

Ludwig-Maximilians-Universität München
Sprach- und Literaturwissenschaftliche Fakultät
Englische Sprachwissenschaft

Linguistische Analyse von Geschäftsschildern

**Eine Untersuchung in Deutschland, Österreich, der deutsch-
sprachigen Schweiz, Frankreich und England**

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie
der Ludwig-Maximilians-Universität
München

vorgelegt von

Renate Mauk

aus Stuttgart

2023

Referent: Prof. em. Dr. Hans Sauer († 31.05.2022)

Referentin: Prof. Dr. Ursula Lenker

Korreferentin: PD Dr. Christine Elsweiler

Tag der mündlichen Prüfung: 17.11.2022

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
Abkürzungsverzeichnis	6
1. Einleitung	7
2. Der wissenschaftliche Hintergrund	9
2.1. Begriffsklärungen	9
2.2. Forschungsüberblick	13
2.3. Geschichte der Schrift und Schreibung in der Sprachlandschaft	39
2.4. Deutsche Standardsprache und Dialekte	48
2.5. Rechts- und Namenskunde bezüglich Firmen	52
2.6. Fragestellungen dieser Arbeit	56
2.6.2. Ziel der Arbeit.....	56
2.6.2. Zur Auswahl der Orte	57
2.7. Methodik der vorliegenden Analyse	58
3. Die Erhebungen zu den Geschäftsschildern	69
3.1. Die kleinen Ortschaften	69
3.1.1. Tagmersheim.....	69
3.1.2. Rennertshofen	72
3.1.3. Solnhofen	76
3.1.4. Dollnstein.....	80
3.1.5. Vergleich der Geschäftsschilder der Ortschaften.....	83
3.2. Die Kleinstädte	85
3.2.1. Pappenheim.....	85
3.2.2. Miltenberg.....	88
3.2.3. Eichstätt.....	92
3.2.4. Weißenburg in Bayern	96
3.2.5. Vergleich der Geschäftsschilder der Kleinstädte	100
3.3. Die Mittelstädte	103
3.3.1. Neuburg an der Donau	103
3.3.2. Ansbach.....	106
3.3.3. Aschaffenburg.....	110
3.3.4. Hanau	113

3.3.5. Vergleich der Geschäftsschilder der Mittelstädte	117
3.4. Die Großstädte	119
3.4.1. Ingolstadt.....	119
3.4.2. Paderborn	122
3.4.3. Nürnberg	126
3.4.4. Stuttgart.....	129
3.4.5. Frankfurt am Main	133
3.4.6. München	136
3.4.7. Vergleich der Geschäftsschilder der Großstädte.....	140
3.5. Vergleich der Geschäftsschilder Deutschlands	142
3.6. Die Städte in Österreich	147
3.6.1. Imst	147
3.6.2. Steyr	150
3.6.3. Salzburg	153
3.6.4. Vergleich der Geschäftsschilder Österreichs	156
3.7. Die Städte in der Deutschschweiz	159
3.7.1. Bülach	159
3.7.2. St. Gallen.....	162
3.7.3. Basel.....	166
3.7.4. Vergleich der Schweizer Geschäftsschilder	171
3.8. Die Städte in Frankreich	173
3.8.1. Lure	173
3.8.2. Belfort	178
3.8.3. Mulhouse.....	182
3.8.4. Vergleich der Geschäftsschilder Frankreichs.....	186
3.9. Die Städte in England	190
3.9.1. Marlborough	190
3.9.2. Hereford	193
3.9.3. Exeter	196
3.9.4. Nottingham	200
3.9.5. Vergleich der Geschäftsschilder Englands.....	203
3.10. Vergleich der Geschäftsschilder in allen fünf Ländern.....	206
3.11. Exkurs: Geschäftsschilder in Einkaufszentren	211
3.12. Alternative Bewertung der Sprachen in Deutschland	214

4. Weitere Auswertungen des erfassten Datenmaterials.....	217
4.1. Die Sprachkombinationen.....	217
4.2. Die Branchen.....	220
4.2.1. Die Branchen der Geschäftsschilder in den deutschen Orten.....	220
4.2.2. Branchenvergleich der Geschäftsschilder aller fünf Länder.....	225
4.3. Die Formen der Schreibung.....	238
4.4. Vergleiche der Funde dieses Korpus mit anderen Studien.....	259
5. Zusammenfassung und Ausblick.....	265
6. Bibliographie.....	277

Vorwort

Seit den 1970er Jahren wird die *Linguistic Landscape*, deutsch *Sprachlandschaft*, untersucht. Im 20. Jahrhundert standen dabei vor allem Metropolen im Fokus der Aufmerksamkeit, wie bei Masai (1972) Tokyo, Rosenbaum et al. (1977) Jerusalem, Smalley (1994) Bangkok, Tulp (1978) und Wenzel (1996) Brüssel, Monnier (1989) Montréal. Einen Rahmen für dieses Wissenschaftsfeld steckten Landry / Bourhis (1997) ab; sie definierten erstmals *Linguistic Landscape*.

