

Wortkreuzungen und ihre textuellen Leistungen

Selma WEHRL

1. Einleitung

Täglich begegnen uns Wortspiele unterschiedlicher Art, und zwar nicht nur in poetischen Texten, sondern immer häufiger auch in den sog. Gebrauchstexten, vor allem in der Werbung – im weitesten Sinne des Wortes: in (überwiegend meinungsbetonten) Presstexten, aber auch „in anderen Kommunikationsbereichen, in denen mit bewußter und innovativer sprachlicher Gestaltung Wirkungen auf den Rezipienten erzielt werden sollen, [...]“ (Poethe 2002:30). So heißt z.B. ein Friseursalon in Krefeld *Well-Kamm*:



Abbildung 1

Dieser Name löst zunächst Befremden aus: wenn man sich seine lautliche Form vergegenwärtigt, erinnert er an das englische Wort *welcome*¹, weicht jedoch in der Graphie davon ab. Man erkennt das Wort *Kamm*, das durch die vorgenommene Worttrennung und Großschreibung deutlich zum Ausdruck kommt und in eindeutiger semantischer Beziehung zum Wort *Haarstudio* steht. Es wird klar: um dem Friseursalon einen möglichst originellen und einprägsamen Namen zu geben, wurde *Kamm* in *wel(l)come* integriert. Solche Bildungen nennt man Wortkreuzungen² und sie stellen eine besondere Art des Wortspiels innerhalb der Wortbildung dar.

Wortkreuzungen sind überwiegend Substantive – wie in dem oben genannten Beispiel oder bei *Knutella* (< *Knut* + *Nutella*), *Zehnsation* (< *zehn* + *Sensation*) usw., vereinzelt kommen auch Adjektive und Verben vor wie *computent* (< *Computer* + *kompetent*) oder *verschlimmbessern* (< *verschlimmern* + *verbessern*). Obwohl sie auf den

¹ Das Wort wird in anderen Sprachen oft falsch mit *ll* geschrieben (*wellcome*).

² In der Fachliteratur werden sie noch als *Verschmelzung*, *Kontamination*, *Blending*, *Kofferwort*, etc. bezeichnet.

ersten Blick als „Fehler“ wirken, handelt es sich dabei immer um absichtlich erzeugte Wortbildungen, weswegen sie von den sog. Kontaminationen als Versprechern zu unterscheiden sind, zumindest was die sprachwissenschaftlichen Darstellungen dieses Phänomens betrifft.

Wortkreuzungen weisen keine „regelmäßige[n], grammatikalisierte[n] Bildungsmuster“ auf (Schmid 2003:277), weichen also vom ‚Üblichen‘ ab, und trotzdem, oder gerade deswegen, werden sie von Sprachbenutzern immer häufiger gebildet und verwendet. Die meisten Wortkreuzungen für die vorliegende Arbeit wurden in diversen Werbetexten, auf Flyern, in Broschüren und Prospekten gefunden; einige Beispiele stammen aus Presstexten und sogar von einem Strafzettel für Falschparken usw., was von einer relativ starken Verbreitung dieses Wortbildungsphänomens zeugt.

Es wird klar, dass die Wortbildung allein, die vor allem den formalen Bau von Wörtern untersucht, keine Antwort auf die Frage geben kann, warum sich Wortkreuzungen einer immer größeren Beliebtheit erfreuen. Dazu muss der textlinguistische Ansatz gewählt und die Analyse ihrer Funktionen an konkreten Texten vorgenommen werden, woraus sich dann Rückschlüsse auf die Bedürfnisse der Sprachbenutzer bezüglich der sprachlichen Ausdrucksmöglichkeiten ziehen lassen.

Wortkreuzungen werden hier ausschließlich in schriftlichen Texten untersucht, weil sie nur geschrieben immer eindeutig als Wortspiele interpretiert werden, in der gesprochenen Sprache würden manche Wortkreuzungen wirkungslos bleiben wegen des minimalen oder gar fehlenden phonetischen Unterschieds zu einem der Ausgangswörter wie in unserem Beispiel *welcome* und *Well-Kamm* [ˈwelkʌm] und [ˈvelkam] oder bei *Angeboot* und *Angebot* [ˈangəbo:t]. Außerdem wird durch die Möglichkeit des (evtl. mehrmaligen) Nachlesens dem Rezipienten erleichtert, ein Wortspiel nicht nur wahrzunehmen, sondern auch zu verstehen.

2. Begriffserklärung

In der Fachliteratur mangelt es nicht an Definitionen der Wortkreuzung. Man schreibt von einer „Vermischung zweier Ausdrücke zu einem neuen Wort“ (Metzler 1993:331), vom „Zusammenziehen zweier Wörter zu einem Wort“ (Duden 2005:678); es handelt sich um „inhalts- und ausdrucksseitige Zusammenfügung von freien Wörtern“ (Ronneberger-Sibold 2005:211), um „Ineinanderschieben oder Verschmelzen zweier Lexeme“ (Heibert 1993:76) oder darum, dass „zwei Wörter ineinander verschachtelt werden“ (Donalies 2005:89) usw. Doch bei allen Definitionsversuchen bleibt es mehr oder weniger unklar, wie eine Wortkreuzung tatsächlich beschaffen sein soll, wenn man keine konkreten Beispiele vor Augen hat. Deshalb wird fast jede Definition durch zusätzliche Erklärungen ergänzt. In diesem Beitrag wird keine neue Definition der Wortkreuzung angestrebt, es werden vielmehr die relevanten Eigenschaften der Wortkreuzungen angeführt und unter verschiedenen Aspekten diskutiert.

Als erstes kann man festhalten, dass alle Wortkreuzungen aus zwei voneinander unabhängigen Wörtern³ entstehen. Nur Cannon (2000:952) und Ronneberger-Sibold (2005:207f.) sprechen von der zwar seltenen Möglichkeit, Wortkreuzungen aus drei bzw. mehreren Wörtern zu bilden. Dazu bietet aber nur Ronneberger-Sibold zwei Beispiele, nämlich *Cujasuma* (< *Cuba* + *Java* + *Sumatra*, S. 205) und *Subrajama* (< *Sumatra* + *Brasilien* + *Java*, S. 210). Besonders im letzten Beispiel wird deutlich, dass es sich hier

³ Die zwei Wörter bilden kein Syntagma und sind nicht Elemente anderer fester Verbindungen, vgl. auch Ronneberger-Sibold (2005:211).

um keine Wortkreuzung, sondern um ein anders entstandenes Kunstwort handelt, da man sonst die Herkunft der Endung *-ma* nicht erklären kann. Außerdem braucht man, um etwas zu kreuzen, egal ob es sich um Wörter oder Lebewesen handelt, zunächst nur zwei Elemente. In den beiden Beispielen ist weder die Form noch der Inhalt verschränkt (es handelt sich um den Namen einer Tabaksorte). Diese Feststellung führt uns zu einer ganz wichtigen Frage, nämlich was bei den Wortkreuzungen eigentlich verschränkt wird – die Form oder der Inhalt? Oder beides?

Die meisten Wortkreuzungen weisen in beiden Ausgangswörtern graphisch und / oder phonologisch gleiche oder ähnliche Elemente auf, die dann als die Stelle der 'Kreuzung' genutzt werden wie bei *Fomularifari* (< *Formular* + *Larifari*) (vgl. dazu auch Schulz 2004:301 und Windisch 1991:39). In solchen Fällen ist der Kreuzungsvorgang offensichtlich und nachvollziehbar. Viel seltener sind Beispiele, wo Ausgangswörter keinerlei formale Gemeinsamkeiten haben wie bei *Schiege* (< *Schaf* + *Ziege*), weswegen sie auch als weniger transparent gelten. Jedenfalls kann festgestellt werden, dass es bei der Bildung von Wortkreuzungen immer zu einer ausdrucksseitigen Verschränkung der beiden Ausgangswörter kommt, und das ist verständlich, weil eben die Form des so entstandenen Sprachgebildes dazu dient, die Aufmerksamkeit der Rezipienten zu wecken, und dies ist die grundlegende Funktion der Wortkreuzungen.

