

DER, DIE ODER DAS NUTELLA? – Zum Genus von Produktnamen

von Elke Donalies

Die Indian

Mein Opa hatte mir nichts hinterlassen
als Briefe auf malizianisch, verblichene Fotos
(...) und ein Motorrad der Marke Indian.

Das Indian – wie er sein Motorrad stets nannte,
weil er mit seinem malizianischen Sprachgefühl
einfach nicht begreifen konnte,
wieso man den weiblichen Artikel
vor den männlichen Markennamen
eines sächlichen Produkts setzte.

Antonio Skármeta

Produktnamen wie *Nutella* (aus englisch *nut* ‚Nuss‘
und der italienischen Endung *-ella*) geht es wie Fremd-
wörtern: Sie müssen erst eingepasst werden in unsere
deutsche Sprache. Wie bei den Fremdwörtern sind wir
zum Beispiel oft unsicher, welches Genus, das heißt
welches grammatische Geschlecht, dem Produktna-
men zugeschrieben werden soll: Sollen wir *der Nu-
tella*, *die Nutella* oder *das Nutella* sagen?

Schauen wir uns dazu die generellen Prinzipien an,
nach denen entschieden wird, welches Genus ein
Fremdwort bekommt.

- Erstens entscheiden wir nach dem **Gestaltprinzip**:
Danach sind zum Beispiel Fremdwörter auf *-er*
analog zu vielen einheimischen Wörtern auf *-er*
maskulin: Wegen *der Lehrer*, *der Plattenspieler* sa-
gen wir auch *der Tuner*.
- Zweitens entscheiden wir nach dem **Leitwortprin-
zip**: Danach ist zum Beispiel eine Bezeichnung für
einen Schnaps genau wie das Wort *Schnaps* masku-
lin: Wegen *der Schnaps* sagen wir *der Grappa*.
- Drittens leitet uns das Prinzip des **Quellgenus**: Da-
nach übernehmen wir das Genus der Quellsprache:
Wegen italienisch *la grappa* sagen wir *die
Grappa*.

Wie an den beiden letzten Beispielen deutlich wird, widersprechen sich die Prinzipien mitunter und es kommt zu Parallelförmigkeiten wie *der Grappa* und *die Grappa*. Genauso ist es auch bei Produktnamen, denn die drei Prinzipien, die für Fremdwörter gelten, gelten auch für Produktnamen.

Das Gestaltprinzip

Wörter auf *-a* sind im Deutschen meist feminin: *die Pasta, die Pizza, die kleine Lara*; daher neigen wir zu *die Cola*. Bezeichnungen für chemische Stoffe auf *-in* sind im Deutschen meist neutrum: *das Sacharin, das Insulin, das Pektin*; daher neigen wir zu *das Aspirin*:

Bis man sich schließlich mit dem Tablett zur Kasse durchgeschlagen hat, ist das Nasi-Goreng wieder kalt, dafür war **die Cola** schon immer warm.
(Die Zeit 31.05.1996, S. 59)

Das Unternehmen, das der Welt einst **das Aspirin** gab, ist an der Börse ein Kopfschmerzkandidat.
(Die Zeit 13.10.2000, S. 32)

Das Leitwortprinzip

Aber nicht nur das Gestaltprinzip, auch das Leitwortprinzip bringt uns auf *die Cola*: Wegen *die Limonade* sagen wir *die Cola*. Allerdings assoziieren wir *Cola* auch mit einem Getränk und sagen deshalb ebensooft: *das Cola*. Wegen *die Uhr* heißt es *die Rolex*, wegen *die Kamera* heißt es *die Minox*, wegen *das Mundwasser* heißt es *das Odol*. Wegen *die Tablette* heißt es *die Aspirin*. Bei der klassischen Nivea denken wir uns die Creme dazu und beim Tempo das Taschentuch:

dass das Wasser zu kalt, **das Cola** zu süß, der Iso-Drink zu intensiv, der Tee zu wenig sind
(Kleine Zeitung 18.10.1999)

1908 wurde in Bern eine Schokolade erfunden, die in der Zwischenzeit Weltberühmtheit erlangt hat: **die Toblerone**.
(St. Galler Tagblatt 07.10.1998)

Einzig **die Aspirin** am nächsten Morgen ist garantiert nicht aus kontrolliert-biologischem Anbau.
(die tageszeitung 16.12.1995, S. 34)

Florena, die Hautcreme aus Waldheim bei Leipzig – das war **die Nivea** des Ostens.
(die tageszeitung 18.4.1998, S. 9)

Für jede Lebenslage und Taschengröße haben wir **das richtige Tempo**.
(<http://www.tempo-web.de/>)

Das Prinzip des Quellgenus

Die Quelle eines Fremdworts ist die Sprache, aus dem das Wort entlehnt wird; die Quelle eines Produktnamens ist der kreative Hersteller des Produkts. Offenbar mögen einige Hersteller das Genus ihres Produktnamens aber nicht festlegen, so etwa der Hersteller von Nutella:

„Der Artikelgebrauch ist im Deutschen strittig. Der Hersteller Ferrero benutzt das Wort Nutella artikellos.“ (<http://de.wikipedia.org/wiki/Nutella>); „nutella ist ein im Markenregister eingetragenes Fantasiewort, das in der Regel ohne Artikel verwendet wird. Es bleibt jedem selbst überlassen, welchen Artikel er vor nutella setzt.“ (<http://www.ferrero.de/>).

Bei so viel Freiheit freuen wir uns natürlich und bringen unsere eigene Kompetenz und Phantasie ins Spiel. Wie sagen wir denn nun: *der Nutella, die Nutella* oder *das Nutella*?

Zunächst: Wirklich belegbar sind nur *die Nutella* und *das Nutella*:

die diversen Jobs, mit denen sie **das Nutella** für sich und ihren 11jährigen Arthur verdient
(die tageszeitung 6.10.1997, S. 14)

Bloß den Kaba mit Mangogeschmack und **die Nutella** für die lieben Kleinen sollten wir nicht vergessen.
(die tageszeitung 19.01.1990, S. 28)

Der Nutella dagegen gibt es offenbar ausschließlich in den Foren, in denen diskutiert wird, ob denn nun auch *der Nutella* in Ordnung ist:

Im Internet trifft sich auch die Nutella-Fangemeinde. Neben zahlreichen Nutella-Rezepten werden Fragen diskutiert wie: Heißt es „der“, „die“ oder „das“ Nutella?
(Zürcher Tagesanzeiger 27.11.1999, S. 80)

Und weil Nutella jedem gehört, darf auch jeder damit machen, was er will. Nutella ist ein im Markenregister eingetragenes Fantasiewort. Deshalb bleibt es jedem und jeder überlassen, ob er oder sie „der“, „die“ oder „das“ Nutella sagt.

(die tageszeitung 18.12.2004, S. IV)

So alt wie Nutella dürfte auch der Streit darüber sein, wie es nun richtig heißt: die Nutella, das Nutella oder gar der Nutella?

(<http://www.wdr.de/radio/wdr4/rat_tat/stars_helden_idole/2005_0415.phtml>)

Fazit

Wer sich also an das Übliche halten möchte, sagt *die* oder *das Nutella*. Wem das Übliche nicht wichtig ist, kann nach dem Leitwortprinzip (wegen *der Brotaufstrich*) auch *der Nutella* sagen.

Die Autorin ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Deutsche Sprache in Mannheim.