

Textsorte „Zooführer“: nicht nur über Tiere. Linguostilistische Charakteristika von Werbeanzeigen, Vorwort und Verhaltensordnung in deutschsprachigen Zooführern

Im vorliegenden Beitrag werden einzelne Forschungsergebnisse der 2020 verfassten Dissertation vorgestellt, die den stilistischen Besonderheiten von Texten deutschsprachiger Zooführer gewidmet ist. Die Analyse beruht auf den Grundlagen pragmatischer Stilistik und erfolgt mithilfe des integrativen Ansatzes (Brinker 2014, Adamzik 2016) bzw. des Mehrebenenmodells von Heinemann/Heinemann (2002), sodass kontextuelle, inhaltliche, funktionale und strukturelle Textmerkmale in ihrer Ganzheit beschrieben werden. Die Analyse ermöglicht, Stilstruktur deutschsprachiger Zooführer zu ermitteln, wobei der Stil als Komplex von Elementen auf verschiedenen Textebenen verstanden wird. Der Untersuchung liegt ein umfassendes Material zugrunde: Zooführer vom Zoo Berlin, Leipzig, Hannover und Tiergarten Schönbrunn im Zeitraum zwischen 1799 und 2013. Aufgrund vom Textsortenwandel im Handlungsbereich „Zoologischer Garten“ und Übergang von Zooführern zu den Informationsquellen auf dem Zoogelände selbst (Gehegeschilder, Tafeln, Flyer, Faltblätter), im Internet und in Apps können Zooführer als bedrohte Textsorte bezeichnet werden. Zooführer begleiten die Zoogeschichte seit ihren Anfängen, sie wurden aber bis zur oben erwähnten Dissertation keiner sprachwissenschaftlichen Untersuchung unterzogen. Erwartungsgemäß liefern Zooführer Wegbeschreibung und Informationen zu Tieren, Anlagen und Unterhaltungen im Zoo, enthalten aber auch weitere Elemente einer Textmakrostruktur. Der Beitrag befasst sich mit der Analyse von „Werbeanzeige“, „Vorwort“ und „Reglement“ (Verhaltensordnung im Zoo) und erschließt ihre spezifischen linguostilistischen Charakteristika und intertextuelle Beziehungen in der Textsorte „Zooführer“.

Schlüsselwörter: Zooführer, Pragmastilistik, Sprachhandlung, Textmakrostruktur

“Zoo guidebook” Genre: it Is not Just about Animals. Linguostylistic Characteristics of Advertising Messages, Introduction and Rules of Visitors’ Behaviour in German Zoo Guidebooks

This paper presents selected results of the dissertation which deals with stylistic peculiarities of German zoo guidebooks. The research was carried out within the framework of the German pragmatic stylistics paradigm and based on an integrative approach (Brinker 2014, Adamzik 2016) and the multilevel model of text description by Heinemann/Heinemann (2002), according to which contextual, thematic, functional and structural features of the text are described and stylistic structure is identified. Language means appear as indicators of themes and functions of the text. This research was based on zoo guidebooks from Berlin, Leipzig, Vienna and Hannover zoos in the period from 1799 to 2013. Zoo guidebooks can be described as an “endangered” text type due to the tendency to abandon zoo guidebooks in favour of information sources in zoos, Internet and apps. Zoo guidebooks have accompanied zoo history since the very beginning, but they had not served as a research object in any linguistic study until the above-mentioned dissertation was written. Zoo guidebooks provide information about animals, objects and entertainment on the territory of the zoo; they also contain other compulsory components of the text macrostructure. In the paper the

author analyses specific linguostylistic characteristics of “advertising messages”, “introduction” and “visitors’ regulations” (“rules of visitors’ behaviour”) and intertextual relations between these texts.

Keywords: zoo guidebook, pragmatic stylistics, speech act, macrostructure of text

Author: Iryna Gaman, Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, 37, Prospekt Peremohy, 03056 Kyiv, Ukraine, e-mail: sternchen_87@ukr.net

Received: 5.12.2022

Accepted: 20.3.2023

1. Einleitung

Zoologische Gärten fungieren als institutionell organisierte Vermittler zwischen Menschen und Tierwelt, indem sie den Zugang zu einer Live-Beobachtung der Tiere gewähren. Dabei erfolgt der Wissenstransfer über die verschiedensten Aspekte ihrer Existenz in einem breiten Spektrum an Informationsquellen. Zu diesen gehören Zeitschriften, Flyer, Broschüren (z. B. mit dem Fokus auf spezielle Themen wie Artensterben, verbunden mit dem Aufruf zur Übernahme von Tierpatenschaften), Internetseiten von Zoos und in der Buchform herausgegebene Zooführer. Eine aktive Digitalisierung (beispielsweise in Form von Apps für Smartphones mit Zooplänen und Angaben zu den Tieren) und interaktiv gestaltete Informationsangebote (Geheschilder, Schautafeln) tragen zum Verlust des Stellenwerts von Zooführern für Besucher bei. Nichtsdestotrotz werden in vielen deutschen Zoos Zooführer herausgegeben, die als integraler Bestandteil der Institution „Zoo“ gelten.

In Zooführern sind die Traditionen jahrzehntelanger Geschichte verankert, weil die ersten Exemplare kurz nach der Entstehung bürgerlicher Zoos in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts erschienen sind und der Volksbildung dienen sollten (vgl. Dittrich/Rieke-Müller/von Engelhardt 2001: 86). Auf die Entwicklung der Zooführer als Textsorte haben motivierend verschiedene Formen der Information für Wandermenagerie-Besucher (Tafeln, Tableaus, Broschüren) gewirkt. Sie gelten als Vortextsorten der Zooführer bzw. die Textsorten „deren Exemplare typischerweise modellbildend, subsidiär oder motivierend für die Produktion von Exemplaren der beschriebenen Textsorten sind“ (Klein 2000: 753).

Das Ziel des Beitrags¹ ist es, auf der Basis umfangreichen Materials eine Vorstellung von der typischen Struktur der Textsorte „Zooführer“ zu gewinnen und die linguostilistischen Charakteristika der Teiltexthe mittels textsortenanalytischer Methoden zu rekonstruieren. Dieser Untersuchung wurden 33 Zooführer aus unterschiedlichen regionalen Räumen (Zoos in Berlin, Leipzig, Hannover und Tiergarten Schönbrunn) im Zeitraum zwischen 1799 bis 2013 unterzogen. Die Gesamtzahl der analysierten Zooführer verteilte sich ungleichmäßig unter den Zoos, was auf die Möglichkeiten des Zugangs zu den ersten Zooführern zurückzuführen ist. Bei den Wiener, Leipziger

¹ Der vorliegende Beitrag ist Teil einer groß angelegten Untersuchung von deutschsprachigen Zooführern mittels des integrativen Ansatzes zur Textanalyse (vgl. Iryna Gaman „Linguostilistische Charakteristika von Texten deutschsprachiger Zooführer“, 2020, Ukrainisch).

und Berliner Zoos standen Exemplare von der Gründung bis zu den letzten Ausgaben 2000er Jahre zur Verfügung, beim Zoo Hannover stammen die Zooführer aus dem Zeitraum nach den 1950er Jahren. Ziel der Arbeit ist dennoch nicht die Vollerhebung aller zugänglichen Zooführer oder die Fokussierung auf einen bestimmten Zeitraum bzw. einzelne Zoos, sondern es geht um eine repräsentative Auswahl an Zooführern, die einen Überblick über die linguostilistischen Besonderheiten der Textsorte geben kann. Die Zooführer wurden nach dem relativ flexiblen Prinzip „ein Exemplar pro Jahrzehnt“ für jeden Zoo ausgewählt, dabei insbesondere unter Berücksichtigung des Zoodirektoren-Wechsels, der hypothetisch zur Änderung der Gestaltung von Zooführern führt.

Die Untersuchung stützt sich auf den Ansatz von Brinker (2014), der situative, funktionale und strukturelle Faktoren berücksichtigt (vgl. Brinker 2014: 147) bzw. das Mehrebenen-Modell von Heinemann/Heinemann (2002), das die kommunikative Funktion, situative Bedingungen, thematische Aspekte und sprachliche sowie non-verbale Elemente einbezieht (vgl. Heinemann/Heinemann 2002: 144). Die Beschreibung der Teiltexthe von Zooführern betrifft Binnenstrukturierung und typische Formulierungsmuster als Indikatoren von Themen und Funktionen.

Aus textlinguistischer Sicht unterscheidet man im Rahmen der internen Textorganisation eine thematische und eine formale Makrostruktur (Textkomposition, größere als einen Satz umfassende Textelemente) mit den Gliederungssignalen (vgl. Stein 2003: 61). Als eine abgeschlossene Ganzheit hat der Text eine hierarchische Struktur und besteht aus thematisch-funktionalen Teiltexthen, die voneinander sowohl inhaltlich als auch graphisch getrennt sind. Innerhalb der Teiltexthe werden weitere kleinere Teiltexthe-segmente ausdifferenziert (vgl. Adamzik 2016: 277). Jedem Teiltexthe ist ein (Unter)thema und eine (Unter)funktion immanent, die dem Hauptthema und der Hauptfunktion des Textes als Ganzem untergeordnet sind.

Der Teiltexthe zur Beschreibung der Tiere, Anlagen und Unterhaltungsangebote im Zoo gilt als obligatorisch und umfasst von 85 % bis 97 % des Gesamtumfangs von einem Zooführer (berechnet nach der Seitenzahl). Zu den Teiltexthen, die den Hauptteiltexthe einrahmen, gehören: Inhalt/Tierregister, historischer Teiltexthe (Beschreibung der Geschichte des Zoos), Reglement (Verhaltensordnung im Zoo), Vorwort und Werbeanzeigen. Im Weiteren werden Werbeanzeige, Vorwort und Reglement betrachtet. Im Gegensatz zum Inhalt und historischen Textteil sind diese drei Textteile der Zooführer viel stärker leserbezogen. Am Beispiel des Vorworts und Reglements lassen sich die Besonderheiten der Autor-Rezipient-Konstellation erkennen. Die Analyse von Werbeanzeigen veranschaulicht unter anderem, in welcher Relation Texte, die auf den ersten Blick keine Verbindung mit anderen Texten aufweisen, in einem „Textkonglomerat“ (Adamzik 2011: 376) vorkommen können. Diese Textteile vertreten verschiedene Textsorten und tragen durch ihre Angrenzungsbeziehungen zur Kohärenz des ganzen Textes bei. Der Text kann als Makrotext angesehen werden, der andere funktional zusammenhängende (Mikro)texte umfasst (vgl. Blühdorn 2006:

281). Folgende Tabelle zeigt den Anteil der Zooführer mit jeweiligen Textteilen an der Gesamtzahl der analysierten Exemplare².