Was die Inhaltsseite der Wortkreuzungen betrifft, können wir feststellen, dass es zu Überschneidungen der Bedeutungen der Ausgangswörter kommt – eine *Schiege* ist zugleich *Schaf* und *Ziege*, *Rieslaner* ist zugleich *Riesling* und *Silvaner*, um zwei ganz einleuchtende Beispiele zu nennen. Hansen (1963:123) führt in einer Fußnote das Zitat von Horn (S. 350) an, wonach dem „Mischbegriff“ ein „Mischwort“ entspricht. Da jedes Wort einen bestimmten Inhalt in einer bestimmten Form transponiert, geht man im Allgemeinen davon aus, dass auch die Bildung von Wortkreuzungen inhaltlich motiviert ist (vgl. Windisch 1991:39f.). Aber oft handelt es sich um keine einfachen 'Kreuzungen' der Inhaltsseiten beider Ausgangswörter, vielmehr will man mit einer Wortkreuzung auf eine nicht alltägliche, witzige und zugleich ökonomische Weise einen Begriff benennen, der sonst nur durch eine umständliche Paraphrase beschrieben werden müsste, wodurch der komische Effekt verloren ginge. Dazu kommen auch Beispiele wie *Haarlekin* (< *Haar* + *Harlekin*, Name eines Friseursalons), wo man von gar keiner verschränkten Bedeutung sprechen kann, und zwar nicht nur, weil es sich hier um einen Namen handelt. Der Zusammenhang zwischen *Haar* und Friseursalon ist nachvollziehbar, unklar vom inhaltlichen Bezug her bleibt aber das Wort *Harlekin*. Hier ist also die Wortkreuzung nur zum Teil inhaltlich motiviert, vielmehr ging es dabei um die Bildung eines möglichst originellen und einprägsamen Namens. Es ist also offensichtlich, um mit Freud (1948:16) zu sprechen, dass der Witzcharakter solcher Beispiele nicht dem Gedanken anhafte, sondern dass er im Wortlaut seines Ausdruckes zu suchen sei.

Wie Hansen (1963:135) treffend bemerkt, bedarf es bei Wortkreuzungen manchmal keines echten Anlasses, sie zu bilden.

„Die durch die Lautform nahegelegten, im wahrsten Sinne des Wortes ‚reizvollen‘ Möglichkeiten formaler Verknüpfung sind den Sprechern häufig schon Motiv genug, ein Wort mit anderen zu verschmelzen, woraus sich schließlich eine ganze Geschichte entwickeln kann, deren ‚Witz‘ allein auf der Überwindung der Schwierigkeit beruht, ein Wort mit möglichst vielfältigen Kombinationsmöglichkeiten zu ermitteln und die resultierenden Formen gehäuft in einen halbwegs sinnvollen, wenn möglich witzigen Zusammenhang zu bringen.“

Ein solches Beispiel sind die zahlreichen Wortkreuzungen mit dem Namen des Bärenbabys Knut, die sich eine Werbe- und Marketing Firma als Antwort auf die 'Knut-Hysterie' zusammengereimt hat: *Knutella*, *Knutwurst* (< *Knut* + *Blutwurst*) von *Knutfried* (< *Knut* + *Gutfried*) mit *Knutamat* (< *Knut* + *Glutamat*), oder *Knucci* (< *Knut* + *Gucci*). Der Witz wird noch gesteigert durch die entsprechenden Bilder. Hier zeigt sich auch deutlich, wie Wortkreuzungen zum Ausdruck starker Bewertungen benutzt werden können – die Autoren dieser Wortspiele wollten die Übertriebenheit der allgegenwärtigen Vermarktung des kleinen Bären zum Ausdruck bringen, indem sie Knut sarkastisch in Zusammenhang brachten mit Nahrungsmitteln (Nutella und Wurst aus Knutpelz / -fleisch) und anderen Gebrauchsgegenständen (Tasche aus Knutpelz), dies zwar äußerst knapp und treffend, mit wenigen Worten, dafür aber mit umso größerer Wirkung. Die Kürze ist die Eigenschaft der Witze schlechthin: „Der Witz sagt, was er sagt, nicht immer in wenig, aber immer in zu wenig Worten, d.h. in Worten, die nach strenger Logik oder gemeiner Denk- und Redeweise dazu nicht genügen. Er kann es schließlich geradezu sagen, indem er es verschweigt“ (Lipps, S. 90 zitiert nach Freud 1948:10f.).



Abbildung 2



Abbildung 3

Abbildung 4 (Quelle: <http://www.heute-online.ch/news/tierisch/artikel60319>)

3. Wortkreuzung im Rahmen der Wortbildung

Wie bei allen anderen Wortbildungen, kommt es auch bei der Bildung von Wortkreuzungen zur Univerbierung – aus „Wortmehrheiten“ bzw. aus zwei Ausgangswörtern wird eine „Worteinheit“, d.h. ein Wort. Dazu sind alle Wortkreuzungen „stets den Morphemen und Silben nach kürzer als die Summe der Ausgangselemente“ (Schulz 2004:294). Aufgrund dieser Eigenschaft lassen sich Wortkreuzungen formal von Komposita unterscheiden. Aber der Wortbildungsprozess betrifft nicht nur die Ausdrucksseite, vielmehr werden Wortkreuzungen gebildet, um bestimmte Begriffe oder Sachverhalte zu benennen, also um neue Nominationseinheiten zu schaffen.

Abgesehen von wenigen lexikalisierten Beispielen wie *Teuro* (< *teuer* + *Euro*), *jein* (< *ja* + *nein*) usw., sind Wortkreuzungen Okkasionalismen, die für einen bestimmten Text gebildet und kaum in anderen (Kon)Texten gebraucht werden, weil sie, wie alle anderen okkasionalen Bildungen, erst im betreffenden (Kon)Text verständlich sind, auch wenn sie ausdrucksseitig durchsichtig sind. Was eine *Kuh-munity* ist, werden wir außerhalb des Kontextes kaum verstehen können, auch wenn wir aufgrund der Segmente der Wortkreuzung auf die zugrunde liegenden Ausgangswörter schließen können: *Kuh* + *Community*. Erst wenn wir dieses Wort auf der Verpackung der Milka-Schokolade sehen und den dazu gehörenden Text (*Fühl dich geborgen... und werde Mitglied in der Milka Kuh-munity! Genau das Richtige für echte Milka-Fans.*) rezipieren, wird uns die Bedeutung der Kreuzung klar – es geht um eine Community für alle Milka-Fans.



Abbildung 5

(Quelle: http://artundweise.glonz.com/outputFileData/2587230/milka_kuhmu2.jpg)

Die Kontextgebundenheit der Wortkreuzungen bedeutet jedoch nicht, dass sie zwangsläufig „kurzlebig“ sind – sie bestehen i.d.R. so lange wie der damit bezeichnete Sachverhalt.

In der Fachliteratur liest man immer wieder, dass Wortkreuzungen kein produktiver Wortbildungstyp sind, und das wird immer in Verbindung zu ihrer „normabweichenden“ bzw. „pomalen“ Ausdrucksform gebracht.

„Der Begriff der Abweichung wird in der Linguistik allgemein für sprachliche Äußerungen verwendet, die sich nicht mit Normen und/oder Regeln und/oder Konventionen verschiedenster Art vereinbaren lassen“ (Dittgen 1989:13).

In diesem Fall handelt es sich um gängige Wortbildungsmuster, von denen abgewichen wird, aber das geschieht nicht zufällig, sondern absichtlich, schließlich spielt hier Kreativität eine sehr wichtige Rolle. Genau diese Abweichung oder Anomalie ist ein Signal für den Rezipienten dafür, dass er es mit etwas Besonderem, Neuem und Ungewöhnlichem zu tun hat, was ihn dann zu einer eingehenderen Beschäftigung nicht nur mit der Norm, von der abgewichen wird, sondern auch mit der zugrunde liegenden

Botschaft des Wortspiels bewegen soll. Deshalb sind solche Abweichungen nicht als negativ, als Fehler zu verstehen, sondern als ein konstitutives Merkmal eines jeden Wortspiels.

