


## Vorwort zur zweiten Auflage

Sieben Jahre nach dem Erscheinen der ersten Auflage der *Englischen Grammatik für die Wirtschaftskommunikation* und vor dem Wechsel zum Linde-Verlag schien es an der Zeit, das Buch jenem Prozess zu unterziehen, den man in der modernen englischen Mediensprache wohl als *makeover* bezeichnen würde. Obwohl der didaktische Ansatz und die „Identität“ des Lehrwerks erhalten geblieben sind, tritt den Leser/inne/n nun dennoch ein in mehrfacher Hinsicht neu gestaltetes Buch entgegen, das Feedback von Studierenden, Kolleg/inn/en und meine eigenen Erfahrungen in der Lehre verarbeitet. Die Veränderungen und Ergänzungen konzentrierten sich dabei auf die folgenden Bereiche:

- Mehr als zwei Drittel der Beispielsätze aus dem *Economist* und anderen Quellen wurden durch neuere – zumeist aus den Jahren 2007 und 2008 – ersetzt. Diese Aktualisierung wurde nicht durch grundlegende Veränderungen in den grammatikalischen Strukturen notwendig (diese finden in jeder lebendigen Sprache zwar statt, aber in aller Regel nicht im Zeitraum von nur sieben Jahren). Sie geschah vielmehr im Bewusstsein der Tatsache, dass Beispielsätze und Textpassagen, seien sie nun aus der Presse, aus Stellenanzeigen, Unternehmenswebsites oder *blogs*, immer auch ein Stück Wirtschaft, Politik und Gesellschaft reflektieren. Die Beispiele sind ja nicht nur Spiegelbilder der sprachlichen, sondern auch der sozialen Realität, und insofern ist ein möglichst hoher Aktualitätsgrad durchaus ein Wert für sich.
- 60 neue Übungssätze wurden hinzugefügt, gebündelt in sechs „Tests zur Wiederholung und Vertiefung“ (Appendix 2). Drei dieser Tests verwenden Multiple-Choice-Formate und ermöglichen somit auch das Trainieren eines Testtyps, der an vielen Universitäten und im Rahmen von Sprachzertifikaten immer häufiger eingesetzt wird.
- *Last – but certainly not least* – wurde jedem Kapitel ein Cartoon vorangestellt, dessen Textelement eines der im jeweiligen Kapitel behandelten grammatikalischen Muster enthält. Die Cartoons stammen durchwegs aus der Feder von Benita Epstein (<http://www.benitaepstein.com/>), deren Arbeiten u.a. in *Harvard Business Review*, *The New Yorker* und *The Wall Street Journal* erschienen sind. In dieser zweiten Auflage der *Englischen Grammatik für die Wirtschaftskommunikation* sollen die Cartoons mit ihren passenden Bildunter-



schriften der Auflockerung dienen und die Arbeit an der wohl  
streckenweise eher trockenen Materie erleichtern. Sie transportieren  
aber noch eine weitere Botschaft: Ohne Grammatik läuft gar nichts –  
nicht einmal der Humor.

*Gerlinde Mautner*  
*Cardiff und Wien, August 2008*