	Werbung	Vorwort	Reglement
ZF ³ Zoo Berlin 1851, 1889, 1903, 1914, 1925, 1936, 1951, 1958, 1975, 1987, 2003, 2007 (12 Exemplare)	10/12	6/12	7/12
ZF Tiergarten Schönbrunn 1799, 1875, 1898, 1912, 1937, 1962, 1981, 2002, 2010 (9 Exemplare)	2/9	5/9	1/9
ZF Zoo Leipzig 1883, 1907, 1957, 1963, 1978, 1998, 2003, 2013 (8 Exemplare)	3/8	7/8	4/8
ZF Zoo Hannover 1975, 1980, 1997, 2002 (4 Exemplare)	3/4	4/4	2/4
	18/33	22/33	14/33

Tab. 1. Zahlenmäßige Häufigkeit von Textteilen in den untersuchten Zooführern

2. Werbeanzeigen in deutschsprachigen Zooführern

Die Zooführer beinhalten Werbeanzeigen, deren Umfang von drei Zeilen im unteren Teil der Seite (ZF Zoo Berlin 1851: 24) bis 20 Seiten (ZF Zoo Berlin: 2003) variiert. In den älteren Exemplaren können auf einer Seite bis zu sechs verschiedenen Werbeanzeigen platziert werden. Die Werbeanzeigen finden sich vor und nach den anderen Teiltexen (auch auf den Umschlagseiten), in fünf Exemplaren werden sie in den Haupttextteil eingeschoben. Im Vergleich zu anderen Teiltexen verfügen die Werbeanzeigen über den geringsten Informationswert. Nichtsdestotrotz sollte man die Wahl von Werbeobjekten und die Gestaltung der Anzeigen nicht kleinreden, da Überfluss, schlechte Qualität und Geschmacklosigkeit der Werbung zum Imageverlust eines Zoos führen können. In den älteren Exemplaren werden Werbeanzeigen für Verlage, Krankenversicherungs-, Bau- und Reparaturunternehmen, Banken, Gastronomie (Restaurants, Wein- und Fleischhandlungen, Backhäuser, Brauereien), Werkstätte für Jagddekoration und Tier- bzw. Tierfutterhandlung veröffentlicht. In den neueren Zooführern findet man Werbetexte von bekannten und renommierten Unternehmen (z. B. TUI, Swarovski, Allianz, Langnese, Mercedes-Benz).

Ein Zoologischer Garten als Privatunternehmen deckt die Ausgaben aus eigenen Einnahmen wie Ticketverkauf, kostenpflichtige Unterhaltungsangebote, Restaurants

² Im Beitrag werden Zooführer in die älteren (zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts – 1945) und in die neueren Exemplare (1945–2000er) eingeteilt.

³ Aus Gründen der Lesefreundlichkeit wird folgende Zitiertechnik benutzt: das Kürzel ZF (Zooführer) mit dem Namen vom Zoo und dem Erscheinungsjahr des Zooführers, was auf die Einträge in der Bibliographie verweist, z. B. ZF Zoo Berlin 1958 = Wegweiser durch den Zoologischen Garten Berlin. Bearbeitet von dem wissenschaftlichen Direktor Dr. Heinz-Georg Klös. Berlin: Aktien-Verein des Zoologischen Gartens zu Berlin, 1958. Print. In der Bibliographie sind die Zooführer nach Zugehörigkeit zum Zoo geordnet.

auf dem Gelände usw. Werbeauftraggeber sehen im Zooführer ein vorteilhaftes Werbemittel, weil es an ein heterogenes Zielpublikum adressiert ist und das hohe Ansehen eines Zoos einen Vertrauensvorschuss für geworbene Produkte und Dienstleistungen in der Werbung gibt. Bereits bei einem flüchtigen Blick fällt die Bemühung der Autoren von Zooführern auf, eine auf die Tierwelt bezogene Werbung zu platzieren und aufdringliche Werbung zu vermeiden.

Besonders nachvollziehbar stellt sich die Werbung von Sponsoren und Tierpaten exotischer Tiere dar. Die Zooführer vom Berliner Zoo enthielten im Laufe von mehr als 15 Jahren die gleiche Werbeanzeige von zwei bekannten Unternehmen, die dem Zoo die Löwin und die Elefanten geschenkt hatten. Folgende Belege veranschaulichen, wie die geschickte Verwendung der Text-Bild-Kombination Akzeptanz und Respekt vor dem Unternehmen hervorruft.



Abb. 1. Werbung der Likörfabrik „Heinrich“ (ZF Zoo Berlin 1951: 1)



Abb. 2. Werbung der Aktiengesellschaft „Carl Mampe“ (ZF Zoo Berlin 1958: 13)

Werbung der Likörfabrik „Heinrich“: *Heinrich, die Löwin im Berliner Zoo wurde am 11.8.1950 von den Stadtvätern feierlich getauft. Sie ist das Geschenk der Likörfabrik C. K. Heinrich an die Berliner und bekannt als das Wappentier der Heinrich-Liköre. Alle „Heinrichs“ sind einander ebenbürtig in Charakter und Eigenart. Sie sind da zur Freude der Berliner, um ihre Feierstunden zu verschönern* (ZF Zoo Berlin 1951: 1).

Werbung der Aktiengesellschaft „Carl Mampe“: *Carl und Mampe die beiden Lieblinge der Berliner aus den zwanziger Jahren, gestiftet von der CARL MAMPE AKTIENGESELLSCHAFT BERLIN* (ZF Zoo Berlin 1958: 13).

Die Tierarten (die Löwin und der Elefant) waren langjährige Markenzeichen der Unternehmen, wodurch auch die Popularität des Zoos gefördert wurde (zumindest bei

den Verbrauchern, denen die Geschichte der Tiere bekannt war). Neben der Informationsfunktion spricht diese Werbung den Empfänger emotional an. In diesen Werbeanzeigen überwiegt ein sachlicher Informationston. Der emotionale Einfluss wird durch die Nennung von Fakten erreicht, die beim Leser Akzeptanz und Aufregung vor dem Wiedersehen des Tieres im Zoo wecken sollen. Eine strukturelle Komponente, der Slogan *Heinrich-Liköre verschönern jede Stunde*, enthält Informationen ausschließlich über das Werbeobjekt, aber der Hinweis auf den Namen des Tieres, gleich dem Likörnamen, kann als zusätzliche Motivation zum Produktkauf angesehen werden.

Ein weiteres für beide Werbeanzeigen typisches Merkmal ist die Fokussierung auf einen durch den Wohnort bestimmten Zielverbraucher, dessen Weltbild von der traditionsreichen Stadt maßgeblich geprägt wird. Durch die Werbeanzeigen identifiziert sich der Verbraucher mit der Stadt und dem Zoo als einer der hervorragendsten Einrichtungen.

Ein anderes Beispiel von typischen Werbeanzeigen in den Zooführern betrifft eine lakonisch gefasste Werbung mit faktischen Informationen und einer neutralen Lexik ohne Imperativ, Superlativ und Metapher: *Abdichtung der Wasserbecken, Asphaltarbeiten, Dacheindeckungen, Terrassenbelege im Zoo und Aquarium führte MALCHOWBAU aus. Berlin-Tempelhof 1. Saalburgstr. 1* (ZF Zoo Berlin 1958: 79). Die Werbung für Dienstleistungen der Baufirma enthält die Auflistung der bereits ausgeführten Arbeiten, deren Qualität vor Ort im Zoo bewertet werden kann, und suggeriert die gut durchdachte Kaufentscheidung des Verbrauchers. Der Hinweis auf den Zoo als Auftraggeber soll Vertrauen wecken und zum Kauf inspirieren.

Ein Tier wird in die Werbeanzeige einbezogen, indem seine Abbildung zur Veranschaulichung des Geschriebenen benutzt wird. Ein Beispiel ist die Werbung der Stadtwerke Leipzig: *Energie ist Lebendigkeit. Sport, Familien und Kultur sind zentrale Themen, die wir mit Leidenschaft fördern: Unsere Energie für Leipzig. Stadtwerke Leipzig, Gold-Sponsor des Zoo Leipzig* (ZF Zoo Leipzig 2013: 91). Die Werbung hat als Hintergrund das Bild eines Orang-Utans mit einem Baby, der die im sprachlichen Teil der Werbung angegebenen Charakteristika „Lebendigkeit, Energie, Familienfürsorge“ personifiziert.

In der Werbung wird auch auf die graphische Repräsentation der Konzepte zurückgegriffen. Das folgende Beispiel zeigt das Bild eines Mercedes-Benz hinter Gittern, das die Konzepte „Gefahr“ und „Kraft“ veranschaulicht und durch die provokative Überschrift verstärkt *A wie Angriff* wird (Zoo Leipzig 2013: 89).

Typischerweise werden Werbeanzeigen auf den ersten und letzten Seiten der untersuchten Zooführer platziert. Das einzige Beispiel für eine unmittelbare Aneinanderreihung des Werbetextes an den Hauptteiltext findet sich im Zooführer des Berliner Zoos der 1980er-Jahre. Der Werbetext eines Reisebüros folgt dem metakommunikativ und graphisch markierten Ende des Hauptteiltextes *...zum Abschied ein herzliches „Auf Wiedersehen“! Freunde unseres Gartens, die Tiere nicht nur bei uns, sondern auch in ihrem angestammten Lebensraum kennenlernen möchten, seien darauf hingewiesen,*

dass wir alljährlich mehrere Foto-Safaris in die wichtigsten Wildschutzgebiete vieler Erdteile gemeinsam mit den Windrose-Fernreisen, 1 Berlin, 202 veranstalten. Interessenten mögen sich bitte mit diesem Reisebüro in Verbindung setzen (ZF Zoo Berlin 1987: 152). Expressive Syntax und Lexik erübrigen sich durch den interesseweckenden Inhalt der Werbung: man weist auf die Möglichkeit hin, exotische Tiere auf einer Safari zu sehen.