In diesem Zusammenhang ist auch das Problem der Transparenz der Wortkreuzungen zu erwähnen, d.h. inwieweit es die Form der Wortkreuzung erlaubt, auf die Ausgangswörter zu schließen. Dies ist insofern wichtig, als man undurchsichtige Wortkreuzungen schwer rezipieren kann und der Witz womöglich dadurch kaum zustande kommt, weswegen solche Bildungen als nicht gelungen bezeichnet werden. Es wird sehr oft darauf hingewiesen, dass mit Wortspielen das Grice'sche „Kooperationsprinzip“ verletzt wird (vgl. Dittgen 1989:30 und Heibert 1993:25), welches für eine erfolgreiche Kommunikation sehr wichtig ist. Stellt sich dazu infolge von mangelnder Transparenz die intendierte komische Wirkung beim Rezipienten nicht ein, dann hat man ihn nur geärgert und ihm keineswegs ein intellektuelles Vergnügen bereitet. Andererseits hat es die gleiche Wirkung, wenn die Wortkreuzung viel zu transparent ist, wie Ronneberger-Sibold (2005:212) es treffend bemerkt:

„Die Wörter [...] können ihre satirische Wirkung natürlich nur dann entfalten, wenn ihre Rezipienten sie verstehen. Sie müssen also relativ stark transparent sein – allerdings nicht vollständig. Wenn die Autoren das gewollt hätten, hätten sie normale Komposita oder Periphrasen bilden müssen. Dann aber wäre der überraschende und leicht verhüllende Effekt nicht eingetreten, der für sprachlichen Humor und insbesondere die Satire so wichtig ist.“

Auf jeden Fall soll die Abweichung für den Rezipienten nachvollziehbar sein, denn „[j]edes Wortspiel zielt darauf ab, verstanden zu werden“ (Heibert 1993:113).

3.1 Ausdrucksseite von Wortkreuzungen

Über die Ausdrucksseite der Wortkreuzungen ist bereits einiges gesagt worden, hier werden wir uns aber mit den Ausgangswörtern und der Art und Weise des Kreuzungsvorgangs beschäftigen.

Es wird oft betont, dass die beiden Ausgangswörter, aus denen eine Wortkreuzung gebildet wird, jeweils der gleichen Wortklasse angehören (vgl. Hansen 1963:123). Interessant ist zu erwähnen, dass sich solche Feststellungen bei Linguisten finden, die hauptsächlich englische Wortkreuzungen (*blends*) berücksichtigt haben, so auch Cannon 2000:953): „The source words are usually roughly equal in semantic and linguistic weight (e.g., a noun blend comes from two nouns, not from, say, a noun and a particle).“ Größtenteils gilt das auch für das Deutsche, gleichzeitig findet man aber Ausnahmen wie *Teuro* (< *teuer* + *Euro*), *computent* (< *Computer* + *kompetent*), *familionär*⁴ (< *familiär* + *Millionär*), *Zehnsation* (*zehn* + *Sensation*) usw., wo Adjektive und Substantive oder Zahlwörter und Substantive gekreuzt werden. Jedenfalls kann man festhalten, dass die Ausgangswörter immer zwei eigenständige Lexeme sind und keine Affixe sein dürfen, wodurch sich Wortkreuzungen dann wortbildungsmäßig von den anderen Kunstwörtern unterscheiden (vgl. dazu Ronneberger-Sibold 2005:211).

Es wird nur selten erwähnt, dass Wortkreuzungen aus heimischem und fremdsprachlichen Wortmaterial kombiniert werden können (z.B. bei Schmid 2003:271), so wie bei *Kuh-munity* (< *Kuh* + *Community*), *Star back* (< *Starbucks* + *Back*) usw. Dies zeigt nochmals ganz deutlich, wie praktisch alles kombinierbar ist, was eine 'wohlklingende' Form als Resultat hat, und führt uns zugleich zu einer anderen wichtigen

⁴ Diese Wortkreuzung stammt von Heinrich Heine, hier übernommen aus Freud (1948)

Frage, nämlich warum manche Wortkreuzungen so und nicht anders gebildet sind, warum wir also *Cambozola* (< *Camembert* + *Gorgonzola*) haben und nicht etwa **Gorgombert* usw. Bei den Ausgangswörtern, die graphisch und / oder phonemisch gemeinsame Elemente aufweisen, erübrigt sich eine solche Frage, aber, wie SCHULZ (2004, 301) richtig bemerkt, „[e]ine eindeutige Kreuzungsposition fehlt denjenigen Wortkreuzungen, bei denen kein Ausgangslexem mehr vollständig erkennbar ist (C). Es sind in diesen Fällen also jeweils mehrere Alternativen für die Kreuzung vorstellbar.“ Dann spielen „Wohllaut- und Wohlgeformtheitskriterien und die relative Assoziationsstärke“ die wichtigste Rolle (vgl. Meid 1977:302). Es ist also nicht nur entscheidend, dass die fertige Wortkreuzung phonologische und morphologische Kriterien für ein 'wohlgeformtes' Wort erfüllt, sondern dass die Segmente der Ausgangswörter mit ebendiesen Ausgangswörtern in Verbindung gebracht werden können, bzw. relativ transparent bleiben (vgl. auch Duden 2005:678). Inzwischen ist bekannt, dass die Segmente keine Morpheme und keine Silben der Ausgangswörter darstellen müssen, sondern oft anders gewählt werden, wobei für die schon erwähnte Transparenz die Größe der Segmente nicht ausschlaggebend ist: „Es müssen nicht unbedingt möglichst viele Segmente aus den zu kreuzenden Wörtern erhalten bleiben, sondern die richtigen“ (Ronneberger-Sibold 2005:217). Welche Segmente aber die 'richtigen' sind, müsste noch detailliert untersucht werden. Wir beschränken uns darauf, festzustellen, dass manche Kombinationen eben 'erfolgreicher' sind als die anderen.

Obwohl es sich bei Wortkreuzungen um Wortspiele handelt und sie eine heterogene Gruppe von Bildungen darstellen, sind sie doch nach bestimmten Regeln gebildet. Wie Meid (1977:295) betont, kann man eher von gewissen Schemata, als von ganz festen Regeln sprechen, denn sie müssen genug Raum lassen „für die Variablen des Einzelfalls“. Sehr oft kann man lesen, dass Wortkreuzungen so gebildet werden, indem man den Anfang des Wortes A mit dem Ende des Wortes B verschmilzt. Dazu müssen A und B an mindestens einer Stelle Homophonie oder Assonanz aufweisen. Dies stimmt zwar in den meisten Fällen, aber eben nicht in allen. Bei Wolf (2005:298) finden wir ein interessantes Beispiel für eine Wortkreuzung, bei der das eine Ausgangswort in die Mitte des anderen integriert ist: *REVOLVOLUTION* (< *Revolution* + *Volvo*). Dittgen (1989:157) bringt ein ähnliches Beispiel aus der Saarbrücker Zeitung: *SIM-SAAR-LA-BIM. Magie im Saarland.* (< *Simsalabim* + *Saar/land/*) und in unserem Korpus gibt es auch eine Wortkreuzung, die die genannte Regel nicht befolgt: *DISCOssionsABEND* (< *Diskussionsabend* + *Discoabend*). Bei der schon oft zitierten *Schiege* ist bei den Ausgangswörtern wiederum keine Assonanz vorhanden. Daraus lässt sich schließen, dass die Kreuzung an verschiedenen Stellen vorgenommen werden kann, je nachdem, wo sich die 'geeignete' Stelle befindet. Besteht Assonanz bei den Ausgangswörtern, kann man sie so kreuzen, dass entweder beide Wörter noch vollständig in der Wortkreuzung erhalten und erkennbar sind, z.B. bei *Preisbrecher* (< *Preis* + *Eisbrecher*) oder nur eins wie bei *Zehnsation* (< *zehn* + *Sensation*) oder keines, z.B. bei *Kitler* (< *kitty* + *Hitler*), wobei mit unterschiedlichen Abstufungen zu rechnen ist (vgl. dazu Schulz 2004:295-300). Wortkreuzungen, die aus zwei Ausgangswörtern ohne jegliche gemeinsamen Elemente entstanden sind, gehören ausnahmslos zur dritten Gruppe.

3.2 Inhaltsseite von Wortkreuzungen

Der erste Schritt bei der „Dechiffrierung“ einer Wortkreuzung ist, wie schon erwähnt, die Ausgangswörter richtig zu ermitteln. Die Bedeutung der Wortbildung lässt sich erschließen, indem man sich fragt, wie die beiden Ausgangswörter zusammenhängen und

welche Inhalte durch ihre Kreuzung übermittelt werden. Dies wird sehr oft erst durch die Heranziehung des Kontextes⁵ möglich.

