

Gdańsk 2021, Nr. 45

<https://doi.org/10.26881/sgg.2021.45.07>

Marcelina Kałasznik

Uniwersytet Wrocławski / Universität Wrocław

<https://orcid.org/0000-0003-2713-5880>

Ärzte-Profile auf Arztbewertungsportalen als Vorstellungstexte – Versuch einer textlinguistischen Beschreibung

Vor über 10 Jahren sind Arztbewertungsportale als ein neues mit Medizin zusammenhängendes Angebot im Internet entstanden. Seit dieser Zeit entwickeln sie sich dynamisch und werden langsam zu einem etablierten Marketinginstrument in der medizinischen Branche. In diesem Beitrag werden Ärzte-Profile auf Arztbewertungsportalen als Vorstellungstexte aus textlinguistischer Sicht analysiert. Mit einem Modell textlinguistischer Beschreibung werden sie als Textsorte charakterisiert, indem auf ihre konstitutiven Merkmale auf verschiedenen Ebenen hingewiesen wird.

Schlüsselwörter: Vorstellungstexte, Arztbewertungsportale, Ärzte-Profile, Textsorte, Textlinguistik

Physician profiles on physician rating portals as introductory texts – an attempt at a text-linguistic description. – Over 10 years ago, physician rating portals emerged as a new medicine-related offer on the Internet. Since then, they have been developing dynamically and gradually have become an established marketing tool in the medical industry. In this article, physician profiles on physician rating portals as introductory texts are analyzed from a linguistic point of view. Using a model of textual linguistic description, they are characterized as a type of text by pointing out their constitutive features at different levels.

Keywords: Introduction texts, physician rating portals, physician profiles, text type, text linguistics

1. Einführung

Arztbewertungsportale bilden ein relativ neues Netz-Angebot. Ihr Auftreten wird auf das erste Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts datiert (Emmert/Sander/Kolb/Meszmer 2017: 731). Seit diesem Zeitpunkt entwickeln sie sich rasant und gewinnen ständig neue Nutzer sowohl unter Ärzten als auch unter potenziellen Patienten. Aus der Sicht eines Arztes betrachtet „[verbinden] Arztbewertungsportale das Web- mit dem Empfehlungsmarketing“ (Sander 2017: 86). Allgemein betrachtet besteht das Webmarketing darin, dass derartige Portale von Ärzten dazu genutzt werden, um im Internet präsent und sichtbar zu sein. Das Erstellen eines Profils auf einem Arztbewertungsportal steigert die Auffindbarkeit der eigenen Praxis über Internet-Suchmaschinen. Daher wird immer häufiger darauf verwiesen, dass sich Arztbewertungsportale neben eigenen Webseiten von Ärzten und ärztlichen Praxen als

Marketingwerkzeuge in der medizinischen Branche etablieren (Bauer 2017: 6, Mitternacht 2015: 15). Das Empfehlungsmarketing geht mit einer der grundlegenden Funktionen von Arztbewertungsportalen einher, die darauf beruht, dass Patienten die Möglichkeit haben, ihren Arzt und den Besuch bei ihm zu bewerten¹.

Im Folgenden wird das Augenmerk darauf gelenkt, wie Texte auf Ärzte-Profilen gestaltet werden und wie sie sich aus textlinguistischer Perspektive beschreiben sowie zuordnen lassen. Das Ziel des Beitrags ist es folglich, die Ärzte-Profile, die dabei als Vorstellungstexte² betrachtet werden, als eine Textsorte darzustellen. Dabei werden die Beschreibungsdimensionen von Textsorten von Thurmair (2010) und Fandrych/Thurmair (2011) als Ausgangspunkt zur näheren Bestimmung von Vorstellungstexten von Ärzten herangezogen.

Die Materialbasis für die Analyse bilden 30 Texte, die im September 2020 dem deutschen Arztbewertungsportal Jameda.de³ entnommen wurden. Berücksichtigt werden 30 erste nach Relevanz⁴ sortierte Premium-Profile⁵ von Orthopäden aus ganz Deutschland.