Inzwischen ist das Interesse am Gebiet der *Sprachlandschaft* stark gestiegen. Die Studien haben nun unterschiedliche Schwerpunkte: Scollon / Scollon (2003) vergleichen qualitativ Schilder in verschiedenen Ländern hinsichtlich der verwendeten Sprachen und der optischen Gestaltung. McArthur (2000) findet in Zürich und Uppsala erstaunlich viele Sprachmischungen. Das Vorkommen von Minderheitensprachen oder Dialekten interessiert z. B. Reershemius (2011) bezüglich des Niederdeutschen, Mitschke (2015) bezüglich Frankoprovenzalisch, Petkova (2017) bezüglich des Schwyzerdütschen.

Geschäftsschilder stehen häufig im Zentrum derartiger Untersuchungen, z. B. bei Schlick (2003) zu vier Ländern, oder bei Bogatto / Hélot (2010) zur Straßburger Bahnhofsggend. Aufschriften, die den Namen des Geschäfts kundtun, sind im Laufe der letzten einhundert Jahre an den Geschäftsfronten Usus geworden und sind damit heute ein selbstverständlicher Teil der *Sprachlandschaft*. In der Regel beinhalten sie den Namen des Geschäftes. Insbesondere seit der Lockerung des Handelsrechts in Deutschland 1998 verändert sich die sprachliche Zusammensetzung der Geschäftsschilder in mehrfacher Hinsicht.

Vor diesem Hintergrund beleuchtet die vorliegende Studie mehrere Aspekte von Geschäftsschildern: Wortzahl, Sprachen, Wortarten, Wortbildungsarten und Wortschatzbereiche. Zu jedem dieser Aspekte werden in dieser Arbeit Statistiken erstellt, für die es erforderlich war, jeweils eine ausreichende Schilderzahl auszuwerten. In Deutschland sind je vier Dörfer, Kleinstädte, Mittelstädte, Großstädte und eine Millionenstadt in Süddeutschland sowie zum Vergleich eine norddeutsche Großstadt erfasst. In Österreich, der Deutschschweiz, Frankreich und Südengland wurden je eine Klein-, Mittel- und Großstadt ausgesucht, sowie eine mittelenglische Großstadt ergänzt. An allen diesen Orten wurden die Geschäftsschilder in den meistfrequentierten Bereichen der Innenstadt fotografiert und ausgewertet. Dies

ermöglicht Vergleiche der Funde in den Ortschaften untereinander, um zu sehen, ob die Einwohnerzahl einen Einfluss auf die Inhalte der Schilder hat. Zusätzlich werden bei Ländervergleichen unterschiedliche Muster von Geschäftsschildern deutlich.

Eigene Berechnungen werden für die einzelnen Branchen angestellt, zu denen die Schilder gehören. Auch hier sind alle oben genannten Kriterien einbezogen. Ziel ist es, bestimmte Vorlieben der Schilderverfasser von Branchen zu erkennen. Ein bebildertes Kapitel findet sich zur Schreibung, in dem unterschiedliche Schriftarten, Sonderzeichen, Satzzeichen, Dialektformen und die optische Gestaltung von Geschäftsschildern sowie deren Funktionen gezeigt werden.

Die Rolle des Englischen ist bei den Geschäftsschildern in den untersuchten Ländern eine besondere, da ihr Einsatzbereich breit gestreut ist. Dies zeigt die Attraktivität des Englischen für Geschäftsschilder.

Die Arbeit gibt auf Grund der Vielzahl der erfassten Schilder und der Auswertung einer ganzen Reihe von Kriterien einen umfassenden Einblick in die Muster der aktuellen Geschäftsschilder. Es bleibt zu hoffen, dass die Ausführungen für diejenigen, die Interesse an diesem Thema haben, von Nutzen ist.