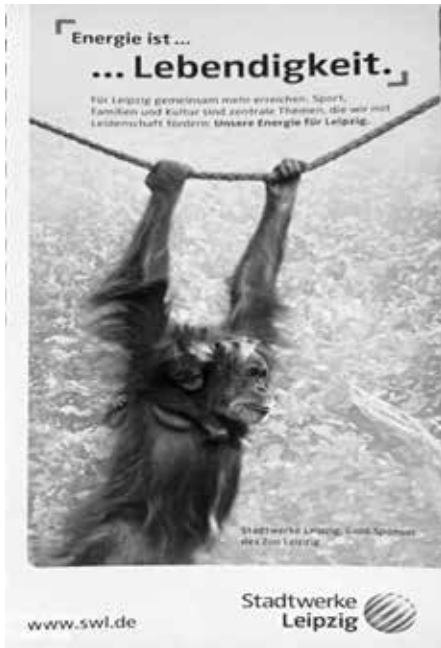


Abb. 3. Tiermotivik in der Werbung (ZF Zoo Leipzig 2013: 91)



Abb. 4. Konzeptrepräsentation mit animalistischen Motiven (ZF Zoo Leipzig 2013: 89)

Aus finanziellen Gründen ist die Aufnahme der Werbetexte in den Zooführern ein erzwungener Schritt des Zoos. Um Auffälligkeit der Werbung abzuschwächen, bemühen sich die Autoren um eine möglichst gelungene Integration der Werbung in die Textwelt des Zooführers. Die Angabe faktischer Informationen und sachlicher Argumente für ein beworbenes Objekt soll den manipulativen Einfluss der Werbung verschleiern. Die Einbeziehung eines Tieres in die Werbung erfolgt durch Verwendung von Tierfotos. Dabei verhält sich die Text-Bild-Kombination komplementär oder das Bild tritt als Repräsentation eines Konzeptes auf und erfüllt eine narrative Funktion. Das Aufgreifen von solchen Inhaltselementen wie Tiernamen und Anlagenbezeichnungen aus dem Haupttextteil sowie das Erscheinen vom Zoo-Logo in der Werbung veranschaulicht die intertextuelle Beziehung zwischen den Teiltexen. Außer üblicher Platzierung von Werbeanzeigen auf den ersten und letzten Seiten des Zooführers finden sie sich auch unmittelbar im Hauptteiltext. Diese Variante trifft insbesondere

auf durch expressive Lexik gekennzeichnete Werbung von Unterhaltungsangeboten im Zoo (Gastronomie, Souveniershops, Ausrichtung von Feierlichkeiten) zu. Neben der Informations- und Unterhaltungsfunktion soll die Werbung in den Zooführern die Vorstellung von einem Zoo als einer soliden und anständigen Institution bekräftigen und dazu beitragen, dass sich potenzielle Konsumenten in der Kaufentscheidung bestätigt fühlen.

3. Vorwort in deutschsprachigen Zooführern

Unter einem „Vorwort“ wird ein Text über Text verstanden bzw. Metatext nach van Dijk (1980: 157). Vorwort wird auch als Paratext, ein Text zur Rezeptionssteuerung von Text angesehen (vgl. Genette 2001: 4). Das Vorwort in den analysierten Zooführern liefert Erklärungen und Kommentare zum Inhalt und zur Rezeption des weiteren Textes sowie zur Relevanz des Themas, um den Rezipienten zur Textwahrnehmung anzuregen und falsche Interpretationen zu vermeiden. Einerseits ist das Vorwort dem Hauptteiltext untergeordnet, andererseits gilt es als eigenständiger ganzheitlicher Text mit eigenen Funktionen. Zu den funktionalen Komponenten des Vorworts gehören Begrüßungsformel, Hauptteil mit variierendem Inhalt, finale Formulierungen bzw. Wünsche.

Ein Vorwort findet sich schon in den ersten Zooführern. Wie die angeführten Beispiele veranschaulichen, liefert es Hinweise zur Rezeption des ganzen Textes: *Dieser Führer/Dieses Büchlein will wirklich nur ein «Führer»/Wegweiser sein. Sein Zweck und Ziel ist einzig und allein, den Besucher des Gartens zu führen/leiten, dass er auf dem richtigen, kürzesten Wege zu allen Tieranlagen hingelangt und den ganzen Inhalt des Gartens kennenlernt* (ZF Zoo Berlin 1889: 1) oder einzelner Teiltexthe: *Sollte das eine oder andere im Führer aufgeführte Tier an der darin angegebenen Stelle nicht zu finden sein, so ist dasselbe entweder nicht mehr im Garten vorhanden, oder an eine andere Stelle gebracht worden* (ZF Zoo Leipzig 1883: 2) *bei jenen Thieren, von denen sich verschiedene Gattungen und Arten in einem Raum befinden, habe ich durch Bezeichnung ihrer Merkmale die Erkennung derselben zu ermöglichen versucht* (ZF Tiergarten Schönbrunn 1875: 2). Im Vorwort werden auch die Prinzipien der Informationsauswahl erklärt: *[...] diese gewöhnlichen Arten nur zu nennen, um unseren «Führer» nicht anschwellen zu lassen. Dagegen haben wir uns bemüht, den ungewöhnlichen, in der Literatur weniger leicht auffindbaren Arten [...] einige Worte zu widmen* (ZF Zoo Berlin 1889: 2). Die Überschrift *Vorbemerkungen / Zur Orientierung / Vorwort* gilt als Gliederungssignal.

Als rahmenbildendes Element fungieren in den neueren Exemplaren ritualisierte Grußformeln. Der Zoodirektor als Autor des Vorwortes identifiziert sich durch Unterschrift, Vornamen, Namen und Amtsbezeichnung. Im Gegensatz zu juristischen Texten, in denen eine Unterschrift zur Bestätigung von Befugnissen der Amtspersonen gesetzt wird und Dokumenten juristische Kraft verleiht, trägt die Unterschrift im

Vorwort zur Intimisierung der Kommunikation bzw. zur größeren Nähe zwischen Autor und Rezipienten bei, z. B.: *Herzlichst Ihr K. M. Machens* (ZF Zoo Hannover 1997: 1). Der Zoodirektor stellt sich durch die eigenhändige Unterschrift (graphisches Bild) und ein Foto als eine konkrete Person dar, deren positives Image mittels freundlichen Lächelns und eines in den Händen gehaltenen niedlichen Tieres geschaffen wird. Der Hinweis auf den Doktorgrad vor dem Namen hat eine vertrauens- und respekterzeugende Funktion. Die Begrüßung *Liebe Gäste! Liebe Besucher!* fördert mittels des Adjektivs *liebe* eine weitere Verschiebung im Nähe-Distanz-Verhältnis.

Als Anfangselement gilt im Vorwort die Begrüßungsformel erweitert durch nachgestellte, sloganartige und persuasiv wirkende Eigentümlichkeiten. Wie angeführte Beispiele illustrieren, werden die Unterscheidungsmerkmale des Zoos hervorgehoben: *Willkommen im Zoo Leipzig, einem der ältesten Zoos der Welt* (ZF Zoo Leipzig 2003: 2); *Herzlich willkommen im Tiergarten Schönbrunn, dem ältesten Zoo der Welt!* (ZF Tiergarten Schönbrunn 2010: 3); *Herzlich willkommen in einem der ältesten und traditionsreichsten Zoos der Welt. Und herzlich willkommen im Zoo der Zukunft – im Erlebnis-Zoo Hannover!* (ZF Zoo Hannover 1997: 1). Die Merkmale *alt* und *neu* werden nicht entgegengestellt, sondern addiert, was zwei konzeptionelle Tätigkeitsrichtungen des Zoos offenbart: Aufbewahrung von Traditionen und Modernisierung. Die Superlative (teils relativiert durch Konstruktion wie *einer der*) dienen zur Anregung, den Zoo als Ort der Freizeitgestaltung zu wählen. Abgeschlossen wird das Vorwort mit den Wünschen eines kollektiven „Wir“, die der Zoodirektor als Autor des Vorworts äußert. Als Amtsperson ist er befugt, die Sprachhandlungen „Begrüßen“, „Versprechen“ und „Wünschen“ zu tätigen: *Wir wünschen Ihnen spannende Entdeckungen, faszinierende Beobachtungen und einen unvergesslichen Tag im Zoo Leipzig* (ZF Zoo Leipzig 2013: 1); *Viel Spaß mit dem neuen Entdecker-Handbuch!* (ZF Zoo Hannover 1997: 2).

Ein wichtiges funktionales Element des Vorworts ist der Hauptteil, der in Abhängigkeit von der kommunikativen Absicht des Autors variiert. Während im Hauptteil der älteren Zooführer die Hinweise zur Textrezeption gegeben werden, erfüllt dieser Teil in den neueren Exemplaren eine informative und appellative Funktion. Für die Zoologischen Gärten, die einen konzeptionellen Wandel erlebt haben bzw. zu einem Erlebnis-Zoo umgestaltet wurden und einer maßgeblichen Erneuerung unterzogen waren (Schaffung von groß angelegten, natürlichen Lebensräumen imitierenden „Welten“), erweist sich die Auflistung von umgebauten und modernisierten Anlagen auf dem Zoogelände auch im Vorwort der Zooführer als eine die Attraktivität erhöhende Information. In den 2000er Jahren greift man im Hauptteil zu Kontrasten als Stilmittel, z. B.: *Statt Beton, Stahl und Fliesen prägen heute weitläufige Savannen, schützende Baumbestände und großzügige Wasserläufe einen Großteil des Geländes. Mit Pongoland, der Kiwara-Savanne, der Tiger-Taiga, dem Elefantentempel Ganesha Mandir und der Tropenerlebnisswelt Gondwanaland sind zahlreiche zukunftsweisende Projekte umgesetzt* (ZF Zoo Leipzig 2013: 5) und gebraucht Erzählen als kommunikative Praktik,

um konsequent über die Veränderungen im Zoo zu informieren. Die retrospektivische Übersicht wird mit solchen Mitteln wie Präteritum, Zahlen zur Bezeichnung von Jahren und temporalen Ausdrücken realisiert: *Noch 1994 war es eine Vision: wir wollten Menschen für Tiere begeistern! Wir hatten nur fünf Jahre Zeit, investierten rund 100 Millionen D-Mark und hatten den Umbau bei laufendem Betrieb zu bewältigen. Im April 1995 wurde der Erlebnis-Zoo Hannover als Projekt der Weltausstellung registriert. Bereits im selben Jahr konnten Sie die Umsetzung erleben: [...]. In nur fünf Jahren wandelten wir den traditionellen Tierpark zu einem der attraktivsten Zoos der Welt!* (ZF Zoo Hannover 2002: 2–3). Die Textpassage informiert über den Weg von einer Idee bis zu ihrer erfolgreichen Realisierung, die im Lexem *Umsetzung* versprochen wird. Die „Anhäufung“ von Bezeichnungen für neue Anlagen weist auf die Intensivität der Modernisierung vom Zoogelände hin.