2. Zum Wesen der Textsorte

Im Kontext der Untersuchung von Texten⁶ ist der Begriff der Textsorte erklärungsbedürftig. Textsorten sind dabei „[...] musterhafte Ausprägungen zur Lösung wiederkehrender kommunikativer Aufgaben und haben sich in der Sprachgemeinschaft historisch entwickelt zur Bewältigung gesellschaftlich kommunikativer Aufgaben“ (Thurmair 2010: 284). Gewöhnlich wird Textsorten das Merkmal der Musterhaftigkeit zugeschrieben, die daraus resultiert, dass bestimmte Textexemplare textexterne und textinterne Merkmale teilen (Thurmair 2010: 284) sowie als „Lösungsstrategien für kommunikative Aufgaben“ (Schwantuschke 2014: 200) ständig reproduziert werden. Die Merkmale, mit denen Textsorten charakterisiert werden, kann man darüber hinaus in textsortenkonstitutive und -spezifische unterteilen. Dabei sind die ersteren bei der Zuordnung eines Textexemplars zu einer Textsorte obligatorisch, während die letzteren nur fakultativ auftreten können (Fandrych/Thurmair 2011: 16). Mit der Gliederung der Merkmale in obligatorische und fakultative wird deutlich, dass es innerhalb einer Textsorte Textexemplare geben kann, die im Hinblick auf verschiedene Aspekte sehr unterschiedlich sind (Thurmair 2010: 284, Fandrych/Thurmair 2011: 16). Aus dem

¹ Die Möglichkeit der öffentlichen Bewertung von Ärzten durch Patienten (d. h. von Spezialisten durch Laien), die die Arztbewertungsportale ihren Nutzern zur Verfügung stellen, wird aus verschiedenen Gründen kritisiert. Zu verschiedenen Kritikpunkten vgl. z. B. Wilkat (2017: 2228), Berner (2014: 194), Galla (2017: 2), Mitternacht (2014: 9).

² In Anlehnung an Meier (2016: 429) könnten die Texte als imageorientiert eingestuft werden.

³ Vgl. <https://www.jameda.de/> [21.9.2020].

⁴ Die Ergebnisse der Arztsuche können nach anderen Kriterien wie Entfernung, Note und Anzahl von Bewertungen sortiert werden.

⁵ Es werden lediglich kostenpflichtige Premium-Profile untersucht, da sie den Nutzern umfassendere Möglichkeiten zur Selbstdarstellung anbieten. Aus Raumgründen kann hierin nicht auf die Funktionalitäten der einzelnen Profile eingegangen werden, vgl. hierzu <https://www.jameda.de/premium/bestellen/bestellen.php> [22.9.2020].

⁶ Zum Überblick über Textdefinitionen vgl. z. B. Klemm (2002), Jarosz (2017), Adamzik (2004).

Vergleich von Modifikations- und Variationsmöglichkeiten verschiedener Textsorten ergibt sich außerdem die Schlussfolgerung, dass sie jeweils auf der Achse zwischen stark standardisierten einerseits und offenen Textsorten andererseits situiert werden können (Thurmair 2010: 284, Fandrych/Thurmair 2011: 16).

3. Ärzte-Profile als Vorstellungstexte

Bei der Bestimmung der Vorstellungstexte auf Ärzte-Profilen nach dem Modell von Thurmair (2010) und Fandrych/Thurmair (2011) wird auf die folgenden Hauptdimensionen der Beschreibung von Textsorten hingewiesen, d. h. Kommunikationssituation, Textfunktionen und Thema, Textstruktur sowie sprachliche Ausgestaltung des Textes. Zuerst werden situative, funktionale und thematische Aspekte der Texte analysiert, weil die sprachliche Gestaltung von Texten von diesen Faktoren abhängig ist (Krieg-Holz/Bülow 2019: 94).

3.1. Kommunikationssituation

Bei der Analyse einer jeweiligen Kommunikationssituation sollte davon ausgegangen werden, dass jede Kommunikationssituation in einem bestimmten Kommunikationsbereich verankert ist, der sozial und situativ definiert wird (Thurmair 2010: 286, Fandrych/Thurmair 2011: 17). In konkreten Kommunikationsbereichen gelten außerdem bestimmte Handlungsnormen, die einen wesentlichen Einfluss auf die verwendeten Textsorten haben (Thurmair 2010: 286). In diesem Sinne sollten Textsorten als Erscheinungen betrachtet werden, die im Abhängigkeitsverhältnis zu bestimmten Kommunikationsbereichen stehen. In Bezug auf den medialen Aspekt der Kommunikationssituation werden die Vorstellungstexte von Ärzten als schriftlich bestimmt, wobei sie zusätzlich graphische Elemente wie Fotos des Arztes, seines Teams und des Praxis-Ambientes enthalten können.

