Erschienen in: Dąbrowska-Burkhardt, Jarochna/Eichinger, Ludwig M./Itakura, Uta (Hrsg.): Deutsch: lokal – regional – global. Tübingen: Narr, 2017. S. 401-409. (Studien zur Deutschen Sprache 77)

JACQUELINE KUBCZAK

WELCHEN EINFLUSS HABEN WERBESLOGANS AUF DIE DEUTSCHE SPRACHE?

1. Einleitung

Werbeslogans sollen auffallen und einem im Gedächtnis haften bleiben! Sie schaffen es z.B. durch eine eingängige Reimstruktur (*Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso*), durch eine ungewöhnliche semantische Opposition (*Ariel wäscht nicht nur sauber sondern rein*) oder durch rhetorische Figuren (*genial einfach – einfach Genial*: Werbung für Bosch). In den letzten Jahren wird in den Medien und in der Werbung mit Sprüchen gearbeitet, die die anerkannte Grammatik außer Kraft setzen. In unserem kollektiven Gedächtnis gespeichert sind Slogans wie „*Hier werden Sie geholfen!*", „*Lebst du schon oder wohnst du noch?*", „*das König der Biere*", „*So geht Bank heute*" und noch viele mehr. In diesem Beitrag möchte ich die Geschichte einiger solcher Werbesprüche nachvollziehen und schauen, ob sie als Muster in die Allgemeinsprache eingegangen sind.

Die Werbesprüche, die hier präsentiert werden, widersprechen in unterschiedlichen Weisen anerkannten grammatischen Gepflogenheiten. Dargestellt werden folgende Slogans bzw. Werbesprüche:

Hier werden Sie geholfen!

Lebst du schon oder wohnst du noch?

So geht Bank heute[1]

2. Hier werden Sie geholfen!

Verona Feldbusch-Pooth machte schon Ende der 1990er Jahre diesen Slogan der Telefonauskunft von Telegate (11880) berühmt. Verona Feldbusch-Pooth wurde zweisprachig – deutsch-spanisch – erzogen (wie sie selbst sagt) und in diesem Slogan wird geschickt mit einer Interferenz aus den romanischen Sprachen, hier speziell aus dem Spanischen, gespielt. Die Person, der geholfen wird, wird in den romanischen Sprachen mit Hilfe eines direkten Objekts

[1] Ein ähnlicher Spruch *Er kann Kanzler* wurde ausführlich in Kubczak (2014) dargestellt. Diese Struktur scheint wohl schon den Weg in die Alltagssprache gefunden zu haben. In einem Gespräch während einer Geburtstagsfeier hörte ich zwei ältere Damen ganz ungezwungen und ohne Ironie über Staubsaugerroboter sprechen: „Kann er auch Teppiche?" – „Ja, er kann Teppiche, er kann sogar Ecken!".

dargestellt, nicht durch ein Dativobjekt wie im Deutschen. Ersetzt man das Dativobjekt des Verbs *helfen* durch ein grammatisch fehlerhaftes Akkusativobjekt, wird ein volles *werden*-Passiv ermöglicht, das beim deutschen Verb *helfen* eigentlich nicht erlaubt ist. Gestützt wird dieses regelwidrige Passiv auch durch die semantische Nähe zum Verb *unterstützen*, dessen regelkonformes Passiv *Hier werden Sie unterstützt* lautet.

Der Werbespruch wird seit seiner Entstehung sehr häufig verwendet: Es finden sich 156.800 Treffer für „werden Sie geholfen" im WWW (Google-Suche August 2016), und auch im DeReKo[2] finden sich circa 300 Treffer. Schaut man sich aber die Treffer in DeReKo genauer an, so fällt auf, dass die Wendung meist in Anführungszeichen steht, also zitiert wird, wie z.B. in diesem Beleg: *Das Verona-Feldbusch-Credo „Hier werden Sie geholfen" ist out, der Hyper-Trend heißt: Wer auf Hilfe hofft, dem ist nicht zu helfen.* (die tageszeitung, 26.5.2000, S. 28). Nur circa 50 Treffer werden nicht als direktes Zitat markiert. Allerdings wird auch hier meist indirekt auf den Zitat-Charakter abgehoben, und der Sprecher/Schreiber zeigt, dass er wohl weiß, dass der Satz falsch ist, wie z.B. in den folgenden Belegen:

(1) *Man sieht auch, dass Sie mittlerweile kapiert haben, worum es geht. Wir sind sehr erfreut darüber. Sie sehen: Hier werden Sie geholfen. (Beifall und* ***Heiterkeit*** *bei der SPD)* (Protokoll der Sitzung des Parlaments Landtag Rheinland-Pfalz am 11.12.2008. 58. Sitzung der 15. Wahlperiode 2006-2011. Plenarprotokoll, Mainz am Rhein, 2008)

(2) *Gehören Sie auch zu denen, die manchmal vor lauter Bäumen den Wald nicht sehen? Kommen Sie nach Cochem, da werden Sie geholfen.* ***Nein, nicht von Verona.*** *Die Verwaltung selbst sorgt dafür, dass kräftig abgeholzt wird.* (Rhein-Zeitung, 29.1.2000; Meinung)[3]

Oder es handelt sich in den Belegen um Ankündigungen von Vorträgen bzw. Hinweise auf einen Auskunft-Service, die sich geschickt dem Werbeslogan für Telegate anschließen: *Getreu dem Veranstaltungsmotto: Haben Sie Diabetes? Hier werden Sie geholfen!* (Rhein-Zeitung, 14.10.2000) und noch direkter: *115 – hier werden Sie geholfen. Auf der Computermesse Cebit wird eine einheitliche Behörden-Servicenummer vorgestellt.* (Berliner Zeitung, 8.3.2007, S. 11)

Sehr selten (4 Treffer) sind Belege, in denen weder Ironie noch Zitat-Charakter zu entdecken sind:

(3) *Sie haben einen stressgeplagten Menschen an Ihrer Seite und wissen noch nicht, was Sie ihm zum Geburtstag oder gar zu Weihnachten schenken. Jetzt werden Sie geholfen: Wie wäre es mit einer Terminkette.* (Nordkurier, 15.4.2015, S. 15)

---

[2] DeReKo: Das deutsche Referenzkorpus = Korpora geschriebener Gegenwartssprache des IDS.

[3] Hervorhebungen von mir.

(4) *Für all jene, die bislang nur laut zeterten, gibt es jetzt die Reklamationszentrale Schweiz. Dort werden Sie geholfen, wenn Sie Ihre Beschwerde loswerden wollen, und zwar per Telefon.* (St. Galler Tagblatt, 5.10.2012, S. 9)

Es scheint, dass, trotz großen Bekanntheitsgrades dieses fehlerhafte Passiv (noch?) keinen Eingang in die Allgemeinsprache gefunden, sondern den Zitatcharakter beibehalten hat. Man kann wohl Hundt (2009, S. 127) beipflichten, wenn er sinngemäß schreibt, dass auch wenn eine Wendung durch zunehmende Frequenz des Gebrauchs vertrauter erscheint, die Zunahme der Frequenz nicht zur Akzeptabilisierung der Regelverletzung führt, „wenn die Regelverletzung ganz offenkundig ist und auch von sprachlichen Otto-Normalverbrauchern erkannt wird". Was offensichtlich der Fall ist bei *hier werden Sie geholfen*!

Das Bewusstsein bei „Otto-Normalsprecher"; dass eine leicht erkennbare Verletzung der grammatischen Gepflogenheiten vorliegt, ist wahrscheinlich der Grund, warum ein anderer grammatikalisch falscher Satz *Ich verspreche es ihn*,[4] der zwar nicht Teil eines Werbeslogans ist, sondern von Uwe Hinrichs (2016, S. 2) als ein Beispiel für den Einfluss von Migrantensprache auf das Deutsche angeführt wird, weder in DeReKo noch im WWW Spuren hinterlassen hat! [DeReKo „verspreche es ihn/dich": ∅ Vorkommen]. Im WWW gab es nur 2 Belege. Ein Beleg stammte aus der PDF-Fassung des Vortrags von Hinrichs und der zweite Beleg aus seinem Buch „Multi Kulti Deutsch".

3. Lebst du schon oder wohnst du noch?

2002 wartete der Ikea-Katalog mit dem genialen Spruch auf *Lebst du schon oder wohnst du noch?*, in dem das Verb *leben*, da es hier ohne Komplemente gebraucht wird, i.S.v. „sein Leben genießen, bewusst gestalten" verstanden werden soll.[5] Dieses Verb *leben* wird einem Verb *wohnen* gegenübergestellt, das hier regelwidrig einwertig gebraucht wird. Nach der anerkannten Grammatik ist das Verb *wohnen* aber zweiwertig. Es braucht entweder ein situatives Objekt oder ein Objekt der Art und Weise (man wohnt irgendwo z.B. in Mannheim bzw. irgendwie z.B. schön). Da *wohnen* im Werbespruch ohne ein zweites Objekt erscheint, muss der Leser/Hörer seine Fantasie bemühen, und sich ein „schieres Wohnen" vorstellen, ohne das etwas über den Ort (wo), oder die Art und Weise gesagt wird (wie), ein schieres „wohnhaft sein" also, das in Opposition zu dem positiv besetzten „das Leben genießen, bzw. sein Leben bewusst gestalten" steht. Genial!