Seit den 2000er-Jahren findet sich im Vorwort der Zooführer vom Tiergarten Schönbrunn als Hauptkomponente des Vorworts eine knappe Darstellung der Zoogeschichte, in der Einmaligkeit und Alleinstellungsmerkmal des Zoos betont werden: *Das Zusammenspiel von historischen Elementen und modernen Anlagen macht den besonderen Charme des Tiergartens Schönbrunn aus* (ZF Tiergarten Schönbrunn 2010: 2). Mittels der Lexeme mit dem gemeinsamen Semem 'raffiniert, erlesen' *Charme, kaiserliche Familie, adelige Gäste, das imperiale Ambiente, ausgesuchte Speisen* wird eine Isotopieebene für die Abbildung der Atmosphäre im Zoo geschaffen.

Der Hinweis auf die Ziele des Zoos ist ein verbindliches Element im Vorwort, wie folgende Beispiele belegen: *Der Zoo möchte seine Besucher dafür aufschließen, die Natur einschließlich ihrer Tiere zu schützen und damit eine Umwelt gestalten und erhalten zu helfen, die des Menschen würdig ist. Sie werden bei uns die belebte Natur kennen und verstehen lernen* (ZF Zoo Leipzig 1978: 3); *Unser vorrangiges Ziel ist es, die Besucher für die Schönheit der Tier- und Pflanzenwelt zu begeistern* (ZF Tiergarten Schönbrunn 2010: 3); *Die Tiere und Mitarbeiter des Hannover Zoos möchten Sie für ein neues Miteinander von Mensch und Tier begeistern* (ZF Zoo Hannover 1997: 2). Mittels der postulierten Ziele tragen die Autoren zur Wertebildung für eine empathische Mensch-Natur-Beziehung bzw. Natur- und Artenschutz bei und versuchen, *rational Bereicherung des Wissens und emotional zoologische Faszination, Begeisterung, spannende Erlebnisführungen, Freude* auf den Rezipienten einzuwirken.

Als Mittel expressiver Markierung fungieren lexikalische und syntaktische Wiederholungen. Mittels Wortwiederholung wird die Notwendigkeit der Zusammenwirkung für Naturschutzziele akzentuiert: *Wir Menschen wollen eingebettet sein in der Vielfalt des Lebens [...]. Wir Menschen brauchen sie auch, um zu überleben* (ZF Tiergarten Schönbrunn 2002: 4). Syntaktische Wiederholungen veranschaulichen die Phasen einer Aktivität, die in der Teilnahme am Leben der Institution resultiert: *wenn Sie Lust haben, an der Entwicklung des Leipziger Zoos aktiv Anteil zu nehmen, dann lesen Sie unsere Zoozeitschrift «Panthera», dann werden Sie Mitglied des Freundeskreises, dann informieren Sie sich über das Veranstaltungsangebot unserer Zooschule* (ZF Zoo Leipzig

1978: 4). Die Beschreibung der Rolle des Zoos im Vorwort hat auch eine bewertende Funktion und verleiht dem Lexem *Zoo* eine positive Konnotation. Für die Anregung des Rezipienten, bestimmte Handlungen zu tätigen und Ansichten zu ändern, werden auch Argumente angeführt. Der Argumentationskomplex kann in lakonischer Form in einem Satz mit syntaktischen und lexikalischen Wiederholungen ausgedrückt werden, wobei eine expressive Dynamik und ein entsprechender Satzrhythmus den Rezipienten ermuntern, Zootiere kennenzulernen: „*Nur was Menschen kennen, können sie lieben. Nur was Menschen lieben, werden sie schützen*“. *Diese kurzen Sätze bringen die Philosophie des Hannover Zoos auf den Punkt* (ZF Zoo Hannover 2002: 3).

Im Vorwort als Metatext werden in den neueren Exemplaren die Funktionen der Zooführer beschrieben, indem man sich der aus den älteren Exemplaren bekannten verbalen Konstruktion *soll helfen/dienen* mit dem Demonstrativpronomen *dieser* bedient. Wie folgende Beispiele veranschaulichen, wird auf informierende und orientierende Funktionen des Zooführers hingewiesen: *Dieser Führer soll Ihnen helfen, mehr über das Anliegen unseres Zoos, seine Bewohner, Gebäude und Anlagen zu erfahren* (ZF Zoo Leipzig 1998: 3); *dieser Zooführer soll Ihnen als Wegweiser durch den Tiergarten dienen und Ihnen die Schönbrunner Bewohner und ihre Anlagen vorstellen* (ZF Tiergarten Schönbrunn 2010: 3). Entweder wird beiden Funktionen die gleiche Bedeutung beigemessen (Aneinanderreihung der Funktionen mittels Konnektor *und*) oder die Orientierungsfunktion wird als untergeordnet eingestuft und mittels des Adverbs *ein bisschen* relativiert: *Diese Broschüre soll Ihnen ein bisschen helfen, sich im Tiergarten Schönbrunn zurechtzufinden, aber vor allem auch tiefere Einblicke in das Leben unserer Tiere zu gewinnen* (ZF Tiergarten Schönbrunn 2002: 4).

Im Gegensatz zu den oben angeführten Beispielen ist das aus dem Jahr 1975 stammende Vorwort des Zoos Hannover ausschließlich als Metatext gestaltet. Es liefert Erläuterungen zur Struktur und zu den graphischen Darstellungen des Zooführers. Man gibt Anleitungen zur Wahrnehmung des Textes abhängig von der Rezeptionssituation:

- *einen knappen, informierenden Text für den Zoorundgang, der zu allen wichtigsten Tiergruppen führt*
- *besonders interessante Themen wurden als Unterbrechung des Rundgangs hier und da eingestreut. [...] wenn Sie etwas Muße haben, wird Sie vielleicht der Titel dieser Zwischentexte anregen, sich noch etwas mehr in den Zooführer zu vertiefen* (ZF Zoo Hannover 1975: 1).

Im Exemplar des Jahres 1980 erfüllt das kurze Vorwort des Zoos Hannover nur die Orientierungsfunktion: *Über die Biologie der Tiere und ihre Verbreitung unterrichten Sie die Gehegeschilder. Sie finden leicht zu allen Tiergehegen, wenn Sie den grünen Bärenfährten in ihrem Zooführer folgen* (ZF Zoo Hannover 1980: 1). Der Autor trennt die informierende Funktion der Gehegeschilder und die orientierende Funktion des Zooführers, die nicht sprachlich, sondern graphisch realisiert wird: die Übergänge zwischen den einzelnen Anlagen werden mit grünen Bärenfährten veranschaulicht. Aus dem Vorwort kann geschlossen werden, dass der Zooführer Informationen zu

den Tieren enthält, aber der Akzent auf die Angaben der Gehegeschilder und das kleine Format der Ausgabe zeugen von einem reduzierten Informationsgehalt des Buches.

Im Vorwort der „Jubiläumsausgaben“ wird auf die Funktion der Zooführer als Sammlungsobjekte zur Erinnerung hingewiesen, wie das Beispiel des zum 100. Gründungsjahr vom Zoo Leipzig herausgegebenen Exemplars zeigt: [...] *bringen wir den bewährten und traditionsreichen Wegweiser in neuer Gestaltung heraus. Die getroffenen Veränderungen haben zum Ziel, den Informationsgehalt zu steigern und den Wert und Reiz der Schrift als Erinnerungsstück zu erhöhen* (ZF Zoo Leipzig 1978: 3). Wie der Zoo selbst unterliegen auch die Zooführer dem Wandel, was mittels oben erwähnter Dichotomie bzw. Kombination „alt/traditionell-neu“ ausgedrückt wird. Das Exemplar aus dem Jahr 1978 zeichnet sich durch einen großen Umfang und eine reichhaltige Informationsgestaltung aus, die einer Enzyklopädie ähneln. Im Vorwort wird nicht auf die Orientierungsfunktion des Zooführers hingewiesen, obwohl das Exemplar den Teiltext *Zoorundgang* mit einer Wegbeschreibung enthält. Der Autor unterstreicht den Wert der Ausgabe als vollständiger Informationsquelle über die Tierwelt (im Gegensatz zum 1980er-Exemplar des Zoos Hannover, das als zusätzliche Informationsquelle eingestuft wird).