Abkürzungsverzeichnis

Ø	Durchschnitt	Interj.	Interjektion
A	Österreich	Initialw.	Initialwort
A (plus Zahl)	Bundesautobahn	Jh., Jh.s	Jahrhundert, Jahrhunderts
Adj.	Adjektiv	KG	Kommanditgesellschaft
Abk.	Abkürzung	KVK	Karlsruher Virtueller Katalog
Adv.	Adverb	Komp.	Kompositum
AG	Aktiengesellschaft	Konj.	Konjunktion
AHD	The American Heritage Dictionary of the English Language	It.	laut
Akron.	Akronym(e)	M (plus Zahl)	Motorway
Art.	Artikel	N	Nomen
B (plus Zahl)	Bundesstraße	N (plus Zahl)	Nationalstraße
bzw.	beziehungsweise	n =	Anzahl
CH	Schweiz	n. Chr.	nach Christus
Clip.	Clipping	NHN	Normalhöhennull
cSym	Chemisches / physikalisches oder ähnliches Symbol	o. ä.	oder ähnliches
D	Deutschland	o.J.	ohne Jahresangabe
Dimin.	Diminutiv / Superlativ o.ä.	o.S.	ohne Seitenangabe
DIY	Do it yourself (Baumärkte)	OALD	Oxford Advanced Learner's Dictionary
Dt.	Deutsch	OED	Oxford English Dictionary
DWDS	Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache	PR	Le Petit Robert
E	Englisch	Präp.	Präposition
EN	Eigenname	Pron.	Pronomen
et al.	und andere (bei mindestens drei Autoren einer Veröffentlichung)	Redup.	Reduplikation
etc.	et cetera, und so weiter	s. o./ s. u.	siehe oben/ siehe unten
(Zahl)f.	(und eine) folgende	Sp.	Spanisch
F	Frankreich	Sonst.	Sonstige
Fr.	Französisch	s.v./ s.vv.	<i>sub verbo</i> ,unter dem Wort'/ <i>sub verbis</i> ,unter den Wörtern'
Griech.	Griechisch	Türk.	Türkisch
GB	Großbritannien, in dieser Arbeit: England	u. ä.	und Ähnliches
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung	V	Verb
HLS	Historisches Lexikon der Schweiz	v. Chr.	vor Christus
Hybr.	Hybrid	vgl.	vergleiche
Ital.	Italienisch	WSchö.	Wortschöpfung
i. d. R.	in der Regel	WSp.	Wortspiel
		z. B.	zum Beispiel
		Zahlw.	Zahlwort

1. Einleitung

Das Thema dieser Arbeit, eine Untersuchung der Sprachlandschaft mehrerer Städte mit dem Schwerpunkt Geschäftsschilder, geht auf einen Vorschlag von Professor Dr. Hans Sauer zurück, den ich gerne annahm. Es geht um die Schilder bzw. Schriftzüge, die an der Außenfront des jeweiligen Geschäftes angebracht sind. In der Regel handelt es sich dabei um die Firma¹.

In meiner Kindheit in den 1970er Jahren in einem Nürnberger Stadtteil kauften wir Lebensmittel bei *Niklas*, der *Bäckerei Lange*, der Metzgerei *Staubitzer* und dem Gemüsegeschäft *Steub*. Drogeriewaren, Hundefutter und Material für Do-It-Yourself gab es bei *Tyrolf*, außerdem waren da die *Schreinerei Stein*, das Schreibwarengeschäft *Holzbauer*, der Friseur *Singer* und *Möbel Krügel*. Es handelte sich ausschließlich um inhabergeführte Einzelgeschäfte mit Eigennamen als Geschäftsnamen, teilweise mit Ergänzungen. Etwas später kamen Supermärkte hinzu, *NORMA* oder *Condi* wurden die Hauptgeschäfte für Lebensmittel, außerdem gab es dort Schreibwaren, Heimwerkerprodukte u. a. Innerhalb einiger Jahre konnten sich kleinere Läden nicht mehr halten. Die neuen Geschäfte befanden sich in größerer Entfernung zu unserer Wohnung und firmierten² mit Akronymen bzw. Blends³. In der Innenstadt kamen Geschäfte mit fremdsprachlichen Namen auf, Englisch bei *mister*lady jeans* oder *Top Hair*, Französisch bei *Bijou Brigitte* oder *orsay*, Spanisch bei *bonita* und Italienisch bei *VERO MODA* oder *GINA LAURA*. Es gab aber auch Neugründungen mit Eigennamen wie die Drogeriemarktketten *Schlecker* und *ROSSMANN*. Dadurch wurden die Geschäftsnamen einerseits abwechslungsreicher, andererseits durch die Verbreitung von Ketten auch wieder variantenärmer, da diese inzwischen in allen größeren Städten zu finden sind, teilweise mit mehreren Niederlassungen.

