf und sind daher kurz und prägnant. Die am häufigsten verwendeten Adjektive (*exklusiv, besonders, edel*)

betonen die Eigenschaften des jeweiligen Produkts und vermitteln den Leser:innen eine hohe Wertigkeit und Einzigartigkeit (cf. Kollmann 2019: 266–269).

Diese Aspekte sind besonders wichtig, wenn man sie in Bezug zur Größe der Machtwörter liest, wie die Studien von Kover/James (cf. 1993: 32–38) und Decker/Kroll/Hentschel zeigen (cf. 2011), die sicherlich ein unmittelbares und fesselndes sprachliches Werkzeug darstellen. Auch die verschiedenen Speiseölsorten werden anschaulich und kurz unter Verwendung echter Ausdrucksformeln dargestellt, die in jeder Beschreibung mit den entsprechenden Modifikationen in Bezug auf die Inhaltsstoffe und die spezifischen Eigenschaften wiederkehren (cf. Steirer/Rieker/Bückle 2019). Handschuck/Schröer bezeichnen eine Produktbeschreibung wie folgt:

Die Produktbeschreibungen enthalten eine zusammenfassende Darstellung der wesentlichen kundenbezogenen Leistungen und der wesentlichen Auftragsgrundlagen und geben die verantwortliche Organisationseinheit an. Von besonderem Interesse ist die Bestimmung der Zielgruppen und die Angabe von Zielen, differenziert nach Grundsatzzielen und konkreten Handlungszielen. Interessant sind Angaben zur Qualität, auch wenn nur Mindestaussagen zur Struktur-, Prozess- und Ergebnisqualität getroffen werden können

(Handshuck/Schröer 2000: 3).

Die textuelle Aufgabe, vor der eine Produktbeschreibung steht, erweist sich daher aus der hier vorgeschlagenen Perspektive der Fachausdrücke als besonders komplex, da die Beschreibung eines Produkts Ausdrücke und Fachtermini enthalten muss (in Bezug auf das Herstellungsverfahren, auf die spezifischen Lebensmitteleigenschaften etc.) ohne zu vergessen, dass es sich jedoch um eine informative und ansprechende Textsorte handelt, die darauf abzielt, das Produkt zu bewerben und Käufer:innen zu motivieren.

Zur Verdeutlichung des Festgestellten werden nun die Produktbeschreibungen zweier unterschiedlicher Speiseöl-Verkaufsstellen (Allgäuer Ölmühle und Rapunzel) und die sprachliche Darstellungsweise der vermarkteten Produkte, unter besonderer Berücksichtigung der fachsprachlichen Kollokationen und Formeln betrachtet.

Um diese Analyse noch transparenter zu machen, werden insbesondere 4 Beschreibungen ähnlicher Produkte auf den beiden Seiten verglichen, um sprachliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede aufzuspüren.

<b>Produkt 1</b>	<b>Beschreibung 1 (Allgäuer Ölmühle)</b>	<b>Beschreibung 2 (Rapunzel)</b>
Bratöl	Unser BIO-Bratöl wird aus High Oleic Sonnenblumenkernen hergestellt, ist neutral im Geschmack und ideal zum Braten und Backen geeignet. Der Champion in der „heißen Küche“.	Für das Brat- und Backöl werden Sonnenblumenkerne verwendet, die sich durch ihren hohen Gehalt an Ölsäure auszeichnen. Dadurch eignet sich das Brat- und Backöl bestens für hohe Temperaturen. Die Desodorierung sorgt für einen milden Geschmack und prädestiniert dieses Öl für alle Speisen, bei denen das öleigene Aroma nicht im Vordergrund stehen soll.

**Tabelle 2: Bratöl**

Beide Beschreibungen folgen demselben argumentativen Schema, das eine Erläuterung der Herstellung und Herkunft des Öls und seiner Verwendung in der Küche vorsieht. Um die Herstellung und den Ursprung auszudrücken, wird in Beschreibung 1 die Verwendung des verbalen Phrasems *aus High Oleic Sonnenblumenkernen hergestellt* vermerkt, während die zweite Beschreibung den Einsatz des verbalen Phrasems mit Ergänzung *für das Brat- und Backöl werden Sonnenblumenkerne verwendet* aufweist. Die Nützlichkeit des Öls in der Küche wird in beiden Fällen durch das Verb *sich eignen für* ausgedrückt. Die beiden Beschreibungen schließen einerseits mit einem durch die Verwendung des Anglizismus *Champion* an einen Slogan erinnernden Ausdruck, andererseits mit der rhetorischen Absicht, die Exzellenz des Öls zum Ausdruck zu bringen (man beachte die Verwendung der verbalen Kollokation *prädestiniert für*).

Produkt 2	Beschreibung 1 (Allgäuer Ölmühle)	Beschreibung 2 (Rapunzel)
Kürbiskernöl geröstet	Diese traditionell aus gerösteten, schalenlosen Kürbiskernen hergestellte kulinarische Besonderheit ist ein Genuss und bereichert Salatgerichte, Saucen, Suppen und Süßspeisen. Für Feinschmecker.	Kürbiskernöl besteht zu 52 % aus mehrfach ungesättigten Fettsäuren, vor allem Linolsäure, und liefert damit ein wertvolles Fettsäurespektrum für den Stoffwechsel.  Bekannt ist das Öl als "Bauernkernöl", eine Spezialität aus der Steiermark.

Tabelle 3: Kürbiskernöl geröstet

Die Beschreibung des zweiten Öls folgt der gleichen argumentativen Struktur wie die vorherige Beschreibung (Darstellung der Herstellung und Herkunft des Produktes und seine Verwendung in der Küche). Die Beschreibung 1 stützt sich auf zwei nominale Phraseme (*aus gerösteten schalenlosen Kürbiskernen* und *kulinarische Besonderheit*) und die Verwendung des Verbs *bereichern*, gefolgt von einer Reihe von Gerichten (*Salatgerichte, Saucen, Suppen, Süßspeisen*). Die Beschreibung 2 hingegen basiert auf zwei verbalen Phrasemen (*bestehen aus ...; ein wertvolles Fettsäurespektrum liefern*) und auf der Kollokation *bekannt als*, die die geografische Lage (*eine Spezialität aus der Steiermark*) und die Zugehörigkeit zur Tradition (*Bauernkernöl*) ausdrückt.

Produkt 3	Beschreibung 1 (Allgäuer Ölmühle)	Beschreibung 2 (Rapunzel)
Mandelöl	Kaltgepresstes Mandelöl aus ungerösteten, blanchierten Süßmandeln. Besonders fein im Geschmack: Zum Abrunden von Gerichten einsetzbar.	Gewonnen wird das Mandelöl aus den reifen Früchten des Mandelbaums.  Das kaltgepresste Öl aus den süßen, ungerösteten Nüssen schmeckt mild und leicht süßlich. Es verleiht sowohl würzigen Gerichten als auch Salaten ein dezentes Nussaroma.

Tabelle 4: Mandelöl

Die Beschreibung 1 des Mandelöls beginnt mit zwei nominalen Phrasemen (*kaltgepresstes Mandelöl; ungeröstete, blanchierte Süßmandeln*) und endet mit einem von *zum* eingeführten substantivierten Verb (*zum Abrunden*). Die Beschreibung 2 beginnt mit einer typischen

Kollokation zur Beschreibung der Ölherstellung (*das Öl gewinnt man aus ...*) und des Paares *mild und leicht süßlich* und endet mit einem nominalen Phrasem (*ein dezentes Nussaroma*).

Produkt 4	Beschreibung 1 (Allgäuer Ölmühle)	Beschreibung 2 (Rapunzel)
Sesamöl	Unser BIO-Sesamöl wird aus ungerösteten Sesamsamen kaltgepresst. Eine Ergänzung in kalter und warmer Küche. Arttypisch im Geschmack, für asiatische Gerichte und zum Würzen von Salatgerichten.	Sesam ist der Samen der asiatischen Sesampflanze, der vermutlich ältesten Ölpflanze der Erde.  Das hochwertige Rapunzel Sesamöl ist eine Delikatesse mit fein-nussigem Geschmack. Es besteht zu einem hohen Anteil aus Linol- und Ölsäure, dies ergibt ein sehr ausgeglichenes Fettsäuremuster.

**Tabelle 5: Sesamöl**

Das vierte Produkt wird aus zwei unterschiedlichen, doch konvergierenden Erzählperspektiven präsentiert, was sich auch auf die sprachliche Ebene auswirkt: Die Beschreibung 1 fokussiert auf den besonderen Mehrwert des Sesamöls in der asiatischen Küche, während die Beschreibung 2 davon ausgeht, dass es sich bei der Sesampflanze um die älteste Ölpflanze der Erde handelt. Beide Beschreibungen bestehen hauptsächlich aus nominalen Phrasemen: Beschreibung 1 (*ungeröstete Sesamsamen; kalte und warme Küche; asiatische Gerichte*); Beschreibung 2 (*asiatische Sesampflanze; älteste Ölpflanze; das hochwertige Sesamöl; fein-nussiger Geschmack; Fettsäuremuster*).

Die Analyse der vier Beschreibungen ermöglichte es, aufzuzeigen, wie die Sprache in Produktbeschreibungen die Verwendung von Nominalphrasen bevorzugt: Dieser Aspekt unterstreicht die fachsprachliche Besonderheit der betrachteten Textsorte, da Substantive in Fachsprachen eine grundsätzliche Rolle spielen, denn sie vermitteln konkret die konzeptionelle Eigenheit des semantischen Feldes.

#### 4 Schlussbemerkungen

Der vorliegende Beitrag hat sich zum Ziel gesetzt, eine Vorstudie zum terminologischen und fachphraseologischen Repertoire des Wortschatzes rund um das (Speise)Öl vorzustellen.

Die linguistische Erforschung erfolgte vor dem Hintergrund der methodischen Voraussetzungen der Fachphraseologie und der speziellen Wortschatze und konzentrierte sich auf zwei Aspekte im Zusammenhang mit Öl: Zum einen seine Produktion (aus mechanischer, industrieller und chemischer Sicht) und zum anderen dessen Vermarktung (in diesem Kontext wurde die Aufmerksamkeit auf Produktbeschreibungen gerichtet). Der Beitrag gliedert sich in zwei Teile: Der erste Teil beschäftigt sich mit einer Reflexion des methodischen Vorgehens; der zweite Teil analysiert hingegen den spezifischen Wortschatz und fachphraseologische Aspekte in Bezug auf (Speise)öl. Um eine bessere Korrelation zwischen den beiden Teilen zu erreichen, wurde ein Brückenabsatz eingefügt, der das Vorkommen des Lexems *Öl* im Alltag berücksichtigte.

Obwohl der Beitrag in einem hochspezialisierten konzeptionellen Rahmen angeordnet ist, betont er, inwiefern es auch wichtig ist, eine wissenschaftliche Aufmerksamkeit auf die sogenann-

ten anwendungsbezogenen technischen Wortschätze in einer Zeit zu lenken, in der praktisches Fachwissen nur noch wenigen Expert:innen vorbehalten ist und nach außen oft durch Formen der Gemeinsprache hybridisiert sind. Dieser Aufsatz ist daher ein erster Versuch, sich der terminologischen und fachphraseologischen Frage des Öl-Wortschatzes anzunähern. Damit ist es möglich, die Prozesse, die hinter den von Unternehmen geförderten Produkten stehen, sprachlich zu untersuchen. In diesem Sinne ist die linguistische Erforschung mehr darauf ausgerichtet, auch die von Techniker:innen und Fachleuten (auch Arbeiter:innen) verwendete Fachsprache zu beleuchten, was sich auch noch als ein Forschungsdesiderat herausstellt.

### Literaturverzeichnis

- Adamzik, Kirsten (2018): *Fachsprachen. Die Konstruktion von Welten*. Stuttgart: UTB Verlag.
- Burger, Harald (2015): *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. 5. überarbeitete Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Burger, Harald et al. (eds.) (2007): *Phraseologie/Phraseology. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/An International Handbook of Contemporary Research*. 2 Halbbände (HSK 28.1/2). Berlin/New York: de Gruyter.
- Cruse, D. Alan et al. (eds.) (2002): *Lexikologie/Lexicology. Ein internationales Handbuch zur Natur und Struktur von Wörtern und Wortschätzen*. 2. Halbbände (HSK 21). Berlin/New York: de Gruyter.
- Decker, Reinhold/Kroll, Frank/Hentschel, Dieter (2011): „Der Einfluss von Power-Wörtern und Bildern auf die Wahrnehmung von Online-Produktbeschreibungen – Eine Eyetracking-Studie“. *Social Science Research Network*. [papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1843044](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1843044) [10.04.2023].
- Gläser, Rosemarie (2007): „42. Fachphraseologie“. In: Burger, Harald et al. (eds.): *Phraseologie. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung*. Vol. 1. Berlin/New York, de Gruyter Mouton: 482–505.
- Handschuck, Sabine/Schröer, Hubertus (2000): „Interkulturelle Öffnung sozialer Dienste Ein Strategievorschlag“. *Zeitschrift für Migration und Soziale Arbeit*, 3–4: 86–95.
- Hörning, Karl Heinz (2001): *Experten des Alltags. Die Wiederentdeckung des praktischen Wissens*. Weilerswirst: Velbrück Wissenschaft.
- Jakob, Karlheinz (2002): „Anwendungsbezogene technische Wortschätze“. In: Cruse, D. Allan et al. (eds.): *Lexikologie/Lexicology. Ein internationales Handbuch zur Natur und Struktur von Wörtern und Wortschätzen*. (HSK 21) 1. Halbbd. Berlin/New York, de Gruyter: 919–925.
- Jakob, Karlheinz (1998): „Techniksprache als Fachsprache“. In: Hoffmann, Lothar et al. (eds.): *Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft*. (HSK 14/2) 1. Halbbd. Berlin/New York, de Gruyter: 142–150.
- Kollmann, Tobias (2019): *E-Business – Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft*. 7. Aufl. Wiesbaden: Springer Verlag.
- Kover, Arthur/James, William (1993): “When Do Advertising ‘Power Words’ Work?”. *Journal of Advertising Research* 33/4: 32–38.
- Kramer, Undine (2010): *Spezielle Wortschätze und ihre Kodifizierung in deutschen Wörterbüchern*. Berlin/New York: de Gruyter.

- Kretzenbacher, Heinz Leonhard (2002): „Wissenschaftsbezogene Wortschätze“. In: Cruse, D. Alan et. al (eds.): *Lexikologie/Lexicology. Ein internationales Handbuch zur Natur und Struktur von Wörtern und Wortschätzen*. (HSK 21) 1. Halbbd. Berlin/New York, de Gruyter: 919–925.
- Nuopponen, Anita (2002): „Vocabularies for specific purposes: an overview“. In: Cruse, D. Alan et. al (eds.): *Lexikologie/Lexicology. Ein internationales Handbuch zur Natur und Struktur von Wörtern und Wortschätzen*. (HSK 21) 1. Halbbd. Berlin/New York, de Gruyter: 856–866.
- Pfefferkorn, Oliver (2015): „Das Wort und seine Geschichte“. In: Haß, Ulrike/Storjohann, Petra (eds.): *Handbuch Wort und Wortschatz*. Berlin/Boston, de Gruyter: 464–491.
- Pilz, Klaus Dieter (1981): *Phraseologie. Redensartenforschung*. Springer Verlag: Wiesbaden.
- Płomińska, Małgorzata (2019): *Juristische Fachphraseologie – zwischen Konvention und Routine: untersucht am Beispiel deutscher und polnischer Gesetzestexte zum Zivilrecht*. Berlin/Bern/Wien: Lang.
- Roelcke, Thorsten (2010): *Fachsprachen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Roelcke, Thorsten (2015): „Besondere Wörter II: Fachwörter, Termini“. In: Haß, Ulrike/Storjohann, Petra (eds.): *Handbuch Wort und Wortschatz*. Berlin/Boston, de Gruyter: 371–393.
- Schellenberg, Wilhelm (2011): „Fachwortschatz“. In: Pohl, Inge/Ulrich, Winfried (eds.): *Wortschatzarbeit: in Theorie und Praxis*. Baltmannsweiler, Schneider Verlag Hohengehren: 310–319.
- Steireif, Alexander/Rieker, Rouven Alexander/Bückle, Markus (2019): *Handbuch Online-Shop – Strategien, Erfolgsrezepte, Lösungen*. 2. Aufl. Bonn: Rheinwerk Computing.
- Woźniak, Joanna (2016): *Fachphraseologie am Beispiel der deutschen und der polnischen Fassung des Vertrags von Lissabon*. Frankfurt am Main/Bern/Wien: Lang.

### Internetquellen

- infothek-gesundheit.de: [infothek-gesundheit.de/oel-ist-nicht-gleich-oel](http://infothek-gesundheit.de/oel-ist-nicht-gleich-oel) [18.01.2023].
- verbraucherzentrale.de: [verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/gesund-ernaehren/speiseoele-welche-eignen-sich-fuer-was-38811](http://verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/gesund-ernaehren/speiseoele-welche-eignen-sich-fuer-was-38811) [18.01.2023].
- Allgäuer Ölmühle: [allgauer-oelmuehle.de/shop/ole-1/bio-rapsol/](http://allgauer-oelmuehle.de/shop/ole-1/bio-rapsol/) [18.01.2023].
- Rapunzel: [rapunzel.de/speiseoele.html](http://rapunzel.de/speiseoele.html) [19.01.2023].
- DWDS (*Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*): [dwds.de](http://dwds.de) [20.01.2023].
- Duden online: [duden.de](http://duden.de) [20.01.2023].
- Pons: [pons.com](http://pons.com) [21.01.2023].
- Langenscheidt: [langenscheidt.com](http://langenscheidt.com) [21.01.2023].
- DWB (*Das Deutsche Wörterbuch*): [woerterbuchnetz.de/?sigle=DWB#0](http://woerterbuchnetz.de/?sigle=DWB#0). [22.01.2023].