Die Mehrheit der Texte wird so gestaltet, dass als Textproduzent der Arzt selbst betrachtet werden sollte. Darauf verweisen Formulierungen, die folgende sprachliche Mittel enthalten⁷:

- die erste Person Singular, z. B. *Ich*⁸, *Facharzt für Orthopädie und Unfallchirurgie Dr. med. XXX*⁹, *diagnostiziere und therapie Fehlbildungen [...]*¹⁰; *Hier möchte ich Ihnen meine Behandlungsschwerpunkte vorstellen [...]*; *Ich selbst bin bereits seit 2015 hier tätig und habe mich seit vielen Jahren ausschließlich auf die Schulter- und Ellenbogenchirurgie spezialisiert.;*

⁷ Aus Platzgründen können in dem Beitrag nur ausgewählte Beispiele präsentiert werden, die die hier besprochenen Erscheinungen illustrieren.

⁸ Hervorhebungen durch Sperrungen – M. K.

⁹ Die Eigennamen (Vor- und Nachnamen von Ärzten, Namen von Arztpraxen und Adressen) wurden getilgt und durch „XXX“ ersetzt.

¹⁰ Aus Ärzte-Profilen zitierte Beispiele werden originalgetreu angeführt. Eventuelle Fehler verschiedener Art werden nicht verbessert.

- Possessivpronomen *mein/meine*, z. B. [...] *gern stelle ich mich und meine Tätigkeit hier bei jameda vor [...]; Meine Schwerpunkte liegen in der Orthopädie und Unfallchirurgie [...];*
- Unterschrift, z. B. *Ihr Dr. XXX; Herzlich Ihr Dr. XXX.*

In einigen Texten tritt das gesamte Team einer Arztpraxis als kollektiver Autor auf, wovon die folgenden Ausdrücke zeugen:

- die erste Person Plural, z. B. *Wir freuen uns auf Sie.; Rufen Sie einfach an und vereinbaren Sie einen Termin mit uns. Wir sind gerne für Sie da!; Wir freuen uns über Ihren Anruf oder Ihren Besuch!*
- Possessivpronomen *unser/unsere*, z. B. *Es ist unser Ziel, die Erfahrungen aus der sportmedizinischen Betreuung von Hochleistungssportlern all unseren Patienten zur Verfügung zu stellen.; Unser Praxisteam freut sich auf Ihren Anruf.*

In einigen wenigen Texten erfolgt die Vorstellung des Textproduzenten in der dritten Person Singular: *Professor Dr. med. XXX steht Ihnen persönlich auf Basis seiner außergewöhnlichen Kompetenz für alle Leistungen zur Verfügung [...]; Dr. XXX ist in Freiburg geboren. Er absolvierte sein Medizinstudium an der XXX.* Diese Art und Weise, die Vorstellungstexte zu verfassen, schafft mehr Distanz (Fandrych/Thurmair 2011: 42).

Obwohl sich auf der Oberfläche der Textexemplare bestimmte Indikatoren finden lassen, die es ermöglichen, den Textproduzenten zu identifizieren, muss darauf hingewiesen werden, dass die Bestimmung des Produzenten und Rezipienten bei digitalen Texten besonders schwer fällt (Krieg-Holz/Bülow 2019: 95). Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass in manchen Fällen das Verfassen der Texte einem Profi in Auftrag gegeben wird. Es gibt sicherlich einerseits selbst und andererseits von Dritten verfasste Vorstellungstexte, wobei man sie auf der Grundlage der sprachlichen Ausgestaltung ohne Kenntnis der Autorschaft voneinander nicht unterscheiden kann (Fandrych/Thurmair 2011: 36).

Was den Textrezipienten angeht, handelt es sich bei den Vorstellungstexten von Ärzten auf Arztbewertungsportalen um eine Textsorte mit Mehrfachadressierung. Die Tatsache, dass die Texte keinen bestimmten Rezipienten haben, manifestiert sich mithilfe der allgemeinen Begrüßungsformeln: *Liebe(r)/Sehr geehrte(r) Besucher/in/Patient/in.* Durch die Substantive *Besucher/Besucherin* (im Sinne von Portalbesucher/Portalbesucherin) und *Patient/Patientin* wird allerdings teilweise die Gruppe von Personen definiert, die interessiert sein kann, sich mit Ärzte-Profilen vertraut zu machen (es handelt sich um potentielle Patienten, die sich vor der Arztwahl im Internet umschauchen).