---

[4] Das gilt sicher auch für den berühmten Satz des Fußballtrainers Trapattoni: „Ich habe fertig!".

[5] Siehe Sublemma 'leben 4' aus dem Artikel **LEBEN** in E-VALBU (Kubczak 2011).

Das Muster dieses Werbespruchs hat Schule gemacht: Seit 2002 gibt es in DeReKo 719 Belege für dieses Muster. Hier ein paar Beispiele aus den letzten Jahren:

(5) *„Googelst du noch oder blätterst du schon?"* (Nordkurier, 24.11.2010)

(6) *„Es muss heißen: Bedenkst du noch, oder erlässt du schon, aber nicht anders herum."* (Protokoll der Sitzung des Parlaments Landtag Schleswig-Holstein, 25.2.11)

(7) *Schaust du noch oder blickst du schon?* (http://de.wikipedia.org/wiki/Jugendsonntag, Wikipedia, 2011)

(8) *Imitierst du noch, oder erfindest du schon?* (Die Zeit (Online-Ausgabe), 6.9.2012; Nach dem Wischen)

(9) *Lernst du noch oder sonnst du schon?* (Mannheimer Morgen, 17.1.2013, S. 17)

(10) *Jammerst du noch, oder machst du schon?* (Die Zeit (Online-Ausgabe), 16.10.2014; Schluss mit Tschakka)

(11) *„Zitierst du noch oder bearbeitest du schon?"* (Die Zeit, 3.6.2015, S. 7)

In allen diesen Beispielen fehlen bei mindestens einem der beiden Verben die obligatorischen Komplemente. Das Muster des Werbeslogans scheint auf dem Weg, in die Allgemeinsprache einzugehen: Es gibt eine große Variationsbreite bei den benutzten Verben. Auch die Lebensbereiche, in denen das Muster verwendet wird, sind vielfältig. Gestützt wird das Muster dadurch, dass es eine Möglichkeit aufnimmt, die die deutsche Sprache im Prinzip bereit hält (nur nicht für alle Verben): Die Möglichkeit, ein Verb absolut zu gebrauchen, wie z.B. *lernen*: *Lernst Du noch!* oder *beobachten* und *feststellen*: *Der Verfassungsschutz kritisiert nicht, sondern beobachtet und stellt fest; Wissenschaftler auch.* (Wikipedia, 2011: Diskussion:Studentenverbindung/Archiv/2009). Ein bestehendes Muster wird einfach auf Bereiche, in denen es nach den akzeptierten Regeln der Grammatik keine Anwendung findet, ausgedehnt und beflügelt so die Fantasie der Leser/Hörer.

4. So geht Bank heute!

Die Auffälligkeit dieses Slogans und seiner Struktur ist schwieriger zu erfassen. Aber vorerst ein kleiner Einblick in die Geschichte und auf den Verbreitungsgrad des Werbespruchs.

Der Anfang des Siegeszugs von *So geht Bank heute!* ist klar festzumachen: Die Belege in DeReKo und im WWW fangen 2009 an. Werbespezialisten prägten diesen Werbespruch für die Citybank (jetzt Targo Bank). Dieser Satz wird inzwischen variiert, ein Zeichen, dass sich seine Struktur einen Weg in die Allgemeinsprache bahnt. Die Variation zeigt sich zum einen darin, dass das Verb ausgetauscht werden kann. Neben *gehen* findet man auch *müssen* und *sollen* und z.B. sogar *schmecken*.

(12) *Soo!* ***muss*** *Technik.* (Werbeslogan Saturn: seit dem 5.12.2011)

(13) *Danke für das Gespräch mit Frau Direktor Bergmann – „so* ***soll*** *Sonntag"* (profil, 22.5.2015, S. 6, 7, 8)

(14) *So* ***schmeckt*** *himmlisch.* (RTL, 24.2.14) [Werbung für Yogurette.]