Bei der Durchsicht der vorhandenen Arbeiten fiel auf, dass im süddeutschen Raum bislang kaum Untersuchungen getätigt wurden. So konnte ich zu keinem der von mir in Deutschland besuchten Orte Datenmaterial anderer Autoren finden. Das Gleiche gilt für die Städte im Ausland, die ich in meine Studie einbezogen habe. Lediglich für Basel gibt es einen Aufsatz, der jedoch einen anderen Ansatz hat.

¹ *Firma* ist in § 17 Handelsgesetzbuch als ‚Name einer Unternehmung‘ definiert, Genaueres siehe Kapitel 2.5. Die Bezeichnung *Firmenname* wird in dieser Arbeit von mir nicht verwendet. In Zitaten findet man sie jedoch mitunter.

² *Firmieren* ‚den Unternehmensnamen führen‘; Definitionen zu Rechtlichem siehe Kapitel 2.5.

³ Definitionen siehe Kapitel 2.9.

Manche der Arbeiten auf diesem Gebiet wurden von mehreren Personen erarbeitet, so hat Lüdi (2007) in Basel mehrere Studenten die Fotos aufnehmen lassen, die seiner Auswertung zugrunde liegen. Stoltmann (2015) vergleicht die Analysen verschiedener Autoren. In solchen Fällen ist nicht sichergestellt, dass in gleicher Weise vorgegangen wird. Hinzu kommt, dass der Fokus von jedem Wissenschaftler etwas anders gesetzt wird. In den meisten Fällen sind Sprachen von Interesse, die Hintergründe, vor denen diese analysiert werden, sind unterschiedlich. Aussagen über Sprachenpräferenzen von Branchen basieren bislang auf Erhebungen an einem einzigen Ort. Auch stehen zumeist Städte im Fokus des Interesses, einen Vergleich mit Schildern im ländlichen Raum habe ich nicht gefunden. Selbst Edelman (2010), die nach ihren Aussagen die „urban metropolis“ Amsterdam mit der „more rural province“⁴ Friesland vergleicht, analysiert als kleinsten Ort Burgum mit 9.750 Einwohnern⁵. Die historische Entwicklung der Sprachlandschaft und die zu Geschäftsschildern gehörigen Rechtsvorschriften fanden bislang wenig Beachtung.

Meine Arbeit versucht daher, einige Forschungslücken zu schließen. Weil bisher hauptsächlich der Fokus auf Großstädte gelegt wurde und kaum Ländervergleiche angestellt wurden, ist diese Arbeit breiter angelegt. So werden in Deutschland jeweils vier Dörfer, Klein-, Mittel- und Großstädte sowie eine Millionenstadt untersucht. Da es zum süddeutschen Raum bislang kaum Untersuchungen gibt, liegt der Schwerpunkt meiner Arbeit auf dieser Region, nur eine Großstadt befindet sich in Norddeutschland. Um festzustellen, inwieweit die Funde für den gesamten deutschsprachigen Raum und für den französisch- und englischsprachigen Bereich gelten und welche Unterschiede sich dabei ergeben, werden die Ergebnisse mit je einer Klein-, Mittel- und Großstadt in Österreich, im deutschsprachigen Teil der Schweiz, in Frankreich und England verglichen. Für England füge ich den Erhebungen von drei südenenglischen Orten diejenigen zu einer mittelenglischen Großstadt hinzu, um eine breitere geographische Streuung zu erreichen. In allen Ländern zusammen werden 9.745 Schilder erfasst. Diese Vorgehensweise ermöglicht aussagekräftige Vergleiche, da für alle untersuchten Orte die gleichen Kriterien zugrunde gelegt wurden. Während andere Autoren meist nur das Vorkommen von Sprachen interessiert, werden in dieser Arbeit zusätzlich Wortarten, einige Formen der Wortbildung sowie Wortschatzbereiche beleuchtet. Das ist

⁴ Edelman 2010: 82

⁵ Vgl. Edelman 2010: 96

vor allem in Hinblick auf die drei Landessprachen Deutsch, Französisch und Englisch von Bedeutung, da diese unterschiedliche Möglichkeiten der Wortkombination aufweisen. Außerdem erfolgt ein Blick auf den geschichtlichen Aspekt der Sprache im öffentlichen Raum und die Entwicklung von Geschäften sowie ihrer Geschäftsnamen. Um das Bild abzurunden, betrachte ich auch Sonderbereiche wie Branchen und Schreibung.