Die Analyse der zusammengestellten Textexemplare lässt außerdem auf das Verhältnis zwischen dem Textproduzenten und -rezipienten schließen. Aus den Texten ergibt sich, dass die Adressaten dem Textproduzenten nicht bekannt sind. Die Beziehung zeichnet sich durch soziale Distanz aus (Harting 2010: 403, in: Schwantuschke 2014: 206). Sprachlich findet das seinen Niederschlag u. a. in der Anwendung der *Sie*-Anrede, z. B. *Wenn Sie sich für einen Termin in der Sprechstunde [...] vormerken lassen wollen, verwenden Sie bitte das Formular auf meiner Homepage.; Wenn Sie sich mit einem gesundheitlichen Anliegen direkt an mich wenden möchten, steht Ihnen die folgende E-Mail-Adresse zur Verfügung: XXX.*

Normalerweise ist das Verhältnis von Arzt und Patient durch einen bestimmten Grad an Asymmetrie gekennzeichnet. Hat man allerdings die Relation zwischen dem Schreibenden und dem Lesenden in den untersuchten Texten im Blick, erweist sich, dass die Textproduzenten die möglichen Barrieren in der Kommunikation mit dem Textrezipienten (d. h. mit einem potenziellen Patienten) zu überwinden suchen. Das zeigt sich bereits an der oben erwähnten informelleren Begrüßungsformel, die als das erste Element des Beziehungsmanagements betrachtet werden kann (Krieg-Holz 2019). Diese Tendenz zeichnet sich allerdings auch an den folgenden Beispielen ab: *Ich danke Ihnen für die Zeit, die Sie sich nehmen, um sich hier über uns und unser ganzheitlich ausgerichtetes Leistungsspektrum für Schulterchirurgie und Ellenbogenchirurgie zu informieren.; [...] es freut mich sehr, dass Sie sich Zeit nehmen, sich auf meinem jameda-Profil über mein Leistungsspektrum und das meiner Praxis zu informieren.; Gerne stehe ich Ihnen zur Seite [...].*

Was die Charakterisierung der Texte bezüglich der räumlichen und zeitlichen Dimension anbelangt, muss davon ausgegangen werden, dass die raumzeitliche Kopräsenz von Textproduzent und -rezipient fehlt. Im Hinblick auf die Zeit muss zunächst darauf hingedeutet werden, dass der Moment der Textproduktion und der der Textrezeption nicht simultan verlaufen. Es handelt sich also um eine asynchrone Kommunikation, in der der Produktionsmoment und der Rezeptionsmoment zeitlich auseinanderliegen. Die Rezipienten haben uneingeschränkte zeitliche Zugangsmöglichkeiten zu den Texten. In Bezug auf den Ort ist festzustellen, dass die Texte an anderen Orten produziert und rezipiert werden. Das Verbreitungsmedium ist in jedem Falle das Internet, wodurch Texte überall abgerufen werden können (Krieg-Holz/Bülow 2019: 94). Der Ort der Publikation ist das Arztbewertungsportal (Krieg-Holz/Bülow 2019: 94).

3.2. Textfunktion

Die Textfunktion¹¹ ist im Kontext der Besprechung von Textsorten von großer Bedeutung, weil sie zum einen den Handlungscharakter und den Kommunikationsmodus des Textes bestimmt (Brinker 2010: 101) sowie zum anderen mit seiner thematischen Struktur und sprachlichen Ausgestaltung verbunden ist (Fandrych/Thurmair 2011: 29, Schwantuschke 2014: 207). In Anlehnung an die Typologie von Textfunktionen¹² von Fandrych/Thurmair (2011: 30–33) lassen sich in den analysierten Vorstellungstexten die folgenden Funktionen rekonstruieren:

- konstatierend-assertierende, wissensbereitstellende Funktion, z. B.: *[...] gern stelle ich mich und meine Tätigkeit hier bei jameda vor.; Eine Auswahl einzelner Teilgebiete können Sie hier kennen lernen.; Damit Sie bereits im Vorfeld einen kleinen Überblick über meine Schwerpunkte erhalten, habe ich diese stichpunktartig für Sie aufgelistet [...]; Hier möchte ich Ihnen einen kleinen ersten Eindruck über mögliche arthroskopische Schultereingriffe bieten:*

¹¹ Zur Definition von Textfunktion vgl. Brinker (2010: 88), Heinemann (2001: 304).

¹² Aus Raumgründen kann an dieser Stelle die für die Ziele des Beitrags gewählte Typologie von Textfunktionen nicht genau diskutiert werden. Mit Fandrych/Thurmair (2011: 23) wird angenommen, dass die einzelnen unterschiedenen Funktionen nicht separat betrachtet werden sollten, sondern dass sie sich zu Textfunktionskombinationen zusammenschließen und Textfunktionsmodelle bilden können.

