

Lana Ž. Mayer i Manuela N. Putnik  
Abteilung für Sprachen  
Fakultät für Lehrerbildung  
Osijek, Croatia  
lmayer@ufos.hr; mputnik@ufos.hr

UDC 811.112.2'373.45:070  
originalni naučni rad

## VON POWERFRAUEN BIS JUNK-FOOD-ESSERN: ANGLIZISMEN IN DER SPRACHE DEUTSCHER FRAUENZEITSCHRIFTEN

*ABSTRACT:* Im vorliegenden Beitrag werden Anglizismen in der Sprache deutscher Frauenzeitschriften untersucht. Zuerst wird eine theoretische Grundlage zur Anglizismenforschung gegeben, danach folgt die Analyse des empirischen Teils der Untersuchung. Die Grundlage stellen je zwei Ausgaben zwei moderner deutscher Frauenzeitschriften dar, „freundin“ und „Laviva“. Die Anglizismen werden zuerst nach Wortarten klassifiziert. Danach folgt ein Einblick in die Themenbereiche, in denen der englische Einfluss am stärksten ist. Im Zentrum unseres Interesses stehen jedoch die Mischkomposita, als besonders häufige und auffallende Bildungen in unserem Korpus, die hinsichtlich der Orthographie, Flexion und der Wortbildung näher untersucht werden. Schließlich wird die Thematik vom soziolinguistischen Aspekt aus diskutiert.

*Schlüsselwörter:* Anglizismus, deutsche Frauenzeitschriften, Mischkompositum.

### 1. EINLEITUNG

Obwohl man in deutschen Frauenzeitschriften mit Anglizismen nicht gerade sparsam umgeht, dienen sie (die Frauenzeitschriften) nicht oft genug als Untersuchungsquelle in der Sprachwissenschaft. Aus diesem Grund beschäftigt sich dieser Beitrag mit Anglizismen in der Sprache deutscher Frauenzeitschriften. Sobald man eine solche Zeitschrift in die Hand nimmt, merkt man, dass *Ladys* aufgefordert werden *sophisticated* auszusehen, *stylish* und *sexy* zu sein, in *Wedgeheels smarte Beautyutensilien* zu *shoppen* wie die wahren *Powerfrauen*. Als besonders interessant erweisen sich dabei Kombinationen von englischen und deutschen Substantiven, sogenannte Mischkomposita<sup>1</sup> – „Denglisch“ bzw. „Germeng“ im wahrsten Sinne des Wortes. Verwendet man sie um eine Lücke im Wortschatz zu füllen? Oder aus sprachökonomischen Gründen? Reflektiert die Sprache deutscher Frauenzeitschriften das Deutsch der jüngeren Generation, das Deutsch von morgen? Bevor wir uns diesen und ähnlichen Fragen widmen, muss zunächst der Begriff „Anglizismus“ erläutert

---

<sup>1</sup> Mehr dazu in 2.2.

werden, da es in den linguistischen Kreisen immer noch keine einheitliche Definition darüber gibt.

## 2. ZUM BEGRIFF ANGLIZISMUS

Obwohl das Phänomen Anglizismus in der Linguistik reichlich untersucht wurde, stößt man nach wie vor auf unterschiedliche Begriffsbestimmungen, was die folgenden Zitate veranschaulichen.

Nach Carstensen (1965) kann sich der Begriff Anglizismus entweder nur auf den Bereich der Lexik beziehen oder aber auf linguistische Gegebenheiten, die sich auf Laut, Wort, Satz und den ganzen Text erstrecken. Laut Zimmer (1997) sind Anglizismen Neuprägungen oder Pseudowörter, die aus Bruchstücken englischer oder 'vager internationaler' Herkunft zusammengesetzt sind. Unter der Bezeichnung Anglizismus versteht Schütte (1996), „ein sprachliches Zeichen, das ganz oder teilweise aus englischen Morphemen besteht, unabhängig davon, ob es mit einer im englischen Sprachgebrauch üblichen Bedeutung verbunden ist oder nicht“. Laut Filipović (1996) sind Anglizismen aus der englischen Gebersprache übernommene Wörter, die nach dem Sprachsystem der Nehmersprache adaptiert sind, im Sprachsystem der Nehmersprache als Lehnwörter integriert sind, und sich wie einheimische Wörter verhalten.<sup>2</sup> Nach Plümer (2000) ist ein Anglizismus ein anhand der äußeren Form erkennbar aus dem Englischen entlehntes Wort sowie jede Art der Veränderung einer einheimischen Wortbedeutung oder Wortverwendung nach englischem Vorbild. Hoffmann (2003–2004) bezeichnet als Anglizismus jegliche Beeinflussung des Deutschen durch die englische Sprache.

Eine schon längst akzeptierte Tatsache in der Linguistik ist, dass die meisten Entlehnungen aus dem britischen und amerikanischen Englisch ins Deutsche Eingang finden und andere Varianten nur Einzellexeme liefern (Burasova 2010). Da in diesem Beitrag die Frage der Herkunft englischer Lehnwörter hinsichtlich der Varietäten des Englischen irrelevant ist, wird daher der neutrale Begriff Anglizismus sowohl für Amerikanismen als auch für Britizismen (u.a.) verwendet.

### 2.1. Zum Begriff Entlehnung

Unter dem Begriff Entlehnung versteht Wahrig (2000) eine Erweiterung des Wortbestandes einer Sprache durch Übernahme eines Ausdrucks aus einer Fremdsprache. In der sprachwissenschaftlichen Literatur findet man eine Vielzahl von Entlehnungsarten (vgl. z.B. Czichocki und Mrazović 1983) sowie Klassifikationen von Anglizismen vor. Zur Veranschaulichung der Typologie nach Yang (1990) dient die folgende Grafik:

---

<sup>2</sup> Unsere Übersetzung.

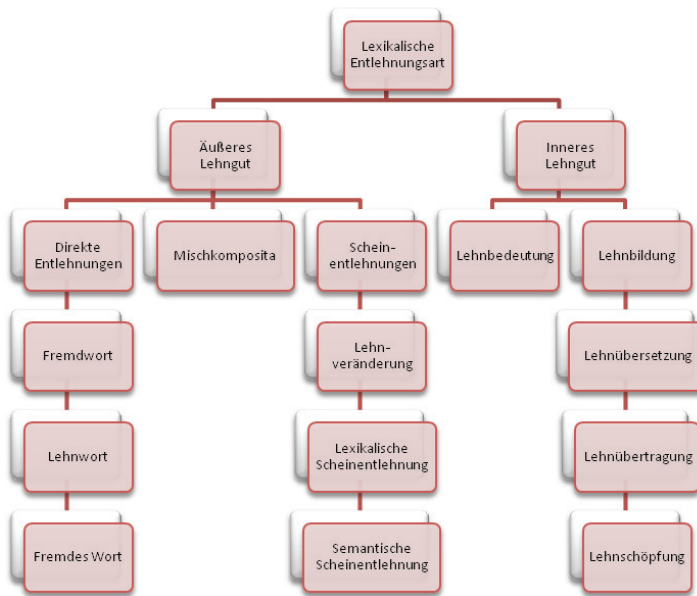


Abb. 1: Lexikalische Entlehnungsarten (Yang 1990)

Im Rahmen dieses Beitrags befassen wir uns mit dem äußeren Lehnwort,<sup>3</sup> das *direkte Entlehnungen*, *Mischkomposita* und *Scheinentlehnungen*<sup>4</sup> umfasst, da man die englischsprachlichen Merkmale bei diesen Typen von Entlehnungen äußerlich erkennen kann. Mischkomposita werden im Beitrag näher untersucht. Laut Wahrig (2000: 57) „[...] handelt es sich beim Fremdwort um ein aus einer fremden Sprache übernommenes Wort, das sich dem Deutschen in Aussprache, Betonung und/oder Schreibweise nicht oder nur zum Teil angepasst hat.“ Als Beispiele werden folgende Lexeme angegeben: *Demokratie*, *Rheuma*, *Christ* (aus dem Griechischen), *Mode*, *amüsieren* (aus dem Französischen) und *Trust*, *Beefsteak* und *Hobby* aus dem Englischen. Das Lehnwort wird als „ein aus einer fremden Sprache übernommenes Wort“ definiert, „das sich in Aussprache, Schreibung, Betonung und Flexion mit der Zeit vollkommen an die jeweilige Sprache angepasst hat und nur noch vom Fachmann als solches erkannt wird“ (Wahrig 2000: 91). Eingedeutschte Wörter aus dem Lateinischen dienen hier als Beispiele: *Mauer* (murus), *Straße* (strata), *Wein* (vinum) u.a. Trotz diesen – und anderen ähnlichen – auf den ersten Blick (mehr oder weniger)

<sup>3</sup> Das äußere Lehnwort entsteht durch die Übernahme der Ausdrucksseite von sprachlichen Einheiten, vor allem von Wörtern und Morphemen eventuell in leicht veränderter Form entsprechend der Norm der Zielsprache, und durch totale oder partielle Bedeutungsübernahme aus der Quell- in die Zielsprache (Burmasova 2010).

<sup>4</sup> Im Rahmen der Anglizismenforschung werden sie auch *Pseudoanglizismen* genannt.

geglückten Definitionen, ist die Frage *Fremdwort – Lehnwort* in der Linguistik nach wie vor umstritten (vgl. Kirkness 1976, 2007). Da es zwischen den zwei Termini keine klare Abgrenzung gibt, ist es in einigen Fällen schwierig das entlehnte Wort in die eine oder andere Gruppe einzuordnen. Es wird vielmehr von einem breiten Übergangsfeld gesprochen (vgl. Cimer et al. 2008). Der Grad der Eindeutschung<sup>5</sup> fremden Wortgutes wird dabei als Kriterium genommen um zu entscheiden, ob es sich im jeweiligen Fall um ein Fremd – oder Lehnwort handelt. Dass eine solche Einteilung nicht einfach ist, verdeutlicht beispielsweise das Wort *Job*, das sowohl zum Fremdwort als auch zum Lehnwort (je nach Aussprache) erklärt werden kann (vgl. Duckworth 1979).

Scheinentlehnungen, oder in unserem Fall, Pseudoanglizismen, bezeichnet Filipović (1996) als Wörter oder Ausdrücke, die aus Elementen englischer Herkunft (also Anglizismen) zusammengesetzt sind, aber die Einheit, die sie bilden, ist nicht dem Englischen entnommen, weil sie darin nicht als solche existiert. Diese Kategorie beinhaltet *Lehnveränderung*, *lexikalische Scheinentlehnung* und *semantische Scheinentlehnung* (S. Abb.1). Lehnveränderung wird als Reduktion der Ausdruckseite definiert (vgl. z. B. *Profi* nach engl. *professional*). Bei lexikalischen Scheinentlehnungen handelt es sich um Wörter wie z. B. *Handy* im Deutschen, ein Lexem, das als Anglizismus wahrgenommen wird, in dieser Form und Bedeutung aber im Englischen nicht vorkommt (vgl. *cell phone*, *mobile phone*). Semantische Scheinentlehnungen stellen Lexeme dar, die formal mit dem jeweiligen Lexem aus der Gebersprache übereinstimmen, doch semantisch von demselben Lexem abweichen (vgl. z. B. *Slip* – engl. *panties*).

## 2.2. Zum Begriff ‘Mischkomposita’

In der sprachwissenschaftlichen Literatur stößt man auf folgende Termini, die hierbei erwähnt werden sollten: *hybride Bildungen* (Fleischer und Barz 1995), *Mischverbindungen* (Zindler 1959, Burmasova 2010), *Mischkomposita* (Carstensen 1979b) u. a. Während sich hybride Bildungen und Mischverbindungen sowohl auf Komposita als auch Derivate beziehen, spricht man von Mischkomposita in den Fällen, wenn es sich um Zusammensetzungen innerhalb der substantivischen Wortklasse handelt. Laut Bohmann (1996) sind Mischkomposita Lexemverbindungen aus fremdsprachlichem und eigensprachlichem Material. Die Komposita können dabei entweder mit oder ohne englische Anlehnung gebildet werden. Carstensen unterscheidet dabei drei Typen:

<sup>5</sup> Unter Eindeutschung wird der Anpassungsgrad eines übernommenen Wortes an das Deutsche verstanden, in Bezug auf die Lautung und den Akzent, die Orthographie und die morphematische Struktur (vgl. Glück und Sauer 1997). Als äquivalente Bezeichnungen werden häufig die Termini *Adaptation*, *Assimilation* u. a. verwendet.

1. Das Mischkompositum mit englischem Vorbild, das nur teilweise ins Deutsche übersetzt wurde, wie „*Haarspray*“ nach dem englischen „*hairspray*“.
2. Das Mischkompositum ohne englische Vorlage, bei welchem ein beliebiges deutsches Wort mit einem englischen verbunden wird, wie z.B. „*Managerkrankheit*“ oder „*Online-Nutzung*“.
3. Das Kompositum, das mit Lexemen aus zwei verschiedenen Sprachen zusammengesetzt ist, wie z.B. „*Nightclub-Chef*“ (Englisch und Französisch).<sup>6</sup>

Einige Wissenschaftler (z.B. Yang 1990: 15) deuten darauf hin, dass man in manchen Fällen sehr schwer feststellen kann, ob der Gesamtausdruck schon im Englischen vorhanden ist oder ob das Mischkompositum erst im Deutschen geprägt worden ist. Da die Frage der Herkunft in der vorliegenden Untersuchung nicht im Zentrum unseres Interesses steht, umfasst die Bezeichnung *Mischkompositum* Zusammensetzungen sowohl mit englischem Vorbild als auch ohne. Dabei kann das englische Wortbildungselement an erster oder auch an zweiter Stelle stehen, was einige Belege aus unserem Korpus veranschaulichen (vgl. (1) *Actionabenteuer* (91–L’10),<sup>7</sup> (2) *Trendwende* (95–L’10), (3) *Lieblingslook* (31–L’10), (4) *Aschenbrödel-Story* (10–L’10).

### 3. ZUM KORPUS

Grundlage der Untersuchung sind jeweils zwei Ausgaben folgender Zeitschriften: „Das Lifestyle-Frauenmagazin *Laviva*“ und „freundin“ aus den Jahrgängen 2010 und 2011.<sup>8</sup> Das Korpus enthält 1335 Belege bzw. Anglizismen. Davon sind 346 Belege (26%) Mischkomposita<sup>9</sup> und nur 2 (0,1%) Scheinentlehnungen.<sup>10</sup>

#### 3.1. Klassifikation der Anglizismen nach Wortarten

Die Korpusanalyse zeigt, dass Substantive mit 93% unter den Anglizismen am häufigsten vorkommen.<sup>11</sup> Danach folgen die Adjektive mit 5% und anschließend die Verben mit 2%.

<sup>6</sup> Diese Gruppe ist im Rahmen unserer Untersuchung nicht relevant.

<sup>7</sup> Seite 91– Zeitschrift „*Laviva*“ 2010.

<sup>8</sup> Werbeanzeigen wurden absichtlich nicht analysiert, da der übermäßige Gebrauch von Anglizismen hier mit Verkaufszwecken verbunden ist und die Werbesprache mit Recht als eines der „Haupteinfallstore für Anglizismen“ gilt (Carstensen 1965).

<sup>9</sup> Die Anzahl der im Korpus gefundenen *hybriden Bildungen* beträgt 536. Davon sind sogar 346 Belege (65%) Mischkomposita.

<sup>10</sup> Das sind die Wörter *Handy* und *Talkmaster*.

<sup>11</sup> Laut Schäfer (2002: 78) werden in erster Linie Substantive entlehnt, in viel geringerem Maße Verben oder Adjektive, und funktionale Wortklassen – also das Grundgerüst der Sprache – so gut wie gar nicht.

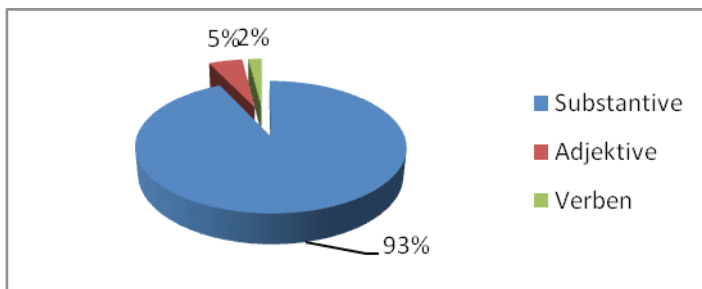


Abb. 2: Anglizismen – Anteil bestimmter Wortarten

Wie dies in den Jahren 2010 bzw. 2011 aussah, zeigen die folgenden Abbildungen.

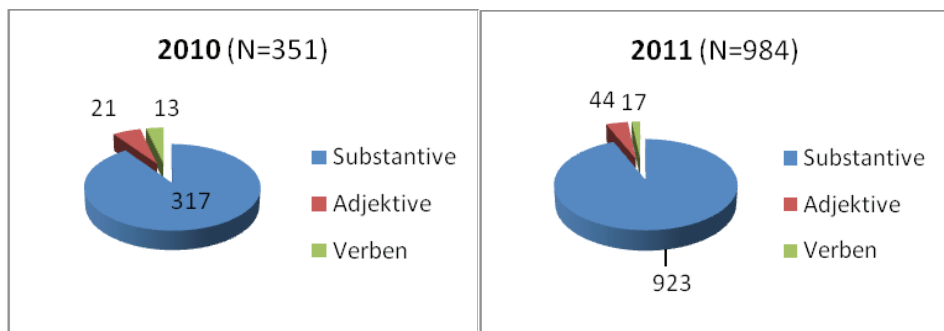


Abb. 3 und 4: Anglizismen – Anteil bestimmter Wortarten 2010 bzw. 2011

Es wird deutlich, dass die Gesamtzahl der verwendeten Anglizismen, abgesehen von der Wortart, in einem Jahr deutlich zugenommen hat. Die Anzahl der entlehnten Substantive ist fast ums Dreifache gestiegen. Die Anzahl der entlehnten Adjektive hat sich verdoppelt. Nur bei den Verben ist es zu keinem bedeutenden Anstieg gekommen. Natürlich sollte man aus mehreren Gründen mit Schlussfolgerungen dieser Art vorsichtig sein. Erstens, sind die Substantive<sup>12</sup> ohnehin die größte Wortklasse im Deutschen, die ständig wächst. Zweitens, ist der untersuchte Zeitabschnitt nicht groß genug, um die Untersuchung vom diachronischen Aspekt aus betrachten zu können. Folglich könnte der große Zuwachs an entlehnten Anglizismen reiner Zufall gewesen sein, der von Ausgabe zu Ausgabe variiert. Daher sind unseres Erachtens weitere Untersuchungen notwendig, um ein klareres Bild darüber zu bekommen und womöglich „mutigere“ Schlussfolgerungen hinsichtlich der neuen Tendenzen im Deutschen bzw. in der untersuchten Sondersprache ziehen zu können.

<sup>12</sup> Man denke z.B. an ihr Hauptmerkmal neue Sachen zu benennen.

### 3.2. Klassifikation der Anglizismen nach Themenbereichen

Führt man sich vor Augen welche Wörter englischen Ursprungs in unserem Korpus am häufigsten vorkommen, und das sind *Star*, *Look*, *Style* oder *Styling* und weiter Wörter wie *Trend*, *Beauty*, *Make-up*, wird zum Einen deutlich welche Themenbereiche auch am häufigsten vom übermäßigen Gebrauch der Anglizismen betroffen sind, zum Anderen sieht man welche Themen in Frauenzeitschriften überhaupt vertreten sind, denn die beiden untersuchten Zeitschriften sind gute Beispiele des Genres sozusagen überhaupt. Die Themenbereiche gehen aus den Rubriken hervor, die besonders gern mit Anglizismen betitelt werden. Vor allem die Rubriken *Fashion* und *Beauty* (Titel in „freundin“, in „Laviva“ heißen *mein Look* und *meine Schönheit*) wimmeln von Anglizismen. Das überrascht nicht, denn das Deutsche hat noch vor langer Zeit die Bekleidungstrends und das betreffende Sprachgut aus dem Englischen übernommen.

Wie bereits erwähnt wurde, haben wir das Korpus auf die Verteilung der Anglizismen in bestimmte Themenbereiche untersucht, und zwar indem wir die einzelnen Ausdrücke auf ihre Herkunft aus bestimmten semantischen Bereichen zurückgeführt haben. Bei gewissen Wörtern gibt es jedoch Überlappungen. So kann man bzw. eher frau, beispielsweise, *Styling-Tipps* und *Styling-Tricks* in Sachen Mode oder aber in puncto Schönheit anwenden. Obwohl sich demnach ein gewisser Prozentsatz der Entlehnungen nicht eindeutig zuordnen lässt, was diesen Teil der Untersuchung etwas vage und arbiträr macht, verdeutlicht unsere Untersuchung dennoch in welchen Themenbereichen unseres Korpus die Anglizismen am meisten vertreten sind (vgl. Abb. 5).

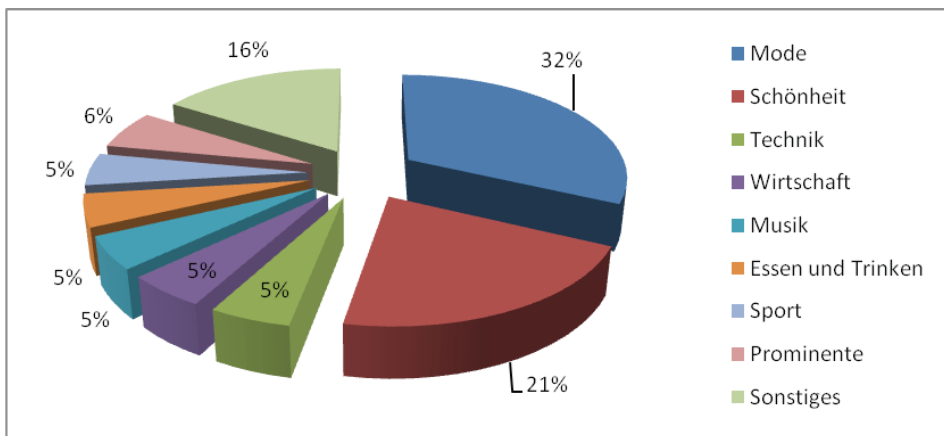


Abb. 5: Klassifikation der Anglizismen nach Themenbereichen

Es ergibt sich, wie erwartet, dass Wörter aus dem Bereich Mode und Schönheit die Spitzenposition einnehmen. Danach folgen Technik (16%), Prominente (6%) und die restlichen gleichmäßig vertretenen Bereiche. Bei näherer Betrachtung der untersuchten Zeitschriften fällt zudem auf, dass die Rubrik zu Reisen in "freundin" *travel* heißt, aber kaum Anglizismen enthält, außer den schon integrierten Ausdrücken *Shopping* (*shoppen*) und *Campingplatz*. Die Rubrik *meine Küche* enthält in "La-viva" Themen wie *Food-Test* und *Food-Guide*, jedoch finden sich auch darin kaum Anglizismen. Folglich enthalten die Rubriken, die mehr Text haben und mehr Informationen überbringen, kaum Anglizismen, denn darin wird tatsächlich etwas mitgeteilt, anders als in den Rubriken *Beauty* und *Fashion*, in denen der Text vielfach auf vereinzelte kurze, oft elliptische Sätze unter Bildern begrenzt ist, z.B. *Vom Büro-Make-up zum After-Work-Glamour* oder *der Tagsüber-Look für Business-Frauen*, oder wenn der *trendreport* über die neuesten Entwicklungen im Bereich Mode oder Kosmetikprodukte berichtet.

### 3.3. Analyse der Mischkomposita

Wie oben schon erwähnt wurde, stehen die Mischkomposita im Zentrum unserer Untersuchung. Die 346 Belege werden bezüglich der Orthographie, Flexion und der Wortbildung analysiert.

#### 3.3.1. Orthographische Integration

Unter den Mischkomposita können folgende orthographische Versuche beobachtet werden.

a) Das Mischkompositum wird zusammengeschrieben:

(5) *Baumwollmix* (24–f'10)

(6) *Shiftkleider* (33–f'10).

b) Das Mischkompositum enthält einen Bindestrich:

(7) *Fashion-Szene* (46–f'10)

(8) *Strand-Beauty* (91–L'11).

c) Das Mischkompositum wird getrennt geschrieben<sup>13</sup> – was im Deutschen normwidrig ist, im Englischen jedoch akzeptabel (vgl. z.B. *fair play*):

(9) *Wellness ABC* (42–L'10).

Die folgende Abbildung stellt die Häufigkeit dieser drei Schreibweisen im untersuchten Korpus dar.

<sup>13</sup> Im Korpus wurde nur ein solches Beispiel gefunden.



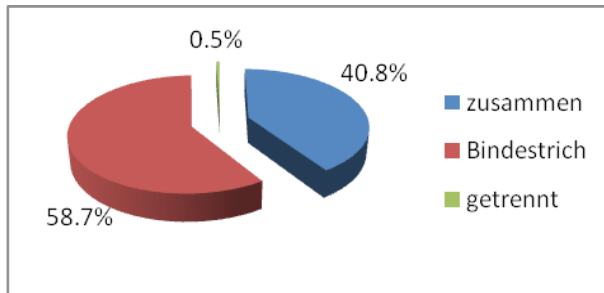


Abb. 6: Schreibweisen der Mischkomposita (N=346)

Doppelte Schreibweisen (mit und ohne Bindestrich) sind zwar selten, aber möglich, wie es den folgenden Beispielen zu entnehmen ist:

(10) *Starfotograf* (60–L'11) vs. (11) *Star-Fotograf(in)* (85–f'11).

Als besonders interessant erweisen sich auch einige sehr produktive englische Nomina, wie z.B. das schon genannte *Star-*, *Top-*, *Beauty-*, *Styling-*, *Power-* u.a.m, da sie mal zusammen mit dem deutschen Element geschrieben werden, mal mit einem Bindestrich.

(12) *Topform* (180–f'11) vs. (13) *Top-Glanz* (82–f'11)

(14) *Beautykonzern* (10–L'10) vs. (15) *Beauty-Geschenke* (5–L'11)

(16) *Stylingprodukt* (82–f'11) vs. (17) *Styling-Berater* (36–L'11)

(18) *Powerfrau* (96–f'11) vs. (19) *Power-Farben* (13–f'11).

Ein Grund dafür könnte die Gebrauchshäufigkeit einzelner Mischkomposita sein, auf die wir jedoch nicht näher eingehen, d.h. dass diejenigen Lexeme, die häufiger oder regelmäßiger verwendet werden, zusammengeschrieben werden. Der Bindestrich, der sonst im Deutschen die Funktion der Verständlichkeitserleichterung bei mehrgliedrigen Zusammensetzungen erfüllt, könnte in unserem Fall darauf hindeuten, dass es sich um weniger angepasste Komposita handelt. Burmasova (2010) erklärt die Bindestrichschreibung in diesem Sinne „als eine Übergangsstufe von der Getrennt- zur Zusammenschreibung auf dem Weg der Integration in das deutsche Sprachsystem“. Die Zeit wird zeigen, ob aus den oben genannten okkasionellen Bildungen usuelle Bildungen entstehen werden.

In Bezug auf die Großschreibung der Substantive im Deutschen, konnten wir feststellen, dass alle entlehnten Substantive in den untersuchten Mischkomposita dieses wichtige Merkmal der deutschen Rechtschreibung aufweisen, wie es den oben erwähnten Beispielen zu entnehmen ist.

### 3.1.2. Grammatische Integration

Substantivische Anglizismen als Kompositionsglieder werden nach den Regeln des Deutschen flektiert. Eine Besonderheit des Deutschen stellt das Genus der substantivischen Komposita dar, das vom Zweitglied bzw. Grundwort bestimm-

mt wird. Wenn das englische Element in der Zusammensetzung als Grundwort erscheint, richtet sich das Genus entweder nach dem Genus des in der Sprache schon vorhandenen oder semantisch benachbarten Wortes.<sup>14</sup> Vgl.:

(21) *Ein entspannter Familien-Trip* entlang der Vezere. (120–f'11) (→ Maskulin, weil *der Ausflug*)

(22) Besitzen Wirkstoffe aus der Natur *die gleiche Pflege-Power* wie die synthetisch gewonnenen aus dem Labor? (60f.–f'10) (→ Feminin, weil *die Kraft/Macht/Stärke*)

Bei der Pluralbildung erscheint das auch im Deutschen vorkommende Morphem -s, außer beim Auslaut auf -s, wie die folgenden Beispiele verdeutlichen.

(23) *Film-Beautys*<sup>15</sup> lassen ihr Haar in speziellen Spas zum Strahlen bringen. (80–f'11)

(24) Luftige *Hängeboards* in verschiedenen Größen [...]. (134–f'11)

(25) Ideal für den Transport ins Büro: *Plastikboxen*, bei denen nichts auslaufen kann. (108–f'10)

### 3.1.3. Wortbildungsmuster der Mischkomposita

Wie in 2.2. schon erwähnt wurde, kann das englische Wortbildungselement als Bestimmungswort oder Grundwort fungieren. Das lässt sich wie folgt darstellen:

Bestimmungswort:	Grundwort:	Mischkompositum – Beispiel:
<i>englisch</i>	<i>deutsch</i>	(26) <i>Wellnessbereich</i> (77–L'10)
<i>deutsch</i>	<i>englisch</i>	(27) <i>Agentenstory</i> (168–f'11)

Aus der Korpusanalyse wird deutlich, dass Mischkomposita mit dem englischen Kompositionsglied an der ersten Stelle und dem deutschen an der zweiten mit 53% überwiegen (vgl. Abb. 7).

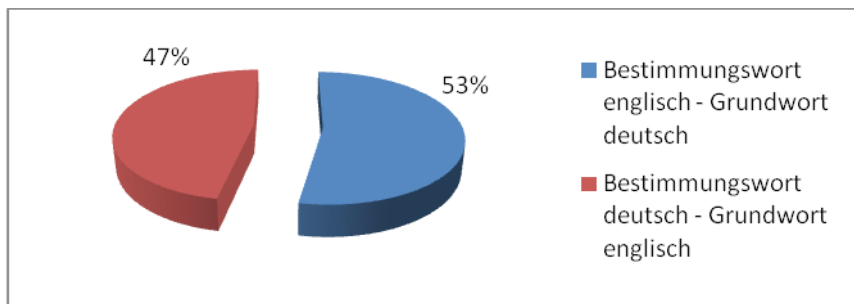


Abb. 7: Reihenfolge des Bestimmungs- bzw. Grundwortes bei Mischkomposita (N=346)

<sup>14</sup> Ein zusätzliches Kriterium stellt z.B. der Wortauslaut dar. So sind die Substantive auf *-ion*, *-ness*, *-ity* u.a.m. feminin, auf *-er* und *-or* maskulin und auf *-ment*, *-ing*, *-al* neutral.

<sup>15</sup> Im Englischen lautet der Plural *beauties*.

Eine solche Tendenz bestätigen die Untersuchungen von Krause-Braun (2002), sowie Burmasova (2010). Krause-Braun erklärt diese Tatsache dadurch, dass das Grundwort am Wortende den wesentlichen Informationsgehalt ausmacht. Aus diesem Grund ist die Gefahr des Nichtverstandenwerdens viel größer, wenn ein englisches Wort, mit dem die Rezipienten nicht vertraut sind, als Zweitglied erscheint. Zudem ist mit einem indigenen Zweitelement die Flexion viel einfacher. Nach Krause-Braun wirkt die indigene Endkonstituente assimilierend.

Interessanterweise meldet sich in unserem Korpus eine Sondergruppe dreigliedriger Mischkomposita in Bezug auf die Reihenfolge und die Kombination ihrer Konstituenten. Vgl.:

(28) *Canvas-Leder-Pumps* (26-f'11)

(29) *Zeitmanagement-Experte* (87-f'10).

#### 4. SOZIOLINGUISTISCHE ROLLE DES ENGLISCHEN IN DER SPRACHE DEUTSCHER FRAUENZEITSCHRIFTEN

Die Gründe für den intensiven Gebrauch des Englischen in der Sprache deutscher Frauenzeitschriften sind verschieden. Die Anglizismen richten sich hier in erster Linie an eine bestimmte Zielgruppe jüngerer moderner Frauen, mit der Absicht, ein bestimmtes Lebensgefühl oder Image zu vermitteln. In den meisten Fällen werden englische Ausdrücke bevorzugt, um den Texten ein ungewöhnliches, auffälligeres, „cooler“ Flair zu verleihen, obwohl völlig äquivalente deutsche Lexeme vorhanden sind. Konventionalisierte Anglizismen<sup>16</sup> wie *Jeans*, *Shirt*, *Top*, *Trenchcoat*, *Sneakers* sind aus der deutschen Sprache nicht mehr wegzudenken, aber warum es plötzlich auch immer öfter *Boots* und *Pants* heißt, bei den völlig *okayen*<sup>17</sup> deutschen Äquivalenten wie Stiefel und Hose, ist ein interessantes und auffallendes Detail.

Dass die Sprachökonomie auch eine Rolle spielt, merkt man, wenn man sich in die Analyse einiger Belege vertieft. Der Anglizismus ist nämlich häufig kürzer als das deutsche Äquivalent, z.B. *Baumwollmix* statt *Baumwollmischung*, *Top-Glanz* statt *Spitzenglanz*, *Film-Beautys* statt *Filmschönheiten*, was möglicherweise ein Grund ist, wenn platzsparend vorgegangen werden muss. Bei den Mischkomposita aus unserem Korpus ist dies ebenso auffallend, denn statt einem praktisch abgekürzten Anglizis-

<sup>16</sup> Yang (1990) unterscheidet Anglizismen in drei Typen von Entlehnungen: Konventionalisierte Anglizismen (*Computer*, *Jeans*), Anglizismen im Konventionalisierungsprozess (*Underdog*, *Factory*), und Zitatwörter, Eigennamen und Verwandtes (*High School*, *US-Army*).

<sup>17</sup> Hier sei auf eine interessante Entwicklung unter den Adjektiven verwiesen, vor allem auf das Wort *okay*, vor nicht so langer Zeit noch lieber abgekürzt als *OK*, wird es neuerdings im Deutschen sogar dekliniert, wie im Beispiel: „...würden auf den völlig *okayen* Nachnamen Voll hören...“ (30-f'11). Ähnlich geschieht es mit dem Adjektiv *trendy*, welches, um dekliniert werden zu können das Suffix *-ig* bekommt, oder gar *-gerecht*. In unserem Korpus findet sich *trendy* am häufigsten, den zweiten Platz teilen sich *trendig* und *trendgerecht*, gleich oft vertreten.

mus wie *Bügel-Bag* müsste man im Deutschen eine Wortgruppe verwenden, etwa *Tasche mit (eingenähtem) Bügel*, oder *Fifties-Anzüge* (Anzüge im Stil der 50er Jahre). Manchmal ist das englische Element auch recht vage z. B. *Canvas-Umhängetasche*. Was für ein Stoff ist *Canvas*? Oder wie viele wissen, dass es sich um einen Stoff handelt?

Anglizismen scheinen außerdem zu einem bedeutenden Stilmittel zu gehören. Will der Autor sich nicht wiederholen, wird ein Anglizismus quasi als Synonym verwendet, z. B. „Die Wunderwaffe gegen Augenringe heißt *Concealer*. Welche Art der *Abdeckcreme* die beste für Sie ist.“

Auffallend ist außerdem, dass der Bindestrich immer häufiger verwendet wird, nicht nur bei Mischkomposita, sondern auch bei deutschen Zusammensetzungen, z. B. *Kino-Abend*, in *Wüsten-Tönen*. Man könnte diese Tendenz auf den Einfluss des Denglisch zurückführen, denn nicht selten beeinflusst es die deutsche Sprache nach dem eigenen (oft schlechten) Vorbild.<sup>18</sup>

## 5. SCHLUSSBEMERKUNGEN

Unsere Untersuchung zeigt, dass die Anglizismen in der Sprache deutscher Frauenzeitschriften unumgänglich sind. In welchen Fällen sie eine Lücke im Wortschatz füllen und in welchem Maße sie sprachökonomisch (nicht) sein können, sieht man vor allem an den untersuchten Mischkomposita, die immerhin 26% des gesamten Korpus ausmachen. Unsere 346 Belege verdeutlichen, wie sich die Mischkomposita in der Sprache deutscher Frauenzeitschriften in Bezug auf ihre Orthographie, Flexion und Wortbildung integriert haben. Obwohl hier nicht die Allgemeinsprache, sondern eine Sondersprache untersucht wurde, zeigt unsere Untersuchung eine bestimmte Offenheit und Flexibilität des deutschen Sprachsystems neuen Einflüssen gegenüber. Einerseits zeugen Mischkomposita also von einem bedeutenden englischen Einfluss, andererseits äußert sich darin vielmehr die Besonderheit und Fähigkeit des Deutschen diese Bildungen mit den eigenen Mitteln anzupassen. Daher wäre es nützlich, auch andere Sondersprachen sowie die Allgemeinsprache nach diesen Bildungen zu untersuchen, um ähnliche bzw. unterschiedliche Tendenzen feststellen zu können. Die Frage der Verständlichkeit der Mischkomposita, die im Rahmen dieses Beitrags aus Platzgründen leider unbeachtet blieb, würde auch einen interessanten Einblick in die Rezeption solcher Bildungen bei der Leserschaft gewähren.

---

<sup>18</sup> Diesen Umstand beklagt z. B. Ageliki Ikonomidis in den Sprachnachrichten.

LITERATURVERZEICHNIS

- Baumann, Katharina. 2002. „Entwicklungen beim Gebrauch von Anglizismen in Werbetexten aus Ost- und Westdeutschland“. *Deutsch als Fremdsprache* 3: 138–143.
- Bohmann, Stephanie. 1996. *Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werbebranche*. Marburg: Tectum Verlag.
- Braun, Peter. 1998. *Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache*. Stuttgart: W. Kohlhammer.
- Burmasova, Svetlana. 2010. *Empirische Untersuchung der Anglizismen im Deutschen am Material der Zeitung Die Welt (Jahrgänge 1994 und 2004)*. Bamberg: University of Bamberg Press. <http://www.opus-bayern.de/uni-bamberg/>
- Carstensen, Broder. 1965. *Englische Einflüsse auf die deutsche Sprache nach 1945*. Heidelberg: Winter.
- Carstensen, Broder. 1979a. „Evidente und latente Einflüsse Englischen auf das Deutsche“. In: Braun, Peter (Hrsg.). 1979. *Fremdwort-Diskussion*. München: 90–94.
- Carstensen, Broder. 1979b. „Morphologische Eigenwege des Deutschen bei der Übernahme englischen Wortmaterials“. *Arbeiten aus Anglistik und Amerikanistik*. Bd. 4. Graz: 155 – 170.
- Czichocki, Sieglinde und Pavica Mrazović. 1983. *Lexikologie der deutschen Sprache*. Novi Sad: Universität Novi Sad.
- Cimer, Sanja et al. 2008. „Anglizismen in der Werbung für Mobiltelefonie“. In: Preljević, V. und Smailagić, V. Hrsg. 2008. *Transformationsräume: Aspekte des Wandels in deutscher Sprache, Literatur und Kultur*. Sarajevo: Bosnische philologische Gesellschaft. 109–128.
- Duckworth, David. 1979. „Der Einfluss des Englischen seit 1945“. In: Braun, Peter (Hrsg.). 1979. *Fremdwort-Diskussion*. München: 212–245.
- Filipović, Rudolf. 1986. *Teorija jezika u kontaktu: uvod u lingvistiku jezičnih dodira*. Zagreb: JAZU: Školska knjiga.
- Fleischer, Wolfgang und Irmhild Barz. 1995. *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Niemeyer.
- Glück, Helmut und Wolfgang Werner Sauer. 1997. *Gegenwartsdeutsch*. Stuttgart-Weimar: J. B. Metzler.
- Hoffmann, Dirk. 2003–2004. „Die Bewertung von Anglizismen im gesprochenen Deutsch“. *AnglogermanicaOnline*. <http://anglogermanica.uv.es:8080/Journal/Viewer.aspx?Year=2003-04&ID=hofmann1.pdf> (12. 04. 2010)
- Ikonomidis, Ageliki. 2010. „Der denglische Patient“. *Sprachnachrichten* 46. Dortmund: Verein Deutsche Sprache e. V. 13–14.

- Kirkness, Alan. 1976. „Zur Lexikologie und Lexikographie des Fremdwortes“. In: Probleme der Lexikologie und Lexikographie. Jahrbuch 1975 des Instituts für deutsche Sprache. 1976. Düsseldorf: 226 – 241.
- [http://www.germanistik.uni-wuerzburg.de/fileadmin/05010400/Studium/Vorlesungen/Einfuehrung\\_0809/Alan\\_Kirkness\\_-\\_Zur\\_Lexikologie\\_und\\_Lexikographie\\_des\\_Fremdwortes.pdf](http://www.germanistik.uni-wuerzburg.de/fileadmin/05010400/Studium/Vorlesungen/Einfuehrung_0809/Alan_Kirkness_-_Zur_Lexikologie_und_Lexikographie_des_Fremdwortes.pdf) (01.08.2011)
- Kirkness, Alan. 2007. „Deutsches Fremdwörterbuch R–Z: Rückblick und Ausblick“. In: Kämper, Hedrun/ Eichinger, Ludwig M. (Hrsg.). 2007. *Sprach-Perspektiven. Germanistische Linguistik und das Institut für Deutsche Sprache*. Tübingen: 133–149.
- Krause-Braun, Christiane. 2002. „Aliens in der deutschen Pressesprache“. *Muttersprache* 112: 155–173.
- Plümer, Nicole. 2000. *Anglizismus-Purismus-Sprachliche Identität. Eine Untersuchung zu den Anglizismen in der deutschen und französischen Mediensprache*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Schäfer, Werner. 2002. „Von Handys und Erbox. Zur Diskussion um Anglizismen im heutigen Deutsch“. *Deutsch als Fremdsprache* 2: 75–81.
- Schütte, Dagmar. 1996. *Das schöne Fremde: anglo-amerikanische Einflüsse auf die Sprache der deutschen Zeitschriftenwerbung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wahrig, Gerhard. 2001. *Deutsches Wörterbuch*. Gütersloh/München: Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH.
- Weinreich, Uriel. 1977. *Sprachen in Kontakt: Ergebnisse und Probleme der Zweisprachigkeitsforschung*. München: Beck.
- Zimmer, Dieter E. 1997. *Deutsch und anders. Die Sprache im Modernisierungsfieber*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Zindler, Horst. 1959. *Anglizismen in der deutschen Presse nach 1945*. Diss.Universität Kiel.
- Yang, Wenliang. 1990. *Anglizismen im Deutschen: am Beispiel des Nachrichtenmagazins Der Spiegel*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

#### Belegquellen:

- “freundin”, 5/2010. München: freundin Verlag GmbH.
- “freundin”, 7/2010. München: freundin Verlag GmbH.
- “Laviva”. Das Lifestyle-Frauenmagazin, Februar 2010. Köln: REWE-Verlag GmbH.
- “Laviva”. Das Lifestyle-Frauenmagazin, April 2011. Köln: REWE-Verlag GmbH.

Lana Ž. Mayer  
Manuela N. Putnik

FROM *POWERFRAUEN* TO *JUNK-FOOD-ESSER*: ANGLICISMS  
IN THE LANGUAGE OF GERMAN WOMEN'S MAGAZINES

Summary

This paper examines anglicisms in the language of German women's magazines. Although a very common phenomenon in the German language, the term 'anglicism' is still not sufficiently determined, as the paper shows. The empirical analysis has shown that the English influence is significant, especially in borrowing nouns, less in borrowing adjectives and verbs. A semantic analysis of the anglicisms proves most words to belong to thematic fields such as fashion and beauty. Hybrid compounds, the so-called *Mischkomposita*, were examined more thoroughly. The 346 examples have shown that the orthographic, grammatical features and those regarding word formation follow the rules of the German language. Hyphenated compounds are the most common in our corpus, which could mean that most of them still are occasional formations, on their way to integration. As to the possible reasons for the abundant use of anglicisms in women's magazines, we suggest stylistic and space saving motives. We also observed that recently, possibly due to the English influence, German compounds seem to be tending to hyphenation.

*Key words:* anglicisms, German women's magazines, hybrid compounds.