Es wird immer wieder betont, dass die Ausgangswörter semantisch nicht vollkommen unterschiedlich sind: „Most blends come from semantically related etyma that convey some of their meaning into the blend, [...]“ (Cannon 2000:954). Diese Behauptung ist für Ausgangswörter, die ein gemeinsames Morphem aufweisen, einleuchtend wie z.B. für *Überlebensmittel*⁶ (< *überleben* + *Lebensmittel*). Beiden Lexemen ist der Teil *LEBEN* gemeinsam, wodurch die semantische Beziehung zwischen ihnen auch formal zum Ausdruck gebracht wird. Bei Wortkreuzungen wie *Tomoffel* (< *Tomate* + *Kartoffel*), *Moccacino* (< *Mocca* + *Cappucino*), *denglisch* (< *deutsch* + *englisch*) gehören die Ausgangswörter demselben semantischen Feld an (Gemüse, Getränke, Sprachen etc.). Nicht selten findet man aber Wortkreuzungen, zwischen deren Ausgangswörtern keine semantische 'Nähe' festgestellt werden kann, wie bei *Angeboot* (< *Angebot* + *Boot*) oder *Preisbrecher* (< *Preis* + *Eisbrecher*). In solchen Fällen ist es ohne den entsprechenden Kontext kaum möglich, den Inhalt der Wortbildung und die Absicht, die dahinter steht, zu verstehen.

Wichtiger als die Frage nach der semantischen Beziehung zwischen den Ausgangswörtern ist die Bedeutung des neu entstandenen Wortes zu beschreiben.

„Semantically, the meaning of the newly formed blend is not simply equal to the sum of the meanings of the two source words; although it combines some of the semantic features of the two, the resulting meaning is entirely new – as a matter of fact it was exactly the novelty of the experience which has led the English speakers to coin the blend“ (Vachek 1961:22f. zitiert nach Hansen 1963:121).

Das für das Englische Gesagte trifft auch auf das Deutsche zu – neben der ungewöhnlichen Form ist der Inhalt von Wortkreuzungen auch ein wichtiges Motiv, solche Wörter zu bilden.

Nicht selten werden Wortkreuzungen mit Determinativ- und Kopulativkomposita verglichen; als einziger Unterschied wird die Ausdrucksseite genannt:

„Vielmehr ist Kontamination ein Untertyp der Komposition. Wie bei anderen Komposita (...) wird auch bei der Kontamination ein Wort gebildet durch Zusammensetzung von mindestens zwei Wörtern. Die Besonderheit ist die Verschachtelung“ (Donalies 2005:90).

Anders aber als bei der Analyse von Komposita wie *Schreibtisch* → (stark vereinfacht) *ein Tisch zum Schreiben* kann man Wortkreuzungen wie *Preisbrecher* oder *Überlebensmittel* nicht einfach als **Brecher von Preisen* oder *Mittel zum Überleben* paraphrasieren. Außerdem ist die Paraphrase oft sehr lang und enthält eine ganze Geschichte, die durch die Wortkreuzung eben auf den Punkt gebracht wird, vgl. das folgende Beispiel:

⁵ Unter dem Kontext verstehe ich sowohl den umgebenden Text als auch die dazu gehörenden Bilder.

⁶ Ein Beispiel von einem Plakat der *mach's mit*-Kampagne gegen Aids, auf dem Kartoffeln mit übergerollten Kondomen zu sehen sind.



Abbildung 6

(Quelle: http://www.yves-rocher.de/shop_app/app_DE/jms.jsp?shop=GICB&nav=topic&topicId=2391&newsLetterId=beyond&DCMP=BAC-00437_beyond&attribute=yahoo_preisbrecher_728x90&refid=bia)

Dass es sich hier sowohl ausdrucksseitig als auch inhaltsseitig um kein einfaches Kompositum handelt, wird durch den gesamten Kontext deutlich: Durch abweichende Typographie (prEISBRECHER) wird der Bezug zu den Ausgangswörtern (*Preis + Eisbrecher*) gewährleistet und durch die abgebildeten Eiswürfel, die hellblaue Zickzack-Linie auf dunkelblauem Hintergrund, die das zerbrochene Eis darstellt, den rot markierten niedrigen Preis (1,50 €) und das Adjektiv *cool* noch zusätzlich verdeutlicht. Hier haben wir es also mit einem assoziationsreichen Bild zu tun, das sich nicht einfach mit einem Syntagma oder Satz versprachlichen lässt, wie das bei Komposita häufig der Fall ist; vielmehr entzieht sich die Inhaltsseite dieser Wortkreuzung einer präzisen und knappen Beschreibung (vgl. dazu Dittgen 1989:62).

Wortkreuzungen sind, wie bereits erwähnt, okkasionelle Bildungen, die nur in seltenen Fällen lexikalisiert werden, so dass bei einer ganzheitlichen Analyse dieser Wortspiele der Kontext unbedingt herangezogen werden soll. Zwar hängen manche Wortkreuzungen mehr vom Kontext als andere, „es gehört aber zu den Grundeigenschaften aller Wortspiele, Teil einer Textaussage zu sein“, so Heibert (1993:19). Deshalb greifen all die Darstellungen dieses Phänomens, die sich nur auf die formale Beschreibung beschränken, zu kurz. Wortkreuzungen werden absichtlich für einen bestimmten Text gebildet und haben dadurch besondere Funktionen, die beschrieben werden müssen, damit der eigentliche Sinn dieser ungewöhnlichen, wortspielerischen Bildungen erfasst werden kann.

4. Textfunktionen der Wortkreuzungen

Wortkreuzung ist eine besondere Wortbildungsart, die zwar nicht so produktiv wie Komposition, Ableitung oder Kurzwortbildung ist, zugleich aber von den Sprachbenutzern immer häufiger zur Benennung bestimmter Inhalte gewählt wird. Es ist bekannt, dass ein und derselbe Inhalt auf unterschiedliche Art und Weise in Sprache gefasst werden kann, und es stellt sich die Frage, warum im konkreten Fall gerade Wortkreuzung und nicht eine andere Wortbildungsart als Ausdrucksmittel benutzt wird. Ein unmittelbar einleuchtender Grund ist natürlich die Auffälligkeit solcher Bildungen – sie sind nicht 'alltäglich' und lenken dadurch die Aufmerksamkeit der Rezipienten auf

sich. Das ist die grundlegende Funktion aller Wortspiele, aus der dann die anderen Funktionen abgeleitet werden.

4.1 Funktion der Aufmerksamkeitserregung

Wenn wir einen Text lesen oder hören, achten wir in der Regel vor allem auf den Inhalt des Geschriebenen oder des Gesagten und nicht auf den Ausdruck oder auf die Form, was eine schnelle und effiziente Kommunikation möglich macht. Wortkreuzungen aber spielen eben mit der Ausdrucksseite, wirken dadurch zunächst als Störung und unterbrechen den reibungslosen Kommunikationsprozess. So liest der Rezipient in der Werbung von E-plus das etwas befremdende Wort *Zehnsation*, das sehr stark an das bekannte Wort *Sensation* erinnert, insbesondere wenn man sich seine lautliche Form vergegenwärtigt: [tse:nza'tsɔ:n] gegenüber [zenza'tsɔ:n]. Die Wortkreuzung sieht also bekannt aus, klingt bekannt, und trotzdem ist sie anders und neu. Das ist der Punkt, an dem der Kommunikationsprozess verlangsamt wird (vgl. auch Heibert 1993:151), weil der Rezipient noch einmal oder mehrmals das Wort lesen und auch den Kontext erfassen muss, zuerst um sicher zu stellen, dass es sich um keinen Fehler handelt, und anschließend, um das Wort zu verstehen. Deshalb behauptet Dittgen (1989:19), dass Wortspiele im Unterschied zur Normalform einen 'Mehrwert' besitzen. Sie haben die 'Aufgabe', die Aufmerksamkeit des Rezipienten zu wecken und ihn dazu zu veranlassen, sich näher mit dem Text auseinanderzusetzen. Dies erklärt auch, warum Wortkreuzungen vorwiegend in Texten zu finden sind, deren Erfolg besonders davon abhängt, ob der Rezipient sie überhaupt wahrnimmt und liest.

Aufmerksamkeit kann man natürlich auch mit anderen Mitteln auf sich ziehen, z.B. mit grellen Farben, krassen Bildern usw., aber im Falle von Wortkreuzungen handelt es sich um den kreativen Umgang mit der Sprache selbst. Deshalb weist Heibert (1993:15) darauf hin, dass Wortspiele eine metasprachliche Information enthalten, da sie auf Normen, gegen die verstoßen wird, und Lücken im Sprachsystem aufmerksam machen. Sie 'zielen' daher weniger auf die Sinne als auf den Intellekt des Rezipienten und verlangen von ihm mehr kognitive Leistung als die 'Normalform'. Gleichzeitig präsentiert sich der Produzent solcher Wortspiele als kreativ und geistreich. Dies ist vor allem in der Werbung wichtig, denn man will sich auf jeden Fall von der Konkurrenz durch Originalität und Einzigartigkeit abheben und einprägsame Namen und Slogans schaffen⁷, was den Rezipienten schließlich dazu bewegen soll, aus einer oft unübersichtlichen Masse von Produkten genau das eine zu wählen und zu kaufen. Eine solche Marketingstrategie kann aber auch negative 'Nebenwirkungen' haben, nämlich „dass man sich zwar an den Witz erinnert, aber vom Produkt abgelenkt wird und sich daher nicht mehr erinnert, wofür eigentlich geworben wurde“ (vgl. Stöckl 1997:71-77 übernommen aus Janich 2005:86). Heibert (1993:111) wiederum warnt vor dem Abstumpfungseffekt, der bei den Rezipienten eintreten könnte wegen des 'inflationistischen' Gebrauchs von Wortspielen in der Werbung, aber auch in journalistischen Texten. Dies ist tatsächlich nicht auszuschließen, aber eben der häufige Gebrauch von Wortspielen in den erwähnten Texten zeugt davon, dass der positive Effekt immer noch anhält.