2. Der wissenschaftliche Hintergrund

2.1. Begriffsklärungen

Im wissenschaftlichen Bereich sind für alle darin aufgestellten Kategorien klare Definitionen notwendig wie in der Mathematik: „Ein *Dreieck* besteht aus drei Punkten, die nicht auf einer Geraden liegen, und den drei Verbindungsstrecken zwischen diesen Punkten“⁶. In den Geisteswissenschaften sind solche eindeutigen Definitionen schwieriger; in der Regel einigt man sich deshalb auf bestimmte Formulierungen, die inhaltlich überzeugen, wobei jedoch immer Raum für Diskussionen bleibt.

Im vorliegenden Fall gibt es mehrere Bezeichnungen für das Forschungsgebiet. *Sprache im öffentlichen Raum* ist in der Soziologie „der *öffentliche Raum* jener, in dem man dem prüfenden Blick von jedermann ausgesetzt ist, der Raum, in dem es Akteure und Zuschauer*innen gibt, in dem man gleichzeitig Beobachter und Beobachteter ist“⁷. Dieser ist in Städten zu finden; sein Ursprung geht auf die griechische *Agora* zurück, die gleichzeitig für den Markt und für Versammlungen diente⁸. Wie problematisch die Bezeichnung *Sprache im öffentlichen Raum* ist, zeigt sich bei der Literatursuche. Eine am 01.05.2019 durchgeführte Suche im Karlsruher Virtuellen Katalog (KVK) brachte von 219 Treffern nur zehn relevante von drei Medien, die teilweise mehrfach aufgeführt sind⁹. Dies entspricht einer

⁶ TU Freiberg o.J.; bei Internetquellen existieren keine Seitenangaben auf Homepages, infolgedessen wurden in der Bibliographie nur die verwendeten Links angegeben oder für mehrere in Frage kommende Links Überschriften verwendet.

⁷ Wildner / Berger 2018: o.S.

⁸ Vgl. Wildner / Berger 2018: o.S.

⁹ Es wurden nur die Haupttreffer gezählt, keine „weiteren“.

Trefferquote von lediglich 4,57 %¹⁰, weshalb die Bezeichnung *Sprache im öffentlichen Raum* nur bedingt hilfreich ist.

Die zweite Bezeichnung für das Forschungsgebiet, *Sprachlandschaft*, brachte bei der gleichen Suche 315 Treffer, ein einziger (0,32 %) ist relevant, nämlich Tobiasz (2013). Dies liegt daran, dass *Sprachlandschaft* im Deutschen schon länger benutzt wird, und zwar für Verbreitungsgebiete von Dialekten wie bei Wagner (1927): *Deutsche Sprachlandschaften*¹¹. Dass im Englischen ein vergleichbarer Terminus lange Zeit fehlte, zeigt die Buchbesprechung zu Besch (1967), in der *Sprachlandschaft* nicht übersetzt wird. Die Begründung lautet: „For want of a simple English equivalent I shall retain the German [...] *Sprachlandschaft*, a geographical area determined by linguistic (dialectal) criteria¹²“.

Landry / Bourhis definieren 1997 im Englischen *linguistic landscape*:

The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a given territory, region or urban agglomeration.¹³

Im Zusammenhang mit dieser Bezeichnung verweist Gorter auf die Etymologie von *landscape* mit ‚Landschaftsmalerei‘ als ursprünglicher Bedeutung, woraus er einen künstlerischen Aspekt für das Wort ableitet¹⁴. Das Wort *landscape* erscheint zwar 1598 erstmals im Englischen für ‚Landschaftsmalerei‘, dehnte jedoch rasch seine Bedeutung auf die ‚Landschaft‘ selbst aus. Heute listet das *AHD* als wichtigste Bedeutung des Nomens *landscape*: „1. An expanse of scenery that can be seen in a single view: *a desert landscape*.“¹⁵ Dieser Eintrag gibt die Hauptbedeutung als ‚Landschaft‘ wieder und hat keinen Bezug mehr zur Malerei. Insofern erscheint Gorters Argumentation fraglich, da die historische Bedeutung eines

¹⁰ Die übrigen Einträge beinhalten so unterschiedliche Fragestellungen wie diese beiden Beispiele: Scherf, Henning (2016): *Das letzte Tabu: Über das Sterben reden und den Abschied leben lernen*, Freiburg im Breisgau: Herder; Maertins, Christian (2008): *Digitalisierung und Hybridisierung von Raum und Infrastruktur: mobiles Ticketing im öffentlichen Verkehr*, Berlin: WZB