- [...]; *Bevor ich mir gerne persönlich vor Ort für Sie Zeit nehme, können Sie sich hier schon einmal vorab über unser breites Leistungsspektrum informieren.*;
- argumentative Funktion, z. B.: *Individualität und Ihre persönliche medizinische Betreuung werden im XXX in XXX groß geschrieben. Ausdrücklich sind wir keine Großraumpraxis, in der Patienten im Massenbetrieb diagnostiziert und therapiert werden.; Bei uns erwarten Sie die gesamte Diagnostik und der umfassende therapeutische Ansatz. Dabei vertreten wir in allen Bereichen Leistungen auf höchstem Niveau – für Privatpatienten genauso wie für Kassenpatienten;*
 - appellative Funktion, z. B.: *Konditionalsätze: Wenn Sie sich für einen Termin in der Sprechstunde [...] vormerken lassen wollen, verwenden Sie bitte das Formular auf meiner Homepage XXX.; Mit viel Fachkompetenz und Herz kümmere ich mich um Ihre Gesundheit, wenn Sie Probleme mit dem Stütz- und Bewegungsapparat haben.; Bei Verletzungen von Knochen, Muskulatur, Sehnen und Bändern stehe ich Ihnen jederzeit zur Seite.; Gebrauch von Konjunktiv II: Es würde mich sehr freuen, wenn dieses Profil interessant für Sie ist und Sie sich für uns entscheiden;*
 - obligativ-sprecherbezogene Funktion, z. B.: *Gemeinsam mit Ihnen erarbeite ich eine maßgeschneiderte und optimale Behandlungsstrategie, die individuell auf Ihre Problematik abgestimmt ist. Dafür nehme ich mir viel Zeit. Seien Sie versichert, dass sie als Patient im Mittelpunkt stehen und ernst genommen werden.; Ich bin gerne für Sie da und berate Sie in meiner Sprechstunde.; Wenn Sie zu uns kommen, können Sie sicher sein, dass Sie stets nach dem neuesten Stand der Wissenschaft versorgt werden;*
 - phatische und expressiv-sinnsuchende Funktion, z. B.: *Danken: Vielen Dank!; Ermunterung zur Kontaktaufnahme: Möchten Sie mehr über die verschiedenen Therapien erfahren?; Rufen Sie einfach an und vereinbaren Sie einen Termin mit uns. Wir sind gerne für Sie da!; Zögern Sie nicht, uns Ihre Fragen und Wünsche mitzuteilen! Wir stehen Ihnen gerne mit Rat und Tat zur Seite und freuen uns auf Ihren Besuch!; Ermunterung zum Besuch: Schauen Sie vorbei! Ich freue mich auf Sie.; Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme und heiße Sie schon jetzt herzlich willkommen im XXX bei Ihrem PD Dr. XXX.*

Anhand der Analyse kann man feststellen, dass die Texte relativ viele kommunikative Funktionen realisieren. Erstens erfüllen die Texte die wissensbereitstellende Funktion, die darin besteht, dass man dem Rezipienten allgemein akzeptierte Tatsachen präsentiert (Fandrych/Thurmair 2011: 30). Obwohl es sich um die Wissens- und Informationsübermittlung handelt, werden selten explizit performative Verben wie *informieren* oder *mitteilen* gebraucht. In den Texten kommt allerdings das Verb *vorstellen* wiederholt vor, mit dem der Textproduzent dem Textrezipienten zu verstehen gibt, dass er ihm etwas (hier vor allem das Leistungsspektrum und die Praxis) darstellen möchte. In den Texten tritt außerdem das reflexive Verb *sich informieren* auf, mit dem auf das Ziel der Profile auf Arztbewertungsportalen verwiesen wird, d. h. darauf, dass sich hierauf die Patienten vorab informieren und eine erste Orientierung gewinnen können. Neben den zitierten Textfragmenten haben Textpassagen, in denen der Lebenslauf eines Arztes dargestellt wird, einen klar informativen Charakter. Unabhängig von der Art der Darbietung von Informationen (tabellarisch oder als Fließtext) werden in dieser Sektion die wichtigsten W-Fragen in Bezug auf die Ausbildung und den Werdegang eines Arztes beantwortet. Zweitens realisieren die Texte eine argumentative Funktion, die wiederum