⁷ Das bedeutet nicht, dass Bilder in der Werbung eine untergeordnete Rolle spielen, sie sind neben dem Text oft unentbehrlich, weil dadurch mehrere 'Rezeptionsbereiche' gleichzeitig aktiviert werden.

4.2 Nominationsfunktion

Die grundlegende Funktion der Wortbildung allgemein ist, den Sprachbenutzern Nominationseinheiten zur Verfügung zu stellen. Neue Gedanken, Begriffe, Objekte etc. brauchen Benennungen, damit sie kommunizierbar werden, ohne die Sprache können wir nicht denken; alles muss versprachlicht werden, sonst existiert es für uns nicht. Genau aus diesen Gründen werden auch Wortkreuzungen gebildet. Einerseits sind sie häufig Namen für Individuen⁸, andererseits benennen sie unterschiedliche Begriffe.

Wir betrachten nochmals das Beispiel *Zehnsation* (< *zehn* + *Sensation*). Wenn wir das Wort rezipieren, können wir relativ einfach auf die Ausgangswörter schließen – es handelt sich um eine *Sensation*, die mit der Zahl 10 zu tun hat. Mehr ist ohne den entsprechenden Kontext nicht zu verstehen. Deshalb wird er zur Analyse herangezogen:



Abbildung 7

(Quelle: <http://www.first-handysshop.de/infos/handytarife/e-plus-zehnsation.htm>)

Zu diesem Bild, das die Zahl 10 in den Mittelpunkt stellt, finden wir auf der Internetseite des E-Plus auch den entsprechenden Text:

Die Zehnsation: Immer 10 Ct./Min. in alle Netze! Nur 10 €/Monat Mindestumsatz. Rechne schnell und spar zehnsationell!

(Quelle :http://www.eplus.de/aktionen/0701_zehnsation/zehnsation.html)

Es handelt sich hier also um einen neuen Tarif bei E-plus, bei dem man für nur 10 Cent pro Minute in alle Netze telefonieren kann und der Mindestumsatz im Monat nur 10 € beträgt. Der neue Tarif wird als besonders günstig, ja sensationell günstig gepriesen. Diese Neuheit muss auch irgendwie benannt, in eine einprägsame und originelle Form 'verpackt' werden, um werbewirksam zu sein. Dies geschieht durch die gelungene Wortkreuzung *Zehnsation*, man bringt einen ganzen Bündel von Aussagen mit einem einzigen Wort auf den Punkt (vgl. WOLF 2005:296). Nominationsbildung ist eine der grundlegenden Leistungen der Wortbildung, durch Univerbierung wird es möglich, einen Begriff präzise zu benennen, anstatt ihn mit Paraphrasen unterschiedlicher Art zu beschreiben. Man hätte zwar in unserem Beispiel statt *Zehnsation* auch eine andere Wortbildung als Benennung wählen können, z.B. ein Bindestrich-Kompositum wie *10-Cent-Sensation*, aber Wortkreuzungen leisten in Werbetexten mehr als eine

⁸ Unter Individuen verstehe ich hier nicht nur Lebewesen, sondern alle Objekte der Außenwelt, die einmalig vorkommen.

'alltägliche' Bildung es zu tun vermag: „Assoziationsreiche Texte mobilisieren das Gedächtnis und die Lernfähigkeit des Hörers in stärkerem Maße als die normal-sprachlichen, sie sprechen mehr Bewußtseinsinhalte an und werden als semantisch intensiver empfunden“ (Dittgen 1989:63).

In diesem Zusammenhang soll auch die sprachökonomische Funktion der Wortkreuzungen erwähnt werden. Hansen (1963:135) schreibt, dass Wortkreuzungen auch dazu benutzt werden können, „um blitzartig und in knappster Form einen Tatbestand zu beleuchten, der sonst eine lange Umschreibung erfordert hätte.“ Wir fügen nur hinzu, dass diese Funktion nicht losgelöst von der Kreativität und Witzigkeit solcher Bildungen betrachtet werden sollte. Das wird auch im folgenden Beispiel deutlich - das akw (autonomes kulturzentrum würzburg) lädt mit dem unten abgebildeten Flyer zu einem



Abbildung 8

DISCOssionsABEND ein:

Der restliche Text lautet:

passend zum Thema Studiengebühren

Unser Beitrag: Verbesserung der staatlich bewirkten niedrigen Lebensqualität durch:

- die DJs Lemoche und John Doe auf dem Podium

- halbe Getränkepreise und die Garantie auf ein berauschendes Fest!!!

Typographisch sind Wörter *Disco* und *Abend* besonders hervorgehoben, es ist also auf den ersten Blick klar, dass man zu einem Discoabend eingeladen wird. Erst bei näherer Betrachtung wird es deutlich, dass zwischen die beiden Wörter noch ein kleingeschriebener Wortteil eingeschoben ist: *DISCOssionsABEND* (< *Diskussionsabend* + *Discoabend*). Es handelt sich um eine besonders gelungene Wortbildung; der Rezipient versteht, dass an diesem Abend nicht nur getanzt, sondern auch diskutiert wird und zwar über die Studiengebühren, was uns der Text in der nächsten Zeile verrät (s.o.). Die Wortkreuzung drückt das gleichzeitig ökonomisch und originell aus.

4.3 Stilistische Funktionen

Wortkreuzungen sind von den gängigen Wortbildungsmustern abweichende Bildungen, weswegen sie in der Regel als expressiv bzw. stilistisch „prädisponiert“ (vgl. Fleischer/Michel/Starke 1993:134) gelten. Nur selten gehören sie der neutralen Sprachschicht an wie z.B. *Mechatroniker* (<*Mechaniker* + *Elektroniker*, Berufsbezeichnung). Dazu sind sie hauptsächlich an bestimmte Textsorten gebunden, wie schon in der Einleitung erwähnt. Ihr stilistisches Potential entwickelt sich aber erst in konkreten Texten (vgl. ebd.).

In der stilistischen Fachliteratur werden Wortspiele als rhetorische Figuren aufgefasst. Dass Wortkreuzungen zur bildhaften Darstellung verwendet werden, wurde schon am *Preisbrecher*-Beispiel (Abb. 6) gezeigt. Im folgenden Text ist die Wortkreuzung *Angebboot* (<*Angebot* + *Boot*) zu einer Allegorie ausgeweitet und wird erst dadurch und in Kombination mit dem dazu gehörenden Bild verständlich:



Abbildung 9

Auftraggeber: Das Angeboot taucht immer freitags ausschließlich und exklusiv bei Tchibo auf. Also: Augen auf beim Tchibo Kauf.

Seerohr: Unser Früherkennungssystem. Unverzichtbar, wenn es darum geht, in der ganzen Welt nach Neuem und Besonderem Ausschau zu halten. Seiner Weitsichtigkeit ist es zu verdanken, dass wir Ihnen stets die aktuellsten Produkte und exklusivsten Dienstleistungen anbieten können.

Sichtfenster: Hier nimmt unser Suchteam eventuelle Angebote der Zukunft genauestens unter die Lupe. Und die Auswahlkriterien sind streng- denn ins Angeboot kommen nur die Besten.

Scheinwerfer: Um sich im Meer der Angebote zurechtzufinden und nur die aktuellsten und günstigsten herauszufischen, braucht man klare Sicht. Dabei hilft uns der Suchscheinwerfer. Er sorgt dafür, dass uns Dinge, die wir finden, von allen Seiten beleuchtet werden. Und stellt sie dann, nach eingehender Prüfung, ins rechte Licht.

Preisschraube: Wenn sie sich dreht, gibt es nur noch eine Richtung: nach unten. So kann sich Angeboot auch dauerhaft in absoluter Tiefpreisnähe bewegen.