Zum anderen betrifft die Variation den Bereich desjenigen, von dem behauptet wird, dass es „so ginge/müsse/solle/schmecke" u.Ä.:

(15) *So geht* ***Steuererklärung*** *heute, clever, günstig, bequem!* (www.xing.com, 2.12.2013);

(16) *So muss* ***Haushalt.*** (www.kommune21.de, 23.3.2014)

(17) *So muß* ***Frühling.*** (www.lokalkompass.de, 23.3.2014)

(18) *So geht* ***Mindestlohn****: 70 000 Dollar im Jahr.* (Nürnberger Nachrichten, 17.4.2015, S. 1)

(19) *So geht* ***Fleisch****. Für Profis, Hobbyköche und leidenschaftliche Tieresser: Mit diesen Küchenhelfern gelingt die Zubereitung von saftigen Braten, rosafarbenen Steaks oder zarten Buletten.* (FOCUS, 17.1.2015, S. 114)

(20) *Die überarbeitete Gear S hat ein gebogenes Display und einen Internetzugang per SIM-Karte, ist also nicht nur Fitness-Tracker, sondern auch Telefon und Navi. Fazit: So geht* ***Zukunft****, allerdings recht klobig und mit schwacher Akku-Leistung.* (FOCUS, 31.1.2015, S. 128-129)

(21) *so geht* ***Zeitung****.* (Die Zeit, 5.2.2015, S. 10)

(22) *So geht* ***Standort.*** (Mannheimer Morgen, 3.3.2015, S. 21)

Der Gebrauch des Musters *so geht/muss/soll/schmeckt/… x*, wobei das Substantiv, das die Stelle von X einnimmt, artikellos erscheint, hat genauso wie der Gebrauch des Musters von *wohnst du noch oder lebst du schon* stark um sich gegriffen. Ein Indiz für die zunehmende Kraft dieser Struktur hat sich schon bei der Suche nach Beispielen für diesen Beitrag gezeigt. Gab es in den Jahrgängen 2010/2011 in DeReKo nur wenige Beispiele für diese Struktur, so sind sie im Jahrgang 2015 in Fülle vorhanden (schon über 70 verschiedenartige Beispiele für das erste Halbjahr 2015). Ebenso interessant ist die Feststellung, dass auch die regelkonformen Beispiele für das Muster *so geht x* (artikellos) in den jüngsten Jahrgängen (2014/2015) explosionsartig vermehrt auftreten.

Ein weiteres Indiz für die Kraft der Struktur dieses Slogans ist die Erweiterung der Wortklassen, mit deren Hilfe auf dasjenige, das so geht/soll/schmeckt usw. Bezug genommen wird. Waren es am Anfang nur Substantive, sind es inzwischen auch Adjektive, die diese Funktion erfüllen können, wie z.B. *So geht* ***günstig*** (Werbeslogan für Ford) oder wie in dem Beleg: *Seit einigen Monaten wirbt die Firma mit ihrem Online-Putz-Service. Ihre Slogans springen einem entgegen, bei Facebook, im Fitnessstudio. „Du trainierst. Helpling putzt", heißt es dort, oder „So einfach geht* ***sauber****"* (Süddeutsche Zeitung, 27.9.2014, S. 25).

Diese Ausdrucksweise erregt stark die Gemüter, wie ein Blick in Internetforen zeigt.

(23) *„So geht Bank heute", behauptet eine Bank. Doch wohin geht? Was macht Bank? Die Menschen gehen weniger Bank, gehen lieber online. Ist das Wunder? Wenn heute so sprechen. Wenn Bank so geht wie spricht, will ich dort auch nicht hin.* (www.sprachgedanken.de/aufgeschnappt, 18.4.2013)

Und aus einem anderen Forum:

(24) Teilnehmer A stellt die Frage:
„Hey Leute kennt ihr die eine Werbung mit dem Slogan: so geht Bank heute ?!?!? Was ist das bitte für ein Deutsch?! uh"

(25) Worauf Teilnehmer B antwortet:
„wüsste nicht was daran falsch ist"
(www.squadhouse.de/forum-Beitraege/smalltalk-1/, 10.4 2010)

Was bei diesem Satz falsch bzw. auffällig ist, wird im folgenden Abschnitt noch untersucht. Aber vorerst soll noch ein kleiner Text mit einer großen Auswahl an Variationsmöglichkeiten und dem Versuch einer Erklärung der Struktur vorgeführt werden:

(26) *Die Sachsen sind nicht die Ersten, die zur Eigenwerbung der „So geht"-Idee verfallen. Eine kleine Auswahl:*

„So geht katholisch" nennt das Bistum Fulda eine Wanderausstellung.

„So geht Bank heute" lautet der Slogan eines Kreditinstituts. „So geht Deutschland" heißt eine Rubrik der Deutschen Welle über Vorurteile gegenüber Deutschen.

„So geht Energiewende" hat die Grünen-Bundestagsfraktion erst kürzlich ein eigenes Positionspapier benannt.

„So geht sauber" ist von einer Reinigungsfirma aus Bayern besetzt.

Selbst Germanisten machen keine Einwände gegen „So geht sächsisch" geltend. Für „Werbesprache" sei das in Ordnung, teilt die Gesellschaft für deutsche Sprache in Wiesbaden mit. ***Die Chemnitzer Sprachwissenschaftlerin Ruth Geier lobt die „anregende" Wirkung des griffigen Slogans durch die Vieldeutigkeit von „gehen"***.[6] (www.freiepresse.de, 5.3.2014)

Dass sich die Wirkung des Slogans auf die Vieldeutigkeit des Verbs *gehen* zurückführen lässt, wie im letzten Beispiel behauptet wird, ist sehr zweifelhaft, denn die Auffälligkeit der Struktur bleibt auch dann erhalten, wenn das Verb ausgewechselt wird: *sollen* oder *müssen* statt *gehen* und sie bleibt auch bestehen beim Wechsel zu *schmecken*. Worin liegt also die Auffälligkeit?

---

[6] Hervorhebung von mir.

Was ist das Besondere an der Struktur?

Die Besonderheit, die jeder spürt, ist nicht so einfach zu fassen, denn es gibt genügend Beispiele mit einer ähnlichen Struktur, die nicht auffällig sind.

Das Verb *gehen* wird hier in der Bedeutung „funktionieren" gebraucht, so wie es in den regelkonformen Sätzen *so geht eine Uhr* oder *so geht Monopoly* der Fall ist. Schauen wir uns zum Vergleich einige weitere nicht auffällige Sätze mit *so geht* an, in denen das Verb *gehen* in der gleichen Bedeutung gebraucht wird wie in *So geht Bank heute*.

(27) *„Wir sind die Mehrheit." So geht Demokratie.* (Die Rheinpfalz, 10.2.2015)

(28) *Sich rockig anziehen, den Zopf lösen, die Haare durch die Luft wirbeln lassen und beherzt in die imaginären Saiten greifen: So geht Luftgitarrespielen auf hohem Niveau.*

(29) *Die integrierte Kopfstütze am Sitz und das Radio für die richtige Musik, so geht schöner Fahren.* (Sonntagsblick, 28.2.2010, S. 9)

(30) *Warum wünschen Sie keine Aussenseiter? Sie kennen doch die Gesetzmäßigkeiten: Was erst Aussenseiter werden später Insider. So geht Geschichte, Forschung.* (https://de.wikipedia.org/wiki/Diskussion:Urstromtal, 2011)

(31) *Student trifft Obdachlosen, startet Aktion Uwe, holt ihn von der Straße, gründet Media-Agentur für soziale Zwecke, bloggt über Klimaverhandlungen: So geht soziales Engagement im Internet.* (Zeit Campus, 20.4.2010, S. 18)

(32) *So geht Trail-Running: Laufen fernab von Betonstrassen und breiten Waldwegen, möglichst kleine Pfade benutzen das ist Trail-Running.* (NZZ am Sonntag, 31.5.2015, S. 55)

Warum ist der Werbespruch *So geht Bank heute*, dessen Struktur (*so* + *gehen* + Substantiv ohne Artikel) auch in unauffälligen Sätzen zu finden ist, besonders?

Die Substantive, die in den grammatisch korrekten Beispielen regelkonform ohne Artikel vorkommen, sind entweder Bezeichnungen für Handlungen: Running, Luftgitarrenspielen, Fahren; Bezeichnungen für Spiele: Monopoly, Poker; oder Bezeichnungen für politische Systeme, Fächer: Demokratie, Mathematik, Geschichte.

Es sind alles Bezeichnungen für regelgesteuerte Handlungen oder Sachverhalte. Das Substantiv *Bank* bezeichnet aber einen Gegenstand (Gebäude) oder eine Institution. Nach der herrschenden Grammatik müsste es mit einem Artikel verbunden werden. Das Eingebundensein in der Struktur *so geht X* (artikellos) zwingt aber den Leser/Hörer zu einem semantischen Kategoriensprung: Von der Bezeichnung für ein Gebäude oder eine Institution zur Bezeichnung für eine regelgesteuerte Handlung oder einen regelgesteuerten Sachverhalt, wie etwa das englische und neu-deutsche Wort *banking*: *So geht*

banking heute wäre ein grammatisch korrekter Satz. Allerdings verlöre dann der Adressat der Werbung die Verbindung zu einer bestimmten Institution, einer Bank – in diesem Fall der Targo Bank – aus den Augen.

Wie funktionieren die anderen Beispiele?

So geht Zukunft: *Zukunft* ist die Bezeichnung für eine Zeitspanne. Eine Zeitspanne „funktioniert aber nicht irgendwie", auch hier muss der Leser einen Kategoriensprung nachvollziehen: *Zukunft* wird hier als Handlung bzw. Vorgang uminterpretiert, etwa i.S.v. *Zukunftsgestaltung, Zukunftsvision*. Ähnlich muss *Fleisch* in *So geht Fleisch* uminterpretiert werden in so etwas wie *Fleischzubereitung, Standort* etwa in *Standortgestaltung*, *Zeitung* in *Zeitunggestaltung*, *Zeitungaufmachung* oder auch (je nach Kontext) in *Zeitungseinflussnahme*. Die schieren Charakterisierungen durch Adjektive müssen in Handlungen bzw. Sachverhalte uminterpretiert werden: *so geht günstig* in *so geht günstig sein*, bzw. *günstig werden* oder auch *günstig verkaufen*; *so geht sauber* in *so geht sauber werden* bzw. *sauber machen*.

Ähnlich wie in dem Beispiel *lebst du schon oder wohnst du noch* wird mit *so geht X* (artikellos) eine vorhandene Möglichkeit der deutschen Sprache auf Bereiche ausgedehnt, in denen sie nach den akzeptierten Regeln der Grammatik bis dahin keine Anwendung gefunden hatte. Am Beispiel *„So geht Sächsisch" hieß die unselige Werbekampagne, bei der zur Weihnachtszeit letzten Jahres in der Altstadt Gratis-Wurst verteilt werden sollte.* (Nürnberger Nachrichten, 13.4.2015, S. 14) kann man das Verfahren schön zeigen: Ginge es in dem Beispiel um die sächsische Sprache, wäre an dem Satz nichts auszusetzen. Nun geht es aber in dem Beispiel nicht um die sächsische Sprache, und der Leser/Hörer muss seine Fantasie bemühen, um Sächsisch zu ergänzen etwa zu *sächsische Mentalität* oder *sächsische Art zu leben*, oder vielleicht noch zu etwas anderem, je nach Kontext.

5. Fazit und gewagter Blick in die Zukunft

Im Gegensatz zu dem ersten Werbespruch *hier werden Sie geholfen*, der eigentlich nur als Zitat in der Allgemeinsprache vorhanden ist, haben die beiden letzten vorgestellten Slogans das Potenzial, nicht nur als Zitate in die Allgemeinsprache einzugehen, sondern die Sprache strukturell zu bereichern. Die deutsche Sprache, die Gerhard Stickel, sowohl als Direktor des IDS als auch später in seiner Funktion als Mitglied des deutschen Sprachrates und Leiter des „European Federation of National Institutions for Language" (EFNIL) bei der Europäischen Union sehr am Herzen lag und liegt, zeigt auch hier ihre Lebendigkeit und Anpassungsfähigkeit.

6. Literatur

DeReKo: Das Deutsche Referenzkorpus. Abfragbar über COSMAS: www.ids-mannheim.de/cosmas2.

Hinrichs, Uwe (2016): Ich mach Facebook, und Du? Wie Migration die deutsche Sprache verändert. Manuskript-Version der SWR2-Aula-Sendung vom Sonntag, 31.7.2016, 8.30 Uhr.

Hundt, Markus (2009): Normverletzungen und neue Normen. In: Konopka, Marek/Strecker, Bruno (Hg.): Deutsche Grammatik – Regeln, Normen, Sprachgebrauch. (= Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache 2008). Berlin/New York, S. 117-140.

Kubczak, Jacqueline (2011): E-VALBU – Das elektronische Valenzwörterbuch deutscher Verben. http://hypermedia2.ids-mannheim.de/evalbu.

Kubczak, Jacqueline (2014): Er kann Kanzler! Wir können billig!: schwer zu fassende Neuerungen in der deutschen Sprache! In: Annali – Sezione Germanica, Università degli Studi di Napoli „L'Orientale", XXIV, 1-2, S. 127-139.