In Bezug auf die Thematik hat das Vorwort einen niedrigen Standardisierungsgrad. Der Haupttext besteht aus verschiedenen inhaltlichen Elementen, die der Umsetzung von kommunikativen Absichten des Autors dienen. In den älteren Zooführern erfüllt das Vorwort die Orientierungsfunktion und liefert Anleitung zur Textwahrnehmung. In den neueren Exemplaren tritt diese Funktion in den Hintergrund. Seit den 1950er Jahren fokussiert das Vorwort auf die Darlegung einzelner Aspekte des Themas „Zoo“ (Entwicklung, Aufgaben, Rolle der Institution). Für die Beschreibung von Unterscheidungsmerkmalen, Zielen, Tätigkeitsrichtungen und Geschichte des Zoos werden Superlative, Lexeme mit dem Semem ‚einmalig‘ und ‚neu‘, syntaktische und lexikalische Wiederholungen gebraucht. Dabei wird der Zoo äußerst positiv konnotiert. Fehlende Akzente auf die Orientierungsfunktion des Zooführers im Vorwort lassen sich dadurch erklären, dass die Autoren diese Funktion als selbstverständlich ansehen (in den Zooführern mit einer Verbalisierung des Weges durch den Zoo, z. B. die vom Zoo Leipzig der Jahre 1978, 1998, 2003 und 2013). Es wird vorausgesetzt, dass der Besucher die Wegweiser und Schilder auf dem Zoogelände benutzt. Begrüßungs- und finale Formeln sollen eine emotionale Verbindung zum Leser herstellen und aufrechterhalten. Betrachtet man textsorten-intertextuelle Beziehungen im Sinne von Klein (2000: 35), kann man feststellen, dass das Vorwort den Haupttextteil im Zooführer bzw. die Beschreibung von Zootieren, Anlagen und Attraktionen thematisch einführt und ankündigt.

4. Reglement / Verhaltensordnung im Zoo

Wie in jeder anderen öffentlichen Einrichtung gelten auch im Zoo bestimmte Verhaltensregeln. Sie haben für Besucher außerordentliche Bedeutung, da deren

Nicht-Einhaltung eine Gefahr für Besucher und Tiere darstellen kann. Zur Vermeidung unerwünschter Handlungen auf dem Zoogelände formuliert man Regeln und Anweisungen, die eingehalten werden müssen, wie z. B.: *Bitte beachten Sie die nachstehend aufgeführten Hinweise* (ZF Zoo Leipzig 1978: 102); *Bitte beachten Sie daher folgendes* (ZF Zoo Berlin 1987: 141). Beide Kommunikationsteilnehmer (Zoomitarbeiter als Autor⁴ und Zoobesucher als Rezipient) haben ein gemeinsames Ziel, das in einem interessanten und sicheren Zoobesuch ohne jeglichen Schaden für Menschen und Tiere besteht.

In den ersten Zooführern fühlen sich die Autoren verpflichtet, Leser über die Regeln zu informieren. Der Teiltext des Leipziger Zooführers *Reglement für den Besuch des Zoologischen Gartens* enthält außer Informationen zu Öffnungszeiten und zur Abo-Nutzung auch im Passivsatz und Wenn-dann-Satz formulierte Verhaltensregeln: *Hunde dürfen nur an fester Leine in den Garten gebracht werden. Wer Tiere neckt oder beunruhigt, sowie unbefugt die angebrachten Barriere überschreitet, ... wird ohne Weiteres aus dem Garten entfernt...* (ZF Zoo Leipzig 1883: 2). Im Zooführer von 1907 ist eine direktive Funktion erkennbar, durch das Adjektiv *verboten* im Prädikat ausgedrückt, das sich auf alle unten aufgelisteten Handlungen bezieht: *Es ist verboten: 1) Die Tiere zu necken oder aufzustören; 2) Die Tiere mit Gras oder Laub zu füttern; 3) [...].* Das Direktive wird durch die Angabe der Bestrafung bei Nicht-Beachtung der Verbote bestätigt *Wer diese Verbote übertritt...* (ZF Zoo Leipzig 1907: 1).

Die Sprachhandlung „Verbieten“ tritt in asymmetrischen Kommunikationssituationen auf, in denen der Sprecher das Recht hat, Handlungen des Empfängers zu verbieten. Der Zoo ist an einer hohen Zahl an Besuchern und auf deren Zufriedenheit interessiert und strebt danach, sich taktvoll den Besuchern gegenüber darzustellen. Bei der Formulierung und Vermittlung von Anweisungen, Forderungen und Verboten ist ein besonderes Feingefühl geboten: man sollte den Grund bzw. die Begründung für ein Verbot anführen und eine scharfe Beurteilung der Handlungen vermeiden. Zu den direktiven Sprachhandlungen, die potenziell als *face threatening act* / als die Gesichtswahrung bedrohende Akte gelten und einen Konflikt wegen eventueller Beleidigung des Rezipienten durch direkte Befehle und Anweisungen auslösen können, werden die Sprachhandlungen „Erklären“ und „Begründen“ hinzugefügt.

Dieser Ansatz wird in den Zooführern seit den 1950er-Jahren verfolgt. Direktive Sprachhandlungen beziehen sich ausschließlich auf Verbote für Tierfütterung, als

⁴ In der Regel werden die Texte von den Mitarbeitern des Zoos verfasst und vom Zoodirektor autorisiert. Der Zoo kann auch externe Personen mit der Abfassung des Textes beauftragen (z. B. Zooführer des Leipziger Zoos aus dem Jahr 1883 von Georg Westermann, Schriftsteller und Privatgelehrter, der auch statistische Beiträge zum Tierbestand vorbereitete; die Zooführer des Erlebnis-Zoos Hannover werden seit 2005 von der Park Scout Redaktion publiziert). Alle Zoomitarbeiter können sich dem Autorenteam anschließen, indem sie unter anderem Fotos der Zootiere im Zooführer (mit Namensangabe) publizieren lassen.

„kompensierende“ Sprachhandlung wird die eingeschränkte, bedingte Erlaubnis eingebettet: *Nicht gefüttert werden dürfen ... Wenn Sie aber füttern wollen, so können Sie es bei...* (ZF Zoo Berlin 1951: 9). Nach dem offiziell eingeführten Fütterungsverbot in den Zoos (1956) wird den Forderungen eine Erklärung vorangestellt, die mit der sich anschließenden, explizit formulierten Sprachhandlung „Bitten“ und der Ansprache von Emotionen des Rezipienten operiert: *Im Interesse der Gesunderhaltung unserer Tiere bitten wir daher unsere verehrte Besucher, wirklich tierfreundlich zu handeln* (ZF Zoo Leipzig 1957: 7); *Wir bitten Sie nochmals: Beachten Sie das Fütterungsverbot!* (ZF Zoo Berlin 1958: 11).

Durch die Hinzufügung von Erklärungen und Begründungen können die Regeln bis zu mehr als eine Seite einnehmen. Darum werden sie seit den 1980er-Jahren (außer in Exemplaren des Zoos Berlin) als einzelner Teiltex in den Zooführern veröffentlicht, mit der Nominalphrase *Gartenordnung* oder der Anrede *An unsere Besucher* als Gliederungssignal. Die Handlungs- und Verhaltensregulierung wird je nach dem Grad der Bedrohung (Gefahr) der Gesundheit / des Lebens von Besuchern/Mitarbeitern/Tieren oder Beschädigung der Anlagen in Sprachhandlungen wie „Verbieten“, „Fordern“, „Warnen“ oder „Erlauben“ realisiert.

Wie folgende Beispiele zeigen, steht auch der Imperativ als konventionelles sprachliches Mittel für den Ausdruck direkter Funktion in den imperativischen Konstruktionen mit Verneinung: *Beschädigen Sie die gärtnerischen Anlagen, Pflanzungen und Wiesen nicht* (ZF Zoo Hannover 1975: 94); *Werfen Sie keine Gegenstände in die Käfige oder Gehege und fassen Sie nicht über oder durch die Absperrungen der Tierunterkünfte* (ZF Zoo Leipzig 1978: 102); in 23 % der Fälle mit der Partikel *bitte*: *Bitte, unterlassen Sie es unter allen Umständen, Kinder auf Vorgitter, Absperrungen und Brüstungen zu stellen oder setzen* (ZF Zoo Leipzig 1963: 12); *Bitte necken und belästigen Sie kein Tier* (ZF Zoo Berlin 2007: 141). In einigen Fällen kann der Höflichkeitsgrad durch fehlende Anrede abgeschwächt werden: *Bitte, keinen Zucker und keine Süßigkeiten füttern* (ZF Zoo Berlin 1951: 9). Besonders ausgeprägt (und wenig hinnehmbar) tritt das Direktive in folgender Ausführung der Sprachhandlung „Verbot“ als verbindliche Forderung in steilen Hierarchiestrukturen auf, von der die Kürze des Satzes und Ausrufezeichen zeugen: *Nichts in die Käfige werfen!* (ZF Zoo Leipzig 1963: 12).

Die Einstufung nach dem Intensitätsgrad des Verbots wird durch andere Sprachmittel aus dem Wortfeld „Verbot“ ausgedrückt: *nicht erwünscht – nicht gestattet – unzulässig – untersagt/verboten*. Die Sprachhandlung „Erlauben“ wird durch performative Äußerungen im Stil des öffentlichen Verkehrs verbalisiert: *Der Zutritt ist nur mit einem gültigen Eintrittsausweis (Einzel- oder Dauerkarte) gestattet* (ZF Zoo Hannover 1975: 94). Mit dem Gebrauch des Modalverbs *dürfen* gepaart mit der Restriktivpartikel *nur* hebt der Autor sein Recht auf Anweisungen auch in den Erlaubnissen hervor: *Die geschäftliche Auswertung von Aufnahmen aus dem Zoologischen Garten darf nur mit Genehmigung des Zoos erfolgen* (ZF Zoo Hannover 1975: 94);

Unser Besucher darf sich nur auf den dafür vorgesehenen Wegen und Plätzen aufhalten (ZF Zoo Leipzig 1978: 102).

Die Aneinanderreihung der Verbote verleiht der Äußerung einen drohenden Ton, z. B.: *Niemand soll sich Blumen aneignen. **Rasen darf man nicht betreten, Blüten nicht pflücken.** Der Leipziger Zoo soll jederzeit vorbildlich aussehen* (ZF Zoo Leipzig 1963: 12). Der verbindliche und kategorische Charakter des Satzes zeigt sich durch das Adverb *jederzeit* (keine Ausnahme zulassend) und den Gebrauch des Fettdrucks zur Unterstreichung der Verbindlichkeit des Verbots.

Für die Verschärfung der Verbote werden weitere Intensifikatoren genutzt *vor allem, nur, jegliches, jede, unter allen Umständen, unbedingt, grundsätzlich: Zur Aufrechterhaltung der Ordnung im Garten ist es auch erforderlich, daß jeder die Anordnungen des Personals unbedingt befolgt* (ZF Zoo Leipzig 1963: 13); *Jede Werbetätigkeit, ambulanter Verkauf und Ähnliches sind untersagt* (ZF Zoo Hannover 1975: 94) sowie die Wiederholung des Indefinitpronomens *kein*: *Bitte füttern Sie stets nur einwandfreie Nahrungsmittel, keine verdorbenen, vor allem kein saures oder unreifes Obst!* (ZF Zoo Berlin 1951: 7).

Die Folgen unerwünschter Handlungen der Besucher werden durch Warnungen nach dem Wenn-dann-Prinzip versprachlicht: *Erleidet jemand durch Verstoß gegen die Gartenordnung selbst einen Schaden, so ist eine Haftung des Zoologischen Gartens ausgeschlossen* (ZF Zoo Leipzig 1978: 102); *Übersteigen Sie die Absperrungen, begeben Sie sich mitunter in Lebensgefahr. Jeden Anspruch auf Schadenersatz, der sich daraus ergibt, müssen wir ablehnen* (ZF Zoo Berlin 1958: 7). Zur Warnung der Besucher vor negativen Folgen ihrer Handlungen dienen Konditionalsätze ohne Konnektoren, die nicht direkt verboten werden, sondern dem Schema „Feststellung der Handlung – Feststellung ihrer (negativen) Folgen“ unterliegen. Die Autoren übertragen dem Rezipienten die Verantwortung für das Verhalten und suggerieren, dass die Ausführung bzw. Vermeidung der Handlung in dessen Interesse liegt.

Das Verbot wird auch implizit durch den propositionalen Gehalt ausgedrückt. In den assertiven Sprechakten ohne Fokussierung auf den Rezipienten werden allgemein bekannte Fakten festgestellt: *Abfall und Papier gehören in die dafür bestimmten Behälter. Die Wege des Gartens sind nur für Fußgänger bestimmt. Der Spielplatz ist nur für Kinder eingerichtet. Absperrungen dienen Ihrem eigenen Schutz* (ZF Zoo Berlin 2007: 141). Solche Assertive gehören zu den indirekten Illokutionen, Implikaturen, die vom Rezipienten richtig verstanden werden müssen, um weitere Handlungen (außer den in der Äußerung angegebenen) auszuschließen.

In den Verhaltensregeln können die Sequenzen „Verbot/Forderung“ und „Begründung des Verbots“ explizit mit Sprachmitteln der Kausalität (*daher, so*) und mit Finalsätzen *um ... zu* verbalisiert werden: *Süßigkeiten sind für viele Tiere Gift! Daher ist den Besuchern jegliches Füttern untersagt* (ZF Zoo Leipzig 1963: 12). *Um unsere Tiere gesund zu erhalten und auch die Besucher vor oft ungeahnten Schaden zu bewahren, muß jeder, der in den Zoo kommt, einige Regeln kennen* (ZF Zoo Leipzig 1978: 102).

Auf solche Weise bilden sich sprachliche Komplexe aus Erklärungen und Begründungen. Seit den 1950er-Jahren sind in den Zooführern die Verhaltensregeln nach dem Schema „Regel/Verbot/Forderung (fett/rot markiert) – Begründung“ als nummerierte Liste konzipiert. 1. **Das Füttern ist grundsätzlich untersagt.** *Bei rund 2.3 Millionen Besuchern im Jahr nehmen die Tiere zwangsläufig Schaden, wenn jeder ihnen auch nur einen kleinen Brocken reicht. Anomales Verhalten, Krankheiten und sogar der Tod sind die Folgen unkontrollierten Fütterns* (ZF Zoo Berlin 2007: 141). Das Beispiel zeigt, dass das Verbot der Fütterung im nächsten Konditionalsatz mit der Angabe der Größenordnung (hohe Besucherzahlen) und der Unabwendbarkeit der Handlungsfolgen (*zwangsläufig*) begründet wird. Der Kontrast des Zahlenausdrucks (*Millionen – jeder*) unterstreicht die persönliche Verantwortung des Besuchers für die Folgen unerwünschter Handlungen, die als gleichartige Satzglieder nach dem Grad der Schäden, die einem Tier zugefügt werden können, aufgelistet werden. Dabei steht vor dem letzten Glied der Kette *Tod* (mit dem Semem ‚Lebensende‘) das intensivierende Adverb *sogar* zur Hervorhebung der bösen Folgen. Der Abschnitt wird mit der Wortverbindung *die Folgen unkontrollierten Fütterns* abgerundet. Dadurch soll im Bewusstsein des Rezipienten eine Art Ursache-Wirkung-Schema aktiviert werden (negative Folgen für Tiere → Fütterungsverbot).

In den Zooführern des Leipziger Zoos aus den 1960er- und 1970er-Jahren enthält der umfassende Teiltext „Reglement“ zwischen neun und elf nicht nummerierte Punkte, in denen die Verbote nach dem Schema der Sequenz „Verbot – Begründung – Verbot“ angeführt werden: *Es ist unter allen Umständen unzulässig, in die Käfige Spiegelscherben, Zigaretten, Papier oder irgendetwas anderes zu stecken oder zu werfen. Das hat schon oft zu Schädigungen von Tieren geführt, deren Empfindlichkeit die Besucher unterschätzten. Nichts in die Käfige werfen!* (ZF Zoo Leipzig 1963: 12). Zur Begründung wird auf die vergangenen Vorfälle (auf empirisch ermittelte Erkenntnisse der Zoomitarbeiter) zurückgegriffen, was die Überzeugungskraft der Aussage verstärkt. Die Präzisierung *schon oft* unterstreicht die Häufigkeit von Handlungen, die auf mangelnde Vorstellungskraft, Disziplin und Empatie den Tieren gegenüber zurückzuführen sind. Der Relativsatz mit der Prädikation „Tiere sind empfindlich“ fungiert als zweite Komponente der Begründung, an die sich ein Direktivsatz im Befehlstone anschließt. Inhaltlich gleicht der Direktivsatz der am Anfang des Abschnitts formulierten Forderung. Wegen der Emphase, die durch den dezidierten Imperativ, das verneinende Pronomen *nichts* und die fett markierte Schrift erreicht wird, wirkt er aber stärker.

Der Berliner Zooführer von 1958 zeichnet sich durch eine originelle Gestaltung der Verbote aus: kurze Imperativsätze, gepaart mit Tierbildern in der unteren Hälfte der Seite: *Bitte keine Süßigkeiten füttern! Sie sind Gift für unsere Tiere!* (ZF Zoo Berlin 1958: 54). Solche Comic-Imitationen bzw. „sprechende Tiere“ sprechen die Emotionen der Leser an, ohne dass die Verbote von ihnen als face threatening act wahrgenommen werden.



Abb. 5. Gestaltung der Verbote als Comic-Imitation (ZF Zoo Berlin 1958: 54)

Ausschließlich als Bitte verschleierte Verbote sind für die Zooführer des Tiergartens Schönbrunn der 1960er-1980er Jahre typisch. Der Teiltext mit den Verhaltensregeln (ohne Gliederungssignale, keine Überschrift) nimmt etwa ein Drittel der Anfangsseite des Zooführers ein. Anstelle expliziter Verbote in unpersönlichen und Passivsätzen finden sich unaufdringliche Hinweise: *Wir machen vor allem auf das Fütterungsverbot – und in Ihrem eigenen Interesse – auf die Bedeutung von Gittern und Absperrungen aufmerksam*, Bitten und Aktivsätze mit dem Agens *wir*: *Wir müssen die Benutzung solcher Apparate auch im Interesse schreckhafter Tiere verbieten und bitten aus dem gleichen Grund, vom Blitzlicht so wenig wie möglich Gebrauch zu machen* (ZF Tiergarten Schönbrunn 1981: 4). Der Autor stellt sich als Person mit dem Recht auf Verbotserteilung dar. Wegen des niedrigen Direktivitätsgrades wirkt er aber nicht autoritär, vielmehr baut er partnerschaftliche Beziehungen mit dem Rezipienten auf. Die Kürze der Verbotsformulierung wird durch die Einbettung der Begründungen gewährleistet, die durch feste Präpositionalphrasen *aus dem gleichen Grund*, *im Interesse* und Relativsätze *wir müssen Fortbewegungsmittel verbieten, die andere Besucher gefährden könnten* ausgedrückt werden. Im Anschluss an die konventionelle Sequenz „Verbot/Forderung – Begründung“ enthalten die Regeln einen Satz zum Ausdruck einer Alternative *Es gibt heute schon sehr lichtempfindliche Filme, die ein Photographieren ohne Blitz erlauben* (ZF Tiergarten Schönbrunn 1962: 3), der ebenfalls eine geringere Direktivität bestätigt. Die Bemühung des Autors, einen freundlichen Kommunikationston aufrechtzuerhalten und Konfrontationen auszuweichen, zeigt sich auch in der Sprachhandlung „Bitte ums Verständnis für das Verbot“: *So verlockend es für Kinder sein mag, auf Rasen zu spielen – wir können dies nicht erlauben und bitten um Verständnis dafür* (ZF Tiergarten Schönbrunn 1981: 4).

Die kommunikative Absicht der Autoren besteht darin, den Rezipienten zur (Nicht)-Ausführung bestimmter Handlungen mittels möglichst milder Formulierungen zu bringen. Die einleitenden *Bitte*-Sätze sollen einen hohen Grad darauffolgender Direktive ausgleichen bzw. abschwächen, die beim Rezipienten als Teil der

gesamten Sprachhandlung „Bitten“ wahrgenommen werden sollen. Diese Sprachhandlung suggeriert die Entstehung einer Kommunikationssituation auf der Basis gegenseitiger Hilfe und gegenseitigen Verständnisses: *Wir bitten Sie daher, folgendes zu beachten* (ZF Zoo Berlin 2007: 141); *Wir bitten die Besucher* (ZF Zoo Hannover 1975: 94); *Wir bitten alle Besucher, uns, bei der Pflege der Tiere und der Erhaltung des guten Zustandes der Gebäude, der Wege und der Anpflanzungen zu helfen* (ZF Zoo Leipzig 1963: 12). Die Begründungen und Erklärungen für Verbote dienen der Abschwächung bzw. Vermeidung folgender Emotionen, die beim Rezipienten möglicherweise entstehen könnten:

- Unzufriedenheit und Enttäuschung als Reaktion auf die ausbleibende Realisierung des Wunsches, Tiere z. B. zu füttern und zu berühren;
- Ärger als Reaktion auf empfundenen Druck angesichts der verbindlichen Formulierung vieler Forderungen.

Eine begrenzte Zahl an Forderungen, wenig Redundanzen und Begründungen als Einschübe erweisen sich als Instrumente zur Konfliktvermeidung. Nur in drei Texten endet der Aufforderungssatz mit einem Ausrufezeichen. Unpersönliche Konstruktionen verschieben den Fokus auf den Inhalt eines Verbots, sodass der Empfänger keine zu starke Einflussnahme verspürt. Eine andere Seite dieses Dilemmas besteht für die Autoren der Zooführer darin, dass das Zoogelände bei der (Nicht)-Erfüllung bestimmter Handlungen eine potenzielle Gefahr für Menschen und Tiere darstellt und der Leser sich darüber im Klaren sein sollte. Dafür werden explizit formulierte Verbote bzw. Befehle benutzt (Performative, Verneinungen, die Modalverben *müssen*, *sollen*, *dürfen nicht*, Intensifikatoren in direktiven Sätzen). Inhaltlich gesehen werden vor allem Verbote bezüglich des Verhaltens den Tieren gegenüber zum Ausdruck gebracht (Verbote, Tiere zu füttern, zu berühren und zu reizen). Dann folgen Verbote, die die Sicherheit von Leben und Gesundheit der Besucher sowie die Bewahrung der Ordnung auf dem Zoogelände betreffen. Diese Fokussierung auf die Tiere spiegelt die konzeptuelle Wende in den Zoologischen Gärten zu Beginn des 20. Jahrhunderts wider, die den Zoo vor allem als Platz für Tiere und erst danach als Unterhaltungs- und Freizeitort für Menschen sieht.

Das Fehlen des Teiltexsts „Verhaltensordnung“ in den neueren Zooführern ist nicht auf Nebensächlichkeit oder einen zu geringen Informationsgehalt zurückzuführen. Die umfassenden reglementierenden Texte werden ins digitale Format bzw. auf die Internetseiten der Zoos verlegt. Der Zoo Leipzig veröffentlicht aufgelistete nummerierte Regeln unter der inzwischen konventionell gewordenen Überschrift *Zoo-Ordnung*⁵, deren Inhalt und sprachliche Realisierung den Verhaltensregeln in den Zooführern der 1960er- und 1970er-Jahre ähneln. Der Zoo Berlin⁶ und der Zoo Hannover⁷ haben die Verhaltensordnung in den umfassenden Text eines

⁵ Vgl. <https://www.zoo-leipzig.de/zoo-ordnung/>, Zugriff am 30.1.2023.

⁶ Vgl. <https://www.zoo-berlin.de/de/agb#c1664>, Zugriff am 30.1.2023.

⁷ Vgl. <https://www.zoo-hannover.de/de/content/zoo-ordnung>, Zugriff am 30.1.2023.

juristischen Diskurses *Allgemeine Geschäftsbedingungen* eingebettet, zusammen mit teilweise den Zooführern entnommenen Punkten mit Forderungscharakter *Umgang mit unseren Tieren* und völlig neuen Punkten wie *Werbung, Verkauf und Akquise*. Im Abschnitt FAQ bleibt die von den Zooführern des Tiergartens Schönbrunn bekannte Kürze reglementierender Texte auch in der sprachlichen Gestaltung der Regeln auf der Internetseite des Zoos bewahrt⁸ („Frage-Antwort“-Sequenz mit der Überschrift *Nicht erlaubt*).

5. Schlussbemerkungen

Zooführer erweisen sich als eines der konstituierenden Elemente des Zoodiskurses, da sie in der Geschichte der Institution seit den Anfängen immer präsent waren. Trotz guter Vertrautheit mit Zoos ist die Vorstellung von dieser Textsorte noch immer lückenhaft. Außer den zu erwartenden Angaben zu Tieren umfassen die Texte der deutschsprachigen Zooführer auch die Geschichte eines Zoos, Regeln für das Verhalten im Zoo, ein Register der Tiere, Vorworte und Werbeanzeigen. Der Zooführer kann als Makrotext, Textkonglomerat bzw. Textsammlung angesehen werden, in dem bestimmte funktional, thematisch, formal und situativ zusammenhängende Texte vorkommen. Drei behandelte Textteile – Werbeanzeige, Vorwort und Reglement – gelten im Laufe der mehr als 200-jährigen Geschichte der Textsorte „Zooführer“ als fakultative Texte, die im Rahmen des Makrotextes nicht unbedingt veröffentlicht werden müssen. Betrachtet man die strukturellen Wandelprozesse der Textsorte im Handlungsbereich „Zoologischer Garten“ in Anlehnung an die von Hauser (2014: 286) vorgeschlagenen Ebenen „Umfang des Textsortennetzes und Frequenz einzelner Textsorten“, kann man feststellen, dass sich die Zusammensetzung grundlegend nicht verändert hat bzw. die Textsorte in Bezug auf diese Textteile nicht reduziert ist. Der Bestand an Textteilen in einem Zooführer veränderte sich je nach Zoo. Während Werbeanzeigen von den Anfängen bis zu den letzten Exemplaren in fast allen analysierten Zooführern des Zoos Berlin präsent sind, findet sich dieser Textteil insgesamt nur in zwei Zooführern des Tiergartens Schönbrunn. Seit den 1950er Jahren fällt das Vorwort in den Berliner Zooführern weg, in den Zooführern von drei anderen Zoos steht es in diesem Zeitraum dagegen weiterhin. Das Reglement kommt schon im Zooführer des Leipziger Zoos aus dem Jahr 1883 vor. Dabei enthielten die Zooführer des Tiergartens Schönbrunn und des Zoos Berlin bis in die 1920er- bzw. 1930er Jahre keine Verhaltensregeln. Bis in die 1970er Jahre publizierte der Zoo Berlin „Allgemeine Richtlinien für die Fütterung“ und erst danach kamen auf andere Bereiche bezogene Verhaltensregeln hinzu, die auch in den Exemplaren der 2000er Jahre erhalten blieben. Der Tiergarten Schönbrunn verfügt über den geringsten Anteil der Zooführer mit dem Textteil „Reglement“.

⁸ Vgl. <https://www.zoovienna.at/besuch-und-tickets/faq-der-tiergarten-von-bis-z/#not-permitted>, Zugriff am 30.1.2023.

Ziel des Beitrags war, die Vorstellung davon, wie ein „typischer“ Zooführer strukturiert ist und welche linguostilistischen Charakteristika seine Textteile haben, zu gewinnen. Inhaltlich lassen sich die Werbeanzeigen in solche von renommierten Unternehmen verschiedenster Bereiche und in durch expressive Lexik gekennzeichnete Werbung von Unterhaltungsangeboten im Zoo einteilen. In den Werbeanzeigen werden Tiermotive einbezogen und sachliche Argumente für ein beworbenes Objekt angeführt, um die Auffälligkeit der Werbung abzuschwächen. Die thematische Relation von den Werbeanzeigen zum Haupttextteil zeigt sich vor allem in der Erwähnung von Tiernamen und Anlagenbezeichnungen sowie Platzierung von Tierfotos in den Werbeanzeigen.

Beim Vorwort lassen sich thematische und funktionale Ausdifferenzierungsprozesse beobachten. In den älteren Zooführern gilt das Vorwort als Anleitung zur Textwahrnehmung. Seit den 1950er Jahren tritt die Informationsfunktion in Vordergrund und solche Aspekte wie Entwicklung, Aufgaben und Rolle vom Zoo werden dargelegt. Das Vorwort weist funktionale Beziehungen und thematische Ähnlichkeit mit dem Haupttextteil auf. Das Vorwort kündigt den Haupttextteil an, in dem die Themenaspekte aus dem Vorwort aufgegriffen werden.

Das Reglement gilt als ein wichtiger Teiltext für die Regelung des Besucherverhaltens im Zoo. Um direktiven Sprachhandlungen (Verbote, Anweisungen) etwas von ihrer die Gesichtswahrung potenziell bedrohenden Wirkung zu nehmen, werden sie von Bitten, Erklärungen und Begründungen begleitet. Das Reglement wird inzwischen ins digitale Format verlegt. Die Tatsache, dass die Verhaltensregeln auf den Internetseiten von vier Zoos veröffentlicht werden, zeugt von der Obligatorik dieser Textsorte für den Handlungsbereich „Zoologischer Garten“.

Sprachlich und graphisch werden die Textteile unterschiedlich gestaltet, wobei sich folgende kommunikative Absicht der Autoren als roter Faden durch die Texte zieht: solche Beziehungen mit dem Rezipienten aufzubauen, die dazu beitragen, ihn zu mehrmaligen Zoobesuchen anzuregen und eine schützende und bewahrende Position der Natur und den Tieren gegenüber einzunehmen. Der Zoo wird in den Zooführern als angesehene Institution dargestellt, die sorgfältig die zu publizierende Werbung aussucht, nach Verbesserung der Bedingungen für die Tiere strebt und sich eine größere emotionale Nähe zu den Besuchern wünscht. Dazu gehört auch, ihnen einen bewussten und schonenden Umgang mit der Natur beizubringen, der bestimmte Einschränkungen (Verhaltensregeln im Zoo) vorsieht. Die Zooführer werden fälschlicherweise auf schlichte Wegbeschreibungen reduziert. Die Untersuchung von Struktur und linguostilistischen Besonderheiten der Textteile von Zooführern ist aufschlussreich für das Verständnis der Komplexität dieser Textsorte und kann dabei helfen, ihren Platz im Textuniversum zu bestimmen.

Primärliteratur

Zoo Berlin

- Der Führer im zoologischen Garten zu Berlin. Beschreibung der Thiere nebst Plan des zoologischen Gartens.* Berlin: L. Weyl & Comp., 1851. Print.
- Die Thierwelt im Zoologischen Garten von Berlin.* Dr. Bodinus, Dr. Max Schmidt, Dr. L. Heck. Berlin: Druck von C. Bernstein, 1889. Print.
- Führer durch den Berliner Zoologischen Garten.* Direktor. Dr. L. Heck. Berlin: Verlag des Aktien-Vereins des zoologischen Gartens zu Berlin, 1903. Print.
- Führer durch den Berliner Zoologischen Garten.* Von Direktor Prof. Dr. L. Heck. Berlin: Verlag des Aktien-Vereins des zoologischen Gartens zu Berlin, 1914. Print.
- Führer durch den Zoologischen Garten Berlin.* Von Direktor Prof. Dr. L. Heck. Berlin: Verlag des Aktien-Vereins des zoologischen Gartens zu Berlin, 1925. Print.
- Wegweiser durch den Zoologischen Garten Berlin.* Bearbeitet von Dr. Lutz Heck. Berlin: Verlag des Aktien-Vereins des zoologischen Gartens zu Berlin, 1936. Print.
- Der Zoologische Garten Berlin. Erster Bericht und Wegweiser nach dem Kriege.* Bearbeitet von Dr. Katharina Heinroth und Werner Schröder. Berlin: Aktienverein des Zoologischen Gartens zu Berlin, 1951. Print.
- Wegweiser durch den Zoologischen Garten Berlin.* Bearbeitet von dem wissenschaftlichen Direktor Dr. Heinz-Georg Klös. Berlin: Aktien-Verein des Zoologischen Gartens zu Berlin, 1958. Print.
- Wegweiser durch den Zoologischen Garten Berlin.* 18., verbesserte Auflage. Herausgegeben von Professor Dr. Heinz-Georg Klös. Berlin: Aktien-Verein des zoologischen Gartens zu Berlin, 1975. Print.
- Wegweiser durch den Zoologischen Garten Berlin und sein Aquarium.* 30., verbesserte Auflage mit 146 teilweise ganzseitigen Farbaufnahmen. Herausgegeben von Professor Dr. Heinz-Georg Klös. Berlin: Zoologischer Garten Berlin Aktiengesellschaft, 1987. Print.
- Wegweiser durch den Zoologischen Garten Berlin und sein Aquarium.* 47. Auflage (Nachdruck 2002). Dr. Hans Frädrich. Berlin: Zoologischer Garten Berlin Aktiengesellschaft, 2003.
- Der Begleiter durch den Zoo Berlin und sein Aquarium.* 50. Auflage. Dr. Jürgen Lange. Berlin: Zoologischer Garten Berlin Aktiengesellschaft, 2007. Print.

Tiergarten Schönbrunn

- Beschreibung der in dem Thiergarten zu Schönbrunn neu angekommenen Thieren.* Wien: Mathias Andreas Schmidt, Hofbuchdrucker, 1799. Print.
- Die kaiserliche Menagerie zu Schönbrunn. Eine populäre Schilderung sämtlicher Thiere derselben.* Dr. Leop. Jos. Fitzinger. Wien: Wilhelm Braumüller, Hof- und Universitätsbuchhändler, 1875. Print.
- Schönbrunn. Belehrender Führer für den Besucher des Schlosses, des Parks, der Menagerie, des botanischen Gartens und der übrigen Anlagen.* Dr. Friedrich Knauer. Wien: R. Lechner, Hof- und Universitätsbuchhandlung, 1898. Print.
- Schönbrunn. Führer durch die Menagerie.* Mit zwei Farbendruckten nach Aquarellen von Ludwig Hans Fischer, 33 Reproduktionen nach Photographien und einem Plane. Wien: Adolf Holzhausen, Hof- und Universitätsbuchdrucker, 1912. Print.
- Führer durch den Schönbrunner Tiergarten.* 4. erweiterte Auflage. Univ.-Prof. Dr. Otto Antonius, Leiter des Tiergartens. Wien: Hilfswerk für den Schönbrunner Tiergarten, Leiter Dr. Grögl, 1937. Print.

- Tiergarten Schönbrunn*. Dr. W. Fiedler. Wien: Schloßhauptmannschaft Schönbrunn, 1962. Print.
- Tiergarten Schönbrunn*. 3. erweiterte Auflage. Univ.-Prof. Hofrat Dr. Walter Fiedler. Wien: Schloßhauptmannschaft Schönbrunn, Tiergartenverwaltung, 1981. Print.
- Tiergarten Schönbrunn. Jubiläumsführer*. Herausgeber Dir. Dr. Helmut Pechlaner. Wien: Schönbrunner Tiergarten Ges. m. b. H., 2002. Print.
- Zooführer durch den Tiergarten Schönbrunn*. Herausgeber Dir. Dr. Dagmar Schratte. Wien: Schönbrunner Tiergarten Ges. m. b. H., 2010. Print.

Zoo Leipzig

- Illustrierter Führer durch den Zoologischen Garten zu Leipzig. Mit einem Plan und 12 Text-Illustrationen*. Georg Westermann. Leipzig: Verlag von Edwin Schloemp, 1883. Print.
- Führer durch den Zoologischen Garten zu Leipzig*. Dir. Ernst Pinkert. Leipzig: Selbstverlag des Zoologischen Gartens, 1907(?). Print.
- Führer durch den Zoologischen Garten der Stadt Leipzig*. Professor Dr. Karl Max Schneider. Im Auftrage der Abteilung Kultur beim Rat der Stadt Leipzig. Hrsg. von Lothar Dittrich. Leipzig: Rat der Stadt Leipzig, 1957. Print.
- Wegweiser durch den Zoologischen Garten der Stadt Leipzig*. Dr. Ludwig Zukowsky. Leipzig: Verlag: Kultur beim Rat, 1963. Print.
- Wegweiser durch den Zoologischen Garten Leipzig*. Hrsg. von Zoodirektor Siegfried Seifert. Leipzig: VEB Messedruck, 1978. Print.
- Führer durch den Zoo Leipzig mit Gartenplan*. Hrsg. vom Zoologischen Garten Leipzig. Leipzig: Jütte Druck GmbH Leipzig, 1998. Print.
- Mit dem Zooführer unterwegs. 125 Jahre Zoo Leipzig*. Hrsg. vom Zoologischen Garten Leipzig. Leipzig: Gebr. Klingenberg Buchkunst Leipzig, 2003. Print.
- Zooführer. Zoo Leipzig*. Hrsg. vom Zoo Leipzig. Leipzig: Messedruck, 2013. Print.

Zoo Hannover

- Führer durch den Zoologischen Garten Hannover*. Hrsg. vom Zoo Hannover, 1975. Print.
- Der Zooführer*. Hrsg. vom Zoo Hannover, 1980. Print.
- Der Zooführer für den Hannover Zoo*. Hrsg. vom Zoo Hannover, 1997. Print.
- Das Entdeckerhandbuch. Wilden Tieren auf der Spur*. Hrsg. Park Scout Redaktion, 2002. Print.

Sekundärliteratur

- ADAMZIK, Kirsten. *Textlinguistik. Grundlagen, Kontroversen, Perspektiven*. 2., völlig neu bearb., aktual. Neuauflage. Berlin, Boston: de Gruyter, 2016. Print.
- ADAMZIK, Kirsten. „Textsortennetze“. *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation*. Hrsg. Stephan Habscheid. Berlin: de Gruyter, 2011, 367–385. Print.
- BLÜHDORN, Hardarik. „Textverstehen und Intertextualität“. *Text-Verstehen. Grammatik und darüber hinaus*. Hrsg. Hardarik Blühdorn, Eva Breindl und Ulrich H. Waßner. Berlin, New York: de Gruyter, 2006, 277–298. Print.
- BRINKER, Klaus. *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. 8., neu bear., erw. Aufl. Berlin: Schmidt, 2014. Print.
- van DIJK, Teun. *Textwissenschaft. Eine interdisziplinäre Einführung*. Berlin: de Gruyter, 1980. Print.
- DITTRICH, Lothar, Annelore RIEKE-MÜLLER und Dietrich von ENGELHARDT. *Die Kulturgeschichte des Zoos*. Berlin: Verlag für Wissenschaft und Bildung, 2001. Print.

- GENETTE, Gerard. *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2001. Print.
- HAUSER, Stefan. „Netze im Wandel – Wandel in Netzen. Diachrone Perspektiven auf die Vernetztheit von Textsorten“. *Musterwandel – Sortenwandel. Aktuelle Tendenzen der diachronen Text(sorten)linguistik*. Hrsg. Stefan Hauser, Ulla Kleinberger, Kersten Sven Roth. Bern: Lang, 2014, 275– 312. Print.
- HEINEMANN, Margot und Wolfgang HEINEMANN. *Grundlagen der Textlinguistik. Interaktion – Text – Diskurs*. Tübingen: Niemeyer, 2002. Print.
- KLEIN, Josef. „Textsorten im Bereich politischer Institutionen“. *Text- und Gesprächslinguistik: Ein internationales Handbuch (1. Halbband)*. Hrsg. Klaus Brinker, Gerd Antos, Wolfgang Heinemann und Sven F. Sager. Berlin, New York: de Gruyter, 2000, 732–756. Print.
- KLEIN, Josef. „Intertextualität, Geltungsmodus, Texthandlungsmuster. Drei vernachlässigte Kategorien der Textsortenforschung – exemplifiziert an politischen und medialen Textsorten“. *Textsorten. Reflexionen und Analysen*. Hrsg. Kirsten Adamzik. Tübingen: Stauffenburg, 2000, 31–44. Print.
- STEIN, Stephan. *Textgliederung: Einheitenbildung im geschriebenen und gesprochenen Deutsch*. Berlin: de Gruyter, 2003. Print.

ZITIERNACHWEIS:

- GAMAN, Iryna. „Textsorte ‚Zooführer‘: nicht nur über Tiere. Linguostilistische Charakteristika von Werbeanzeigen, Vorwort und Verhaltensordnung in deutschsprachigen Zooführern“, *Linguistische Treffen in Wrocław* 24, 2023 (II): 45–67. DOI: 10.23817/lingtreff.24-3.