(Quelle: <http://www.tchibo.de/is-bin/INTERSHOP.enfinity/eCS/Store/de/-/EUR/TdTcBrowseCatalog-Start?CategoryName=angeboot>)

Nicht selten werden mit dem Gebrauch von Wortkreuzungen „witzig-ironische oder satirische Absicht[en]“ verfolgt (Lohde 2006:44). So ist es auch im nächsten Beispiel:

Eiskalter Umgang mit Bären

Man weiß, dass Bayern mit Bären ein Problem hat. Deshalb wurde ein Bärenmanagement-Plan ausgearbeitet. Dass das Verhältnis zwischen staatlichen Institutionen und Bären dennoch eisig bleibt, zeigt sich darin, dass der Plan vom Umweltministerium am gleichen Tag vorgestellt wurde, an dem das Ministerium mitteilte, dass der verblichene und seit Monaten in einer anonymen Kühltruhe tiefgefrorene „Schadbär Bruno“ ausgestopft werden soll. Erneut ein unfreundlicher Akt des bereits durch den Abschuss im Juni 2006 bis auf die Knochen blamierten Ministeriums. Aus der Bärengemeinde war bisher zu diesem neuerlichen Affront aus dem Hause Schnappauf keine Stellungnahme aufzuschnappen. Lediglich von Knut, dem im Bärliner Zoo als Knuddel- und nicht als Schadbär eingestuften Eisbärenkind, hörte man in dieser Woche, er sei verschnupft, die bayerische Bären-Aversion verursache ihm Zahnschmerzen. Es ist bisher unklar, ob weitere Bären planen, über unzugängliche Alpentäler nach Bayern einzureisen. Wenn ja, sei ihnen dringend geraten, aus dem Stammbaum den Namen „Bruno“ zu tilgen sowie vor der Einreise die Jahresvignette „I love Stoibär“ käuflich zu erwerben. Dass dies allerdings gegen den Abschuss, der immer noch als letztes Mittel im Bären-Plan vorgesehen ist, dauerhaft schützt, wollte die Staatsregierung nicht bestätigen. Man wolle, so hieß es, vor

dem Abschießen des echten „Stoibären“ im September keine so weitreichenden Zusagen machen.

(Quelle: <http://www.mainpost.de/mainfranken/strich/art13053,3964360>)

Zu dem ironischen, z.T. auch sarkastischen Ton dieser Glosse über den mehr als fragwürdigen Umgang der bayerischen Regierung mit dem Bären Bruno passen auch die zwei Wortkreuzungen *Bärliner Zoo* (<Bär + Berliner Zoo) und *Stoibär* (<Stoiber + Bär), die auf witzige Weise das Wort *Bär* mit den ähnlich klingenden Wörtern *Berlin* und *Stoiber* verbinden. Mit der Wortkreuzung *Bärliner Zoo* bringt man treffend zum Ausdruck, dass Berlin auf jeden Fall 'bärenfreundlicher' als Bayern ist, schließlich ist der Bär das Wahrzeichen der Stadt Berlin und das populärste Bären-Baby Knut ist gerade im Berliner Zoo zur Welt gekommen. Sarkastisch wirkt die Aussage über das „Abschießen des echten 'Stoibären' im September“ – jeder kommt irgendwann an die Reihe zum Abschuss, nicht nur die Bären.

Dittgen (1989:167) schreibt, dass “[d]ie Sprachhandlung, die der Produzent am häufigsten mit den Abweichungen ausführt, [...] die des Bewertens“ ist. Die pejorative Wortkreuzung *denglisch* (<*deutsch* + *englisch*) kommt im folgenden Textausschnitt vor, zusammen mit dem daraus abgeleiteten Verb *denglisieren*:

Kids für Kinder, Love story für Liebesgeschichte, up to date für am laufenden, Happy end für glücklicher Ausgang, Handy für Mobiltelefon, Edinbörg für Edinburgh, Safer sex für Verhütung, Body bag für Damenhandtasche, [...].

Nicht nur der Umstand, daß es so viele angloamerikanische Fremdwörter in unserem heutigen Deutsch gibt (die Schätzungen gehen von 4000 bis 8000), ist beunruhigend (und störend und ärgerlich), sondern auch der Umstand, daß fast jede neue Ware, jede neue Einrichtung, jeder neue Verein, jede neue Erscheinung einen denglischen Ausdruck zugewiesen bekommt, gleich, ob sie aus den Vereinigten Staaten kommen oder nicht.

In fieberhaftem Eifer wird denglisiert, man denkt nicht mehr darüber nach, ob das, was man sagt, auch wirklich englisch ist. Das alte Happy End war genauso Unsinn, auf englisch heißt es nämlich happy ending, wie das neue Safer sex, denn auf wirklich-englisch, wie man heute schon sagen muß, heißt es einfach safe sex. [...]. Man hat jede Art Hemmung verloren, ob richtig oder falsch, Hauptsache denglisch. Eine kleine Verwechslung ist den Werbeleuten auch bei der Schaffung des Warennamens Body bag unterlaufen, denn dieses Wort kennzeichnet keine "Damenhandtasche" wie im Denglischen, sondern findet in den V. St. für die Bezeichnung des "Leichensackes" Verwendung. Es gibt im Englischen genauso wenig ein Handy (mobile phone) wie ein McClean (toilet), einen Funeral master (undertaker) oder gar eine Peace box (coffin).

Diese blinde Entfremdungswut der Deutschen ist nichts Neues, [...].

(Quelle: <http://homepage.univie.ac.at/goetz.fischer/WienerSprachblaetter.htm>)

Denglisch ist ein wertender Ausdruck der Sprachpfleger und -kritiker. Obwohl oft diskutiert wird, ob das *d(e)* in *denglisch* formal ausreichend auf das Ausgangswort *deutsch* hinweist, kann trotzdem behauptet werden, dass diese Wortkreuzung treffend eine 'Sprache' bezeichnet, die weder richtig deutsch noch englisch, sondern eine Mischung ist. Im zitierten Textausschnitt kommen noch weitere wertende Ausdrücke und Formulierungen vor wie z.B. *der Umstand [...] ist... störend und ärgerlich, fiebrhafter Eifer, Unsinn, man hat jede Art Hemmung verloren, blinde Entfremdungswut* usw.

4.4 Textverknüpfende Funktion

Da in diesem Beitrag Wortkreuzungen in Texten untersucht wurden, konnte festgestellt werden, dass sie auch als Teile von Isotopieketten vorkommen und somit eine textverknüpfende Funktion haben können. Wie schon erwähnt, findet man Wortkreuzungen gewöhnlich als Blickfang in Schlagzeilen und Slogans und sie werden im weiteren Text meist durch verschiedene Arten von Paraphrasen wiederaufgenommen, wodurch gleichzeitig auch ihre Bedeutung ‘erklärt’ wird. Diese Art von Wiederaufnahme eines Wortes durch eine oder mehrere Paraphrasen wird als Expansion bezeichnet (vgl. Wolf 1981:207), vgl. das folgende Beispiel:

Chatiquette

Diese Umgangsformen haben sich mit der Zeit im Internet bewährt:

** Begegne anderen Chattern mit Respekt und Höflichkeit. Dann werden auch sie Dich respektieren und höflich behandeln.*

Wenn Du das erste Mal einen Chat-Raum betrittst, springe nicht gleich ins Geschehen. Schaue lieber erst, was für Leute da sind und welche Stimmung herrscht. [...].

** Du flirtest gerne? Aber vielleicht dein Gegenüber nicht. Wenn sich jemand abweisend verhält, dann lasse ihn / sie in Ruhe, anstatt weiter zu bohren.*

Manchen nervt schon die Frage: „Bist Du m oder w?“

** Jeder hat mal schlechte Laune. Aber lasse diese Gefühle nicht an den anderen Chattern aus! Wenn es Dir schlecht geht, musst Du nicht auch noch den anderen das Leben schwer machen- denn chatten bedeutet schließlich Spaß.*

Wenn Du über Deine Probleme reden willst, lässt sich sicher jemand finden, der Dir in einem ruhigen Chatchannel oder Separeé zuhört. [...].

(Quelle: <http://www.chatten-aber-sicher.de/chatiquette.html>)

Das ist nur ein kurzer Ausschnitt aus dem Artikel zum Thema *Chatiquette* (< *Chat* + *Etiquette*). Die Wortkreuzung steht in der Überschrift und der ganze Text ist als eine Erklärung des Begriffs (was bedeutet *Chatiquette*?) zu verstehen.