¹¹ Begründung für die Verwendung des Begriffs, Wagner 1927: 5. Ein weiteres Beispiel für die frühe Verwendung des Begriffs *Sprachlandschaft* ist: Bach, Adolf (1930): *Die Nassauische Sprachlandschaft – ein Versuch*, Bonn: Röhrscheid

¹² Waterman 1970: 474, Fußnote; Besprechung zu: Besch, Werner (1967): *Sprachlandschaften und Sprachausgleich im 15. Jahrhundert: Studien zur Erforschung der spätmittelhochdeutschen Schreibdialekte und zur Entstehung der neuhochdeutschen Schriftsprache*, München: Francke

¹³ Landry / Bourhis 1997: 25

¹⁴ Gorter 2006: 83

¹⁵ *AHD* 2000: s.v. *landscape*, vgl. auch die Bedeutungsbeschreibung bzw. Übersetzung in Muret-Sanders 1908: s.v. *landscape*; Weis 1973: 215, Hoffmann / Hoffmann 2005: 168, 218, Pons 2006 und *OALD* 2010: je s.v. *landscape*

Wortes nicht mit der heutigen gleichgesetzt werden kann. Dies wäre ein etymologischer Fehlschluss, da der Bedeutungswandel außer Acht gelassen wird¹⁶.

Linguistic landscape, oft als *LL* abgekürzt, kommt bei obiger Literatursuche auf 300 Treffer, davon sind 63 % relevant. Hieran wird sichtbar, dass es der geläufigste Begriff ist, z. B. bei Shohamy / Gorter (2009), Coulmas (2009), Wang (2015), Al-Athwary (2017). Mitunter wird er auch in deutschen Texten verwendet, z. B. von Kral (2012), Stoltmann (2015) und Petkova (2017).

Für die deutsche Sprache gilt: „Bedingt durch den Wunsch nach einem eindeutigen deutschen Fachbegriff, der aus einem einzigen Wort besteht, ist in diesem Bereich das Kompositum die übliche Wortbildungsform“¹⁷. Folglich wurde *linguistic landscape* auf Deutsch als ‚Sprachlandschaft‘ wiedergegeben, womit eine Doppelbelegung dieses Begriffs geschaffen wurde, eine Polysemie¹⁸, deren Ambiguität¹⁹ durch den jeweiligen Kontext aufgehoben wird. Tobiasz (2013 und 2014) verwendet beispielsweise die Bezeichnung *Sprachlandschaft*, Androutsopoulos (2008) die deutsche und die englische Bezeichnung. Auer (2010) spricht von *sprachlichen Landschaften*, Dittmar / Steckbauer (2007) titeln *Urbane Linguotope*. Bei Mitschke (2015) findet sich das französische *paysage linguistique*, bei Wellings (2013) das galizische *paisaxe lingüística*.

Da häufig Städte untersucht werden, verwenden manche Autoren den Begriff *Cityscape*, der in Untersuchungen zur Kulturgeographie und zur Stadtentwicklung bereits in Gebrauch war. Coulmas (2009) stellt fest, Sprachlandschaftsforschung von Texten im öffentlichen Raum sei typischerweise die Untersuchung von Städten, z.B. bei Tulp (1978) und Landry / Bourhis (1997)²⁰. Da in der Stadt Kulturen und Sprachen aufeinandertreffen, die auch schriftlich manifest werden, erweitert Gorter auf *multilingual cityscape*²¹. In meine Studie werden auch kleine Ortschaften einbezogen; daher ergibt die Limitierung auf *cityscape* keinen Sinn. Deshalb verwende ich die Bezeichnung *Sprachlandschaft*²².

¹⁶ Vgl. Mill 1868: 406

¹⁷ [sic!], Simon 2008: 11

¹⁸ Vgl. Sauer / Majewski 2020: 73, Herbst et al. 1991: 167

¹⁹ Vgl. Herbst et al. 1991: 157

²⁰ Vgl. Coulmas 2009: 14

²¹ Vgl. z. B. Gorter 2006: 4, Coulmas 2009: 14. Die Übernahme durch Coulmas erstaunt insofern, als er auch einen Text beschreibt, der weitab von Städten an einer Überlandstraße im Iran steht. Siehe Kapitel 2.2.

²² Im Übrigen wird in Kapitel 2.3. nachgewiesen, dass sich Schrift praktisch überall hin verbreitet hat, die Beschränkung auf die Stadt durch die Alphabetisierung also beseitigt wurde.