mit der bewertenden Funktion eng verbunden ist. Das Wesen der argumentativen Funktion besteht darin, dass man ebenfalls das Wissen an den Rezipienten übermittelt, wobei man annehmen kann, dass es nicht „umstandslos akzeptiert wird bzw. gegebenenfalls aufgrund von divergierenden Wissensbeständen sogar in Frage gestellt werden könnte“ (Fandrych/Thurmair 2011: 30). Dabei handelt es sich in den analysierten Texten um solche Passagen, in denen ein jeweiliger Arzt seine potenziellen Patienten mit verschiedenen Argumenten zu überzeugen versucht, dass der Besuch bei ihm ihre beste Wahl ist. Neben Begründungen verschiedener Art treten zahlreiche bewertende Elemente (vor allem positiv evaluierende Adjektive) auf, die einen appellativen Charakter haben (Fandrych/Thurmair 2011: 31). Drittens erfüllen die Texte eine appellative Funktion, die sich hierbei häufig durch die Verwendung von Konditionalsätzen und Konjunktiv-II-Formen manifestiert. Mit diesen syntaktischen Strukturen wird versucht, den Textrezipienten – einen potentiellen Patienten – dazu zu bewegen, sich erstens ein positives Bild des Arztes zu machen (Meinungsbeeinflussung) und zweitens seine Leistungen in Anspruch zu nehmen (Verhaltensbeeinflussung). Viertens gibt es in manchen Texten auch Textfragmente, mit denen eine obligativ-sprecherbezogene Funktion realisiert wird. Zwar fehlen gewöhnlich explizite Signalisierungen dieser Funktion (z. B. solche Verben wie *versprechen*, *garantieren*), es werden aber Absichten und Ziele von Ärzten im Hinblick auf die medizinische Behandlung ihrer künftigen Patienten deklariert. Fünftens wird mit den Texten bezweckt, Kontakt zum Textrezipienten aufzunehmen. Die phatische Funktion der Texte manifestiert sich durch die häufige Verwendung von Adressatendeixis und durch den Gebrauch bestimmter Begrüßungs- und Abschiedsformeln (Schwantuschke 2014: 210). Außerdem wird der Textrezipient an vielen Stellen der Texte dazu ermuntert, Kontakt zum Arzt aufzunehmen oder direkt einen Termin bei ihm zu vereinbaren. Dazu dienen vor allem konditionale Strukturen, Frage- oder Imperativsätze. Um die Distanz zwischen dem Textproduzenten und -rezipienten abzubauen, bemühen sich die Schreibenden darum, Formulierungen zu gebrauchen, die positive Emotionen wegen jemandes Besuches auf dem Profil oder des geplanten Besuches in der Praxis ausdrücken. Dabei wird in den Texten vielerorts unterstrichen, dass die Entscheidung, diesen Arzt zu wählen, in den Händen des Textrezipienten – des potenziellen Patienten – liegt. In diesem Sinne übernimmt der Lesende die Rolle des Entscheidungsträgers (Schwantuschke 2014: 210).

Fandrych/Thurmair (2011: 29–33) unterscheiden auf der Grundlage von den angesetzten Textfunktionen drei große Gruppen von Texten, d. h. wissensbezogene, handlungsbeeinflussende und handlungspräformierende sowie expressiv-soziale, sinnsuchende Texte. Die Analyse der Texte zeigt, dass sie sich schwer einer Gruppe zuordnen lassen. In den Texten dominiert zwar die wissenstradierende Funktion, es muss aber darauf hingewiesen werden, dass sie auch darauf abzielen, Meinungen und Handlungen des Textrezipienten zu beeinflussen und sich selbst durch eine bestimmte Identitätsstiftung sowie einen guten Kontakt zum Leser darzustellen.

3.3. Thema, Textstruktur und sprachliche Ausgestaltung

Mit dem funktionalen Potenzial von Textsorten ist die Frage ihrer Thematik verbunden. Den Kerninhalt der zu besprechenden Texte bilden die Vorstellung des Arztes und seiner Praxis

sowie die Beschreibung seiner Leistungen und seines medizinischen Konzepts. Das Thema kann bereits an der Überschrift *Herzlich willkommen* erkannt werden. Da die Länge der Texte beschränkt ist, müssen einerseits die Informationen entsprechend selektiert werden. Andererseits müssen bestimmte Inhalte exponiert werden, um die Aufmerksamkeit des Textrezipienten zu steuern und auf positive Aspekte der Darstellung zu lenken. In Vorstellungstexten von Ärzten auf dem untersuchten Arztbewertungsportal wird somit mit der deskriptiven Vertextungsstrategie die argumentative Themenentfaltung kombiniert (Brinker 2010), mit der darauf abgezielt wird, den Textrezipienten zur Wahl des Arztes zu überzeugen.

Was die Textstruktur anbelangt, ist sie stark durch den äußeren Rahmen des Portals bestimmt und formalisiert. Sie umfasst Kurzsektionen wie Adresse, Leistungen, Weiterbildungen und Sektionen mit längeren Texten zu verschiedenen Themen (z. B. Leistungsspektrum, Team usw.). Durch die strukturellen Gliederungssignale, die vom Portal selbst bestimmt sind, wird teilweise der Inhalt eines jeweiligen Textsegments der Vorstellung festgelegt und damit werden gleichzeitig Elemente definiert, die für die Vorstellung als relevant angesehen werden.

Außer den bei der Besprechung der anderen Beschreibungsdimensionen genannten sprachlichen Mitteln gehören zu textsortenspezifischen sprachlichen Elementen¹³ auf den analysierten Ärzte-Profilen folgende:

- Referenzmittel auf den Textproduzenten (den Arzt) (Fandrych/Thurmair 2011: 42): Pronomen *ich*, Personenbezeichnungen, die auf medizinische Spezialisierungen und Funktionen referieren und in vielen Fällen eine Komponente der *als*-Phrase sind (Fandrych/Thurmair 2011: 43), z. B. *Als Facharzt für Allgemein Chirurgie habe ich mich auf die Orthopädie sowie die Unfallchirurgie spezialisiert*;
- das Besetzen des Vorfelds mit einem anderen Satzglied als dem Subjekt (um einerseits die ständige Wiederholung von *ich* zu vermeiden und den Text kreativer zu gestalten sowie andererseits bestimmte Informationen hervorzuheben) (Fandrych/Thurmair 2011: 44), z. B. *Ich bin Facharzt für Orthopädie und Unfallchirurgie. Einen wichtigen ergänzenden Schwerpunkt kann ich im Bereich der Sportmedizin bzw. der Sportorthopädie setzen*;
- komplexe Phrasen mit positiv wertenden Elementen, z. B. *eingespielte und engmaschige Betreuung, alle weitergehenden Maßnahmen im Bereich der konservativen Therapie und vor allem der hochentwickelten Gelenkchirurgie, die langjährige Expertise und Spezialisierung, meine jahrelange wissenschaftliche Tätigkeit, fundierte Kenntnisse*.

4. Schlussbemerkungen

Fandrych/Thurmair (2011: 36) betrachteten im Jahre 2011 die Vorstellungstexte als keine etablierte Textsorte. Die Autoren meinten, dass sich diese Textsorte mit der Verbreitung elektronischer Medien und mit der Möglichkeit, private und mit der beruflichen Tätigkeit zusammenhängende Webseiten einzurichten, entwickelt (Fandrych/Thurmair 2011: 38).

¹³ An dieser Stelle kann aus Raumgründen eine eingehende Analyse sprachlicher Mittel auf Ärzte-Profilen nicht erfolgen. Es wird lediglich auf ausgewählte sprachliche Erscheinungen hingewiesen.

Am Beispiel von Ärzte-Profilen auf Arztbewertungsportalen kann allerdings nach etwa 10 Jahren festgestellt werden, dass sich in diesem Bereich bestimmte Tendenzen in Bezug auf diese Textsorte herausgebildet haben. Die Vorstellungstexte können grundlegend als wissensvermittelnde Texte betrachtet werden, die darauf abzielen, Informationen über eine Person – hier über die Ärzte – an eine breite Öffentlichkeit zu vermitteln (Fandrych/Thurmair 2011: 36, 38). Die Texte werden dazu verfasst, die Identität des Arztes als einer ‚öffentlichen‘ Person zu konstruieren (Fandrych/Thurmair 2011: 38). Die Ärzte-Profile dienen folglich der Selbstdarstellung von Ärzten, die in einer öffentlichen Situation erfolgt und „im Zusammenhang mit einer angebotenen Leistung“ (Fandrych/Thurmair 2011: 38) steht. Die Vorstellungstexte realisieren neben der Informationsfunktion deutlich auch die appellative und phatische Funktion. Mit den Texten wird folglich nicht nur bezweckt, bestimmte Informationen über sich selbst zu verbreiten, sondern auch die Aufmerksamkeit des potentiellen Patienten auf sich zu ziehen und ihn davon zu überzeugen, einen Termin zu buchen. In diesem Sinne gehören zu obligatorischen Elementen, die auf den Profilen erscheinen, der Name des Arztes und der Arztpraxis, Adresse und Ausbildung. In den Texten werden sowohl Fakten dargestellt, die beispielsweise die Ausbildung, die absolvierten Weiterbildungen usw. betreffen, als auch persönliche Eigenschaften des Arztes erwähnt, die ihn in ein positives Licht stellen.

