

Inhalt

1	Tourismus und Sprache	11
2	Fremdenverkehr als Wirtschaftsfaktor	14
3	Fachsprache und Tourismus	17
3.1	Fachsprachenforschung	17
3.2	Zur Fachlichkeit von Texten aus dem Tourismusdiskurs	20
3.3	Zur Fachsprache des Tourismus	23
4	Die Webkommunikation von Übernachtungseinrichtungen	28
4.1	Zur Fachlichkeit der Webkommunikation von Übernachtungseinrichtungen	28
4.2	Zur Geschichte des Hotelwesens	29
4.3	Hotellkommunikation und touristische Nachfrage	34
4.4	Sprache und Werbung: Persuasionsstrategien auf Hotelwebseiten	36
4.5	Zur medialen Dimension	39
4.6	Textfunktion und thematische Struktur	43
5	Zur Sprache von Hotelwebseiten	46
5.1	Subtexte von Hotelwebseiten	47
5.2	Funktionale Dimension und sprachliche Besonderheiten	55
5.3	Fremdwörter	56
5.3.1	Anglizismen	59
5.3.2	Gallizismen und Italianismen	66
5.3.3	Gehobene Sprache und Latinismen	71
5.4	Schlüsselwörter	74
5.5	Adjektive	77
5.6	Linktexte und Webformulare	84
5.7	Fachbegriffe in der Hotellkommunikation	87
5.8	Rhetorische Figuren	94
5.9	Schlussbemerkungen und Ausblick zur Übersetzung von Hotelwebseiten	98
6	Anlage	100
6.1	Korpusdaten	100
7	Bibliographie	102