Was die *Sprachlandschaft* ausmacht, wird unterschiedlich festgelegt. Die obige Definition von Landry / Bourhis²³ wird häufig zitiert, z. B. bei Auer (2010: 273), Kral (2012: 10), Petkova (2017: 158), Wang (2013: 41). In Anlehnung daran untersucht Ben-Rafael²⁴: „street signs, commercial signs, billboards, signs on national and municipal institutes, trade names, and personal study plates, public notices.“ Cenoz / Gorter fragen: „We can see language signs on the streets, in the countryside, in hospitals, at schools and in shops. Are we aware of the language on street signs, billboards, graffiti, or posters?“²⁵ Ein *sign* ist für Backhaus „any piece of written text within a spatially definable frame“²⁶. Mitschke übernimmt dies und schließt daher Aufkleber ein, verwirft aber Graffiti, da diese i. d. R. keinen Rahmen haben²⁷. Dunlevy übernimmt ebenfalls Backhaus’ Definition, ergänzt jedoch „non-stationary objects“, wie Fahrzeuge und Poster, da sie diese für ebenso wichtig hält²⁸. Auch wenn sich die Definitionen ähneln, beleuchtet doch jeder Autor²⁹ nur ein bestimmtes Teilgebiet. Auer (2010) interessiert sich beispielsweise für dialektale Rastplatznamen, Backhaus für Schilder an Tokyoter Metrostationen, Rosenbaum et al. (1977) für die Rolle des Englischen in Jerusalem, Petkova (2017) für Ortsbezeichnungen in der Innerschweiz. Ben-Rafael et al. (2006 und 2010) wählen die zu untersuchenden Objekte so aus: „LL, as defined here, refers to any sign or announcement located outside or inside a public institution or a private business in a given geographical location“³⁰. Auch Kral (2012) schließt Aufschriften innerhalb der Läden mit ein³¹.

In der vorliegenden Studie geht es wie bei Wang, Bogatto / Hélot (2010) oder Stoltmann (2015) um Geschäftsschilder. Mitunter kam es vor, dass mehr als eine Außenaufschrift am Geschäft vorhanden war. In diesen Fällen wurde die auffallendste gewählt³². Unter *Schild* wird in dieser Arbeit jede Art von Schriftzug verstanden, die den Namen des Geschäftes kundtut³³.

²³ Landry / Bourhis 1997: 25

²⁴ Ben-Raffael 2006: 19

²⁵ Cenoz / Gorter 2007: 2

²⁶ Backhaus 2006: 55

²⁷ Mitschke 2015: 79

²⁸ Vgl. Dunlevy 2012: o.S.

²⁹ Selbstverständlich sind hier auch Autorinnen eingeschlossen. Ich verwende auch bei Pluralformen grundsätzlich die männliche Form für die verschiedenen Geschlechter. Es gibt dafür bislang noch keine Norm. Existierende Systeme des gendergerechten Sprachgebrauchs lassen das dritte Geschlecht außer Acht, vgl. Duden online: Geschlechtergerechter Sprachgebrauch.

³⁰ Ben-Raffael et al. 2006: 14

³¹ Vgl. Kral 2017: gesamte Arbeit

³² Hierfür wurden die Kriterien von Scollon / Scollon 2003: 19f. angewandt. Vgl. Kapitel 2.2.

³³ Genaueres hierzu siehe Kapitel 2.7.

Schilder werden oft in zwei Kategorien geteilt, die bei den jeweiligen Autoren unterschiedlich bezeichnet werden. Landry / Bourhis (1997) unterscheiden *private* versus *government signs* und führen aus:

Private signs include commercial signs on storefronts and business institutions (e.g. retail stores and banks), commercial advertising on billboards, and advertising signs displays in public transport and on private vehicles. *Government signs* refer to public signs used by national, regional, or municipal governments in the following domains: road signs, place names, street names, and inscriptions on government buildings including ministries, hospitals, universities, town halls, schools, metro stations, and public parks³⁴.

Cenoz / Gorter (2006) gruppieren in *top-down* für offizielle und *bottom-up* für private Urheber als Verfasser, ebenso Backhaus, der jedoch auch von *official* und *non-official* spricht³⁵. Ben-Rafael et al. (2006 und 2010) bezeichnen die Kategorien als *public* und *private*³⁶. Die Gegenüberstellung *in vitro*, ‚im Reagenzglas / Labor‘ (von Regierung oder Behörden) und *in vivo* als ‚im Leben‘ (von Privatpersonen) stammt von Calvet³⁷.