Im folgenden Text steht die Wortkreuzung *Kitler* (< *kitten*⁹ + *Hitler*) ausnahmsweise innerhalb des Textes und ist ein Teil der Topikkette *Vergangenheitsbewältigung – deutsche Geschichte – catsthatlooklikehitler.com – der kleine Liebling – in Polen einmarschiert – Katzen mit kleinen quadratischen Schnurrbärten, die hauptsächlich durch Involvierungen* (vgl. ebd. S. 208) aufgrund der Weltkenntnis zustande kommt:

Heises Eisen

Vergangenheitsbewältigung auf british

Der Engländer an sich ist bekannt für seinen unverkrampften Umgang mit der Geschichte, besonders mit der deutschen Geschichte. Sogesehen hält sich die Verwunderung auch in Grenzen, auf eine Webseite mit dem schon fast alles sagenden Titel catsthatlooklikehitler.com zu stoßen. Laut Selbstdarstellung des Betreibers eine Webseite für alle, die jede Nacht schweißgebadet aufwachen, weil sie befürchten, dass der kleine Liebling gerade in Polen einmarschiert.

⁹ Engl. für *Kätzchen*

Fast 1.200 Bilder von sogenannten „Kitlers“ sind zur Bewertung freigegeben – eine Zahl, die einen fast vermuten lässt, dass vielleicht sogar Katzen mit kleinen quadratischen Schnurrbärten gezüchtet werden. Dem Engländer an sich ist alles zuzutrauen...

(Quelle: high potential. Das Karrieremagazin für high potential. Juni / Juli 2007. S. 32)

Unsere Weltkenntnis sagt uns, dass mit dem Begriff *Vergangenheitsbewältigung* vor allem die Auseinandersetzung mit der Nazi-Zeit in Deutschland gemeint ist, was man dann direkt mit dem nächsten Element der Isotopiekette *deutsche Geschichte* verbinden kann. Dazu gehört auch das Wort *Hitler*, eines der Ausgangswörter in der Wortkreuzung, das wiederum mit den Textelementen wie *in Polen einmarschieren* und *kleine quadratische Schnurrbärte* in Beziehung gesetzt werden kann. Im Text geht es um Katzen, die wie Hitler aussehen (catsthatlooklikehitler.com), was seinerseits im Zusammenhang mit dem zweiten Ausgangswort der Wortkreuzung steht (*kitten*), vorausgesetzt, man verfügt über die ausreichenden Kenntnisse der englischen Sprache. An diesem Beispiel zeigt sich deutlich, wie Wortkreuzungen „zu Knotenpunkten für mehrere Isotopieketten“ (Fleischer/Barz 1995:76) werden können, weil jedes der Ausgangswörter als Teil einer eigenen Topikkette vorkommen kann, gleichzeitig aber auch die Wortkreuzung als Ganzes durch verschiedene Ausdrücke wiederaufgenommen werden kann, vgl. das folgende Diagramm:

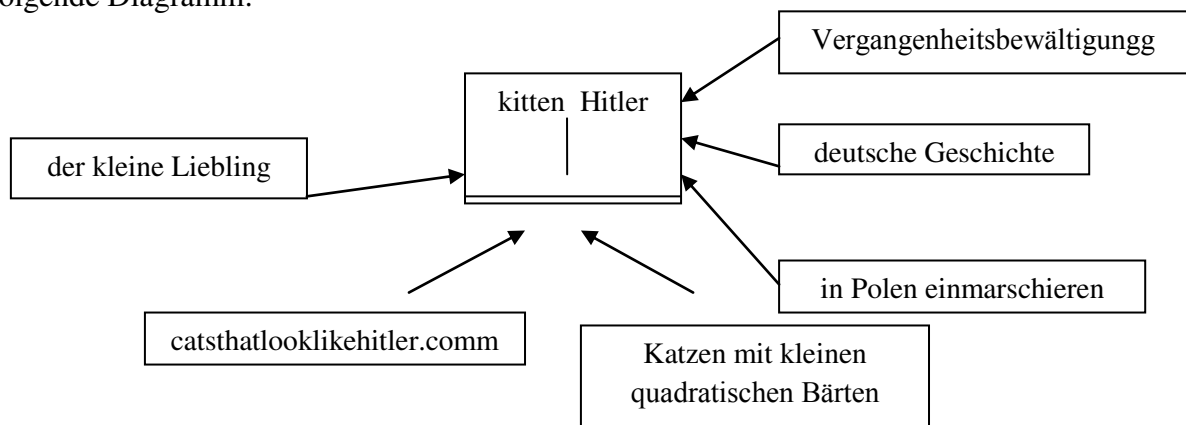


Abbildung 10

Noch ein interessantes Beispiel für die textverknüpfende Funktion von Wortkreuzungen bietet der Strafzettel für Falschparken der Stadt Krefeld, wo das Lexem *fair* geradezu reihenbildend in drei verschiedenen Wortkreuzungen vorkommt:



Abbildung 11

Auf der ersten Seite des Zettels steht auf einem von drei abgebildeten Verkehrsschildern die Wortkreuzung *Fairkehr* geschrieben, was zuerst Befremden hervorruft, nachträglich

aber auch eine relativ schnelle ‘Entzifferung‘ der Ausgangswörter ermöglicht (< *fair* + *Verkehr*). Der restliche Text auf der nächsten Seite des Strafzettels lautet:

Unser FAIR HALTEN ... zählt auch beim Parken

- *Verkehrswidrig abgestellte Fahrzeuge nehmen die Sicht. Kinder müssen sehen können und gesehen werden.*
- *Überschrittene Parkzeit erhöht den Parkplatzsuchverkehr. Suchen lenkt ab und führt zu Kinderunfällen.*

Deshalb FAIR sein. Parken Sie nur, wo es erlaubt ist und vermeiden Sie Parkzeitüberschreitungen.

Es ist unsere FAIR ANTWORTUNG für Kinder.

Eine Initiative von Verkehrswacht, Polizei und der Stadt Krefeld

Die Wortkreuzungen *Fairhalten* (< *fair* + *Verhalten*) und *Fairantwortung* (< *fair* + *Verantwortung*) sind im Text zusammen mit dem Wort *fair* durch Großschreibung besonders hervorgehoben und sind Teile einer Isotopiekette, die durch die sog. Semrekurrenz (vgl. HEINEMANN/ VIEHWEGER 1991, S. 38) zustande kommt.

Nicht immer werden Wortkreuzungen durch den umgebenden Kontext ‘erklärt’, z.B. wenn sie als Markennamen benutzt werden ohne weitere Zusätze, wie im folgenden Beispiel:



Abbildung 12

Star Back ist der Name einer Bäckerei, was durch das Ausgangswort *Back*¹⁰ und die abgebildete Bretzel nahegelegt wird. Das zweite Ausgangswort ist wohl *Starbucks* (*Coffee Company*), der Name der bekannten Café-Kette aus den USA. Die Wortkreuzung verweist also auf einen anderen (Kon-)Text und hat somit die intertextuelle Wirkung, was aber nur denjenigen einleuchtet wird, die Starbucks kennen – alle anderen werden *Star* mit dem Stern verbinden, wodurch aber die Kreativität bei der Namengebung nicht zum Ausdruck kommt.

5. Zusammenfassung

Nicht selten gelten neue Formen der Wortbildung wie Wortkreuzungen zunächst lediglich als Abweichungen von der Norm und finden deshalb wenig Beachtung in Wortbildungslehren. Man kann und soll jedoch solche ‘marginalen’ Erscheinungen in der Wortbildung als Indikatoren möglicher Entwicklungstendenzen verstehen, die uns Aufschluss darüber geben, welche (neuen) Wege Sprachbenutzer finden, Begriffe zu benennen. Die Frage, warum in konkreten Fällen die Neubildungen den gewohnten

¹⁰ Manchmal auch als *Bäck* realisiert.

Wortbildungsmustern vorgezogen werden, kann nur durch eine textlinguistische Analyse ihrer Funktionen beantwortet werden. Eine solche Analyse wurde im vorliegenden Beitrag an unterschiedlichen Texten durchgeführt mit folgenden Ergebnissen:

Dass Wortkreuzungen 'normabweichend' sind, soll nicht als Fehler verstanden werden, da die Abweichung immer absichtlich ist und bestimmte Funktionen im konkreten Text hat. Die Haupt-Textfunktion der Wortkreuzungen, die in jedem Fall festgestellt werden konnte, ist wohl die Aufmerksamkeitserregung durch Originalität und Witzigkeit der Bildungen. Andere Funktionen wie Nominationsfunktion, sprachökonomische, stilistische und textverknüpfende Funktion können als untergeordnet bezeichnet werden und treten in Texten gebündelt mit der Hauptfunktion auf.