Literatur

- Adamzik, Kirsten (2004): *Textlinguistik. Eine einführende Darstellung*. Tübingen: Niemeyer.
- Bauer, Christina (2017): Arztbewertung: Portale werden immer wichtiger. In: *Ärzte Zeitung*. 150D, 6.
- Berner, Barbara (2014): Arztbewertungsportal. In: *Deutsches Ärzteblatt*. 6/111, 194.
- Brinker, Klaus (2010): *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden* (7. Aufl.). Berlin: Schmidt.
- Emmert, Martin / Sander, Uwe / Kolb, Benjamin / Meszmer, Nina (2017): Arztbewertungsportale: Die Kritik der Ärzte. In: *Deutsches Ärzteblatt*. 15/114, 731.
- Fandrych, Christian / Thurmair, Maria (2011): *Textsorten im Deutschen. Linguistische Analyse aus sprachdidaktischer Sicht*. Tübingen: Stauffenburg.
- Galla, Sven (2017): Recht: Arztbewertungsportale – Was erlaubt ist und was nicht. In: *Deutsches Ärzteblatt*. 13/114, 2.
- Harting, Axel (2010): Textmuster von E-Mail-Bitten in der Fremdsprache Deutsch: Einfluss mutter- und zielsprachlicher Textmuster. In: *Info DaF*. V. 4, 401–416.
- Heinemann, Wolfgang (2001): Textsorten der geschriebenen Sprache. In: Gerhard Helbig, Lutz Götze, Gert Henrici, Hans-Jürgen Krumm (Hg.): *Deutsch als Fremdsprache. Ein internationales Handbuch*. Berlin, New York: de Gruyter, 300–313.
- Jarosz, Józef (2017): *Grabinschrift – eine Textsorte im Wandel. Eine diachrone Analyse am deutschen epigraphischen Material 1790–2015*. Wrocław, Dresden: Oficyna Wydawnicza Atut.
- Klemm, Michael (2002): Ausgangspunkte: Jedem seinen Textbegriff? Textdefinitionen im Vergleich. In: Ulla Fix, Kirsten Adamzik, Gerd Antos, Michael Klemm: *Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage*. Frankfurt a. M.: Lang, 17–29.

- Krieg-Holz, Ulrike (2019): *Hallo Herr Professor und mit lieben Grüßen*. Zu Aspekten des Beziehungsmanagements an Textanfang und Textende. In: Ulrike Krieg-Holz, Christian Schütte (Hg.): *Textanfänge. Konzepte und Analysen aus linguistischer, literaturwissenschaftlicher und didaktischer Perspektive*. Berlin: Frank & Timme, 15–32.
- Krieg-Holz, Ulrike / Bülow, Lars (2019): Internet-Memes: Praktik oder Textsorte? In: Lars Bülow, Michael Johann (Hg.): *Politische Internet-Memes – Theoretische Herausforderungen und empirische Befunde*. Berlin: Frank & Timme, 89–114.
- Meier, Stefan (2016): Websites als multimodale digitale Texte. In: Nina-Maria Klug, Hartmut Stöckl (Hg.): *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*. Berlin, Boston: de Gruyter, 410–433.
- Mitternacht, Kerstin (2014): Bewertungsportale: Richtiger Umgang mit Schmähkritik. In: *Ärzte Zeitung*. 243D, 9.
- Mitternacht, Kerstin (2015): Arztbewertung: Gute Noten kommen nicht von alleine ins Web. In: *Ärzte Zeitung*. 115, 15.
- Sander, Thomas (2017): Erfolge sprechen sich herum – Maßnahmen zur Patientengewinnung. In: Thomas Sander (Hg.): *Meine Zahnarztpraxis – Marketing*. Berlin, Heidelberg: Springer, 77–101.
- Schwantuschke, Franziska (2014): Motivationsschreiben im Deutschen: Eine textlinguistische Betrachtung. In: *Pandaemonium*. V. 17, N. 24, 198–215.
- Thurmair, Maria (2010): Textsorten. In: Hans-Jürgen Krumm, Christian Fandrych (Hg.): *Deutsch als Fremd- und Zweitsprache: ein internationales Handbuch*. Bd. 35.1, Berlin: de Gruyter Mouton, 284–293.
- Wilkat, Anja (2017): Negativurteile: Die aktuelle Rechtslage zu Arztbewertungsportalen. In: *Deutsches Ärzteblatt*. 37/114, 2228.