2.2. Forschungsüberblick

Die ersten Forschungsarbeiten zu Sprachlandschaften im Sinne dieser Arbeit stammen aus den 1970er Jahren. Einen chronologischen Überblick über die Monographien und Aufsätze zum Thema liefert Tobiasz zum 20. Jh. (2013) und zum ersten Jahrzehnt des 21. Jh.s (2014). Gorter / Cenoz (2017) listen die Wissenschaftsdisziplinen auf, in denen Studien zu Sprachlandschaften getätigt werden: Linguistik, Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Wirtschaftslehre, Sozial-Geographie, Landschaftsarchitektur, Psychologie sowie „education“. Sodann gliedern sie nach untersuchten Teilgebieten³⁸. Die Verbreitung des Englischen ist eines davon, wie bei Rosenbaum et al. (1977). Eine historische Perspektive beleuchtet z. B. Pavlenko (2010). Sprachpolitik spielt bei Desautels (2019) eine Rolle. Im Folgenden soll ein Einblick in die bisherige Literatur gegeben werden.

³⁴ Landry / Bourhis 1997: 26

³⁵ Vgl. Cenoz / Gorter 2007: 6; Backhaus 2007: 80

³⁶ Vgl. Ben-Rafael et al. 2010: XI

³⁷ Vgl. Calvet 1994: 175-177

³⁸ Vgl. Gorter / Cenoz 2017: 239 f.; die Teilgebiete werden auch bei Tobiasz 2013: 236 gelistet.

Im 20. Jh. ist das Interesse an Sprachlandschaften noch relativ gering und konzentriert sich hauptsächlich auf Metropolen. Mit dem Beginn des 21. Jh.s steigt das Interesse an diesem Forschungsgebiet stark an. Es werden nun eine Vielzahl an Fragen angesprochen³⁹. Gorter (2006) begründet die intensivierete Erforschung der Sprachlandschaft mit der Ausbreitung des Englischen durch Globalisierung, Sprachpolitik und ihrem Einfluss, Wiederbelebung des Nationalbewusstseins von Sprachminderheiten, beschleunigter Migration, Wandel der Gesellschaft, Faszination über die Aussagekraft der *linguistic landscape* über soziale, politische, ökonomische und kulturelle Machtverteilung sowie Digitalisierungsfortschritt⁴⁰. Tobiasz (2013) führt an, die Landschaft bilde einen Teil des Heimatgefühls und werde von Menschen mitgestaltet. In großen urbanen Zentren gebe es eine große Dichte und Abwechslungsreichtum an Sprachlandschaft auf unterschiedlichen Medien, auf dem Land jedoch weniger, da der Zustrom von Migranten in die Städte dränge⁴¹.

Als eines der ältesten Werke auf dem Gebiet der Sprachlandschaften im vorliegenden Sinn gilt die 1962 begonnene und 1972 veröffentlichte Studie des japanischen Geographen Masai. Er erfasst 3.000 Geschäftsschilder in 新宿区, „Shinjuku City[, which] is located almost at the center of the 23 cities of Tokyo“⁴². Für sein Forschungsgebiet benutzt Masai den Terminus *genjo keikan*, was mit ‚linguistic landscape‘ übersetzt wird⁴³. Masai unterscheidet nach den vier verwendeten Schrifttypen: die Ganzwortzeichen *Kanji* (漢字), die Silbenschriften *Hiragana* (ひらがな) und *Katakana* (カタカナ) sowie die 26 Buchstaben des lateinischen Alphabets⁴⁴. 42 % der Geschäftsschilder sind ausschließlich in *Kanji*, nimmt man kombinierte Treffer dazu, enthalten 77 % diese Schrift. Für *Hiragana* finden sich 3 % bzw. 20 % und für *Katakana* 7 % bzw. 33 %. Nur aus lateinischen Buchstaben bestehen 3 % der Schilder, 21 % haben auch lateinische Buchstaben⁴⁵.

Masai kategorisiert nach Sprachen und Geschäftszweigen. Trotz der Tatsache, dass der Geograph alle Entlehnungen unabhängig von ihrem Alter unter der

³⁹ Vgl. Tobiasz 2013: 236

⁴⁰ Vgl. Gorter 2006: 83 f.

⁴¹ Vgl. Tobiasz 2013: 237

⁴² Shinjuku 2017: o.S. Lt. der Shinjuku-Homepage handelt es sich um einen facettenreichen Stadtteil mit einer belebten Einkaufsgegend, Bürohochhäusern und einer ruhