



Die empirische Analyse in der Fallstudie AKTIENRESEARCH belegt bereits bei wenigen, einfach operationalisierten Markern: Mögliche Probleme beim Einsatz von Aktienanalysetexten gründen klar nicht in mangelhaftem Informationsgehalt, sondern in zu geringer Verständlichkeit. FinanzanalystInnen müssen in ihren Unternehmensstudien also nicht noch mehr und auch nicht andere Informationen liefern, damit der Text den Bedürfnissen der AnlegerInnen besser gerecht wird. Vielmehr müssen die publizierten Texte mit ausgeprägterem Bewusstsein für die AdressatInnen abgefasst werden.

Was der Teil II am Beispiel der Finanzanalyse ausgeführt hat, findet sich auch in anderen Feldern bereichsübergreifender beruflicher Kommunikation, etwa im Bereich Technik (Jakobs 2006). Fachleute neigen dazu, die Übersetzungsfunktion ihrer Texte in bereichsübergreifender Kommunikation zu unterschätzen und damit das kommunikative Potenzial ihrer Texte systematisch zu unternutzen. Der Teil III dieses Buchs fokussiert deshalb auf mögliche Wege und Maßnahmen, wie Texte für die bereichsübergreifende Kommunikation so gestaltet werden können, dass sie ihr Kommunikationspotenzial zuverlässig und zielgerichtet ausschöpfen.