Die Tatsache, dass Wortkreuzungen kaum lexikalisiert werden und sehr selten außerhalb eines bestimmten (Kon-)Textes Verwendung finden, spricht nicht gegen sie, denn alles, was gewohnt und repetitiv ist, kann nicht zugleich auch originell, kreativ und geistreich sein. Deshalb ist auch nicht zu erwarten, dass sich Wortkreuzungen zu einem überaus produktiven Wortbildungsmuster entwickeln, es sei denn, sie würden zu ganz anderen Zwecken als ursprünglich produziert und in Texten eingesetzt.

Literaturverzeichnis:

- CANNON, Garland (2000): Blending. In: *Morphologie. Ein internationales Handbuch zur Flexion und Wortbildung*. Hrsg. v. Geert Booij, Christian Lehmann, Joachim Mugdan in collaboration with Wolfgang Kesselheim, Stavros Skopetas. 1. Halbband. (=HSK Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 17.1). Berlin, New York, S. 952-956.
- DITTGEN, Andrea Maria (1989): *Regeln für Abweichungen. Funktionale sprachspielerische Abweichungen in Zeitungsüberschriften, Werbeschlagzeilen, Werbeslogans, Wandsprüchen und Titel*. (= Europäische Hochschulschriften, Reihe I, Deutsche Sprache und Literatur, Bd. 1160). Frankfurt am Main etc.
- DONALIES, Elke (2005): *Die Wortbildung des Deutschen. Ein Überblick. 2.*, überarbeitete Auflage. (=Studien zur Deutschen Sprache. Forschungen des Instituts für deutsche Sprache, Bd. 27). Tübingen.
- DUDEN. *Die Grammatik. Unentbehrlich für richtiges Deutsch*. Bd. 4. (2005). Hrsg. v. der Dudenredaktion. 7., völlig neu erarbeitete und erweiterte Auflage. Mannheim etc.
- FLEISCHER, Wolfgang/BARZ, Irmhild (1995): *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Unter Mitarbeit von Marianne Schröder. 2., durchgesehene und ergänzte Auflage. Tübingen.
- FLEISCHER, Wolfgang/MICHEL, Georg/STARKE, Günter (1993): *Stilistik der deutschen Gegenwartssprache*. Frankfurt am Main u.a.
- FREUD, Sigmund (1948): *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten*. (Gesammelte Werke, chronologisch geordnet, Bd. VI). London.
- HALWACHS, Dieter W. (1994): Am Anfang war das Wortspiel. In: *Sprache Onomatopöie Rhetorik Namen Idiomatik Grammatik*. Festschrift für Prof. Dr. Karl Sornig zum 66. Geburtstag. (=Grazer Linguistische Monographien, Bd. 11). S. 69-85.

- HANSEN, Klaus (1963): Wortverschmelzungen. In: *Zeitschrift für Anglistik und Amerikanistik* 11, Heft 2, S. 117-142.
- HEIBERT, Frank (1993): *Das Wortspiel als Stilmittel und seine Übersetzung. Am Beispiel von sieben Übersetzungen des „Ulysses“ von James Joyce.* (=Kodikas, Code, Supplement, Bd. 20). Tübingen.
- HEINEMANN, Wolfgang/VIEHWEGER, Dieter (1991): *Textlinguistik. Eine Einführung.* (=Reihe Germanistische Linguistik, Bd. 115). Tübingen.
- JANICH, Nina (⁴2005): *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch.* Tübingen.
- KÄGE, Otmar (1980): *Motivation. Probleme des persuasiven Sprachgebrauchs, der Metapher und des Wortspiels.* (=Göppinger Arbeiten zur Germanistik, Nr. 304). Lauterberg.
- KRIEG, Ulrike (2005): *Wortbildungsstrategien in der Werbung. Zur Funktion und Struktur von Wortneubildungen in Printanzeigen.* (=Beiträge zur germanistischen Sprachwissenschaft, Bd. 18). Hamburg.
- LOHDE, Michael (2006): *Wortbildung des modernen Deutschen. Ein Lehr- und Übungsbuch.* Tübingen.
- MEID, Wolfgang (1977): *Beziehungen zwischen äusserer und innerer Sprachform: verschränkte Zeichen und fusionierte Inhalte.* Sonderabdruck aus dem Anzeiger der phil.-hist. Klasse der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, 114. Jahrgang, So. 14. (=Veröffentlichungen der Kommission für Linguistik und Kommunikationsforschung, Heft 6). Wien, S. 294-304.
- METZLER LEXIKON SPRACHE (1993): Hrsg. v. Helmut Glück. Stuttgart, Weimar.
- POETHE, Hannelore (2002): Wort(bildungs)spiele. In: BARZ, Irmhild/FIX, Ulla/LERCHNER, Gotthard (Hrsg.): *Das Wort in Text und Wörterbuch.* (=Abhandlungen der Sächsischen Akademie der Wissenschaften zu Leipzig, philologisch-historische Klasse, Bd. 76, Heft 4). Leipzig, S. 23-40.
- SCHMID, Hans Ulrich (2003): Zölibazis Lustballon. Wortverschmelzungen in der deutschen Gegenwartssprache. In: *Muttersprache* 3. S. 265- 278.
- SCHULZ, Matthias (2004): *Jein, Fortschrott und Ehrgeizhals.* Wortkreuzungen in der deutschen Gegenwartssprache. In: *Zeitschrift für Germanistische Linguistik*, Bd. 32, Heft 2., S. 286-306.
- RONNEBERGER-SIBOLD, Elke (2005): Zur Definition und Typologie von Wortkreuzungen. Ein Vorschlag auf der Grundlage ihrer relativen Transparenz. In: FENK-OCZLON, Gertraud/WINKLER, Christian (Hrsg.): *Sprache und Natürlichkeit. Gedenkband für Willi Mayerthaler.* Tübingen, S. 205-224.
- WINDISCH, Rudolf (1991): Die Wortverschmelzung – ein ‚abscheußliches Monstrum‘ der französischen und deutschen Wortbildung? In: *Romanistisches Jahrbuch* 42. S. 34-51.
- WOLF, Norbert Richard (1981): Am Beispiel Elias Canettis. Überlegungen zur Textsyntax und zur Texttypologie. In: HOLZNER, Johann/KLEIN, Michael/WIESMÜLLER, Wolfgang (Hrsg.): *Studien zur Literatur des 19. und 20. Jahrhunderts in Österreich. Festschrift für Alfred Doppler zum 60. Geburtstag.* (=Innsbrucker Beiträge zur Kulturwissenschaft, Germanistische Reihe, Bd.12). Innsbruck, S. 205-219.

WOLF, Norbert Richard (1996): Wortbildung und Text. In: *Sprachwissenschaft* 21, Heft 3. S. 241-261.

WOLF, Norbert Richard (2005): Über einige Textfunktionen von Wortbildung und Wortbildungen. In: FIX, Ulla/LERCHNER, Gotthard/SCHRÖDER, Marianne/WELLMANN, Hans (Hrsg.): *Zwischen Lexikon und Text. Lexikalische, stilistische und textlinguistische Aspekte.* (=Abhandlungen der Sächsischen Akademie der Wissenschaften zu Leipzig, Philologisch-historische Klasse, Bd. 78, Heft 4). Leipzig, S. 293-304.

Résumé

Křížení slov a jeho textová funkce

V článku je podána jazyková analýza slov vzniklých křížením, jedné z forem slovních hříček. Ačkoli jsou křížená slova považována spíše za odchylky od normy a nejsou většinou lexikalizována, těší se stále větší oblibě nejen v uměleckých textech, ale i v reklamě a žurnalistice. Autorka si vedle způsobů tvorby kontaminovaných tvarů všímá hlavně jejich funkce. Hlavní funkcí křížených slov je vzbudit pozornost: kromě toho ale křížená slova slouží k pojmenování nových jevů, napomáhají vytvářet soudržnost textů a jsou i výrazem jazykové ekonomie.

Summary

Blends and their textual function

This article offers a linguistic analysis of blends, one form of wordplay. Though blends are generally considered to be deviations from the norm and are usually not lexicalized, they are increasingly popular not only in literary texts, but also in advertising and journalism. The author examines not only the process of blending but above all the function of these forms. The main function of blends is to attract attention: in addition, blends serve to name new phenomena or create textual cohesion, and are a manifestation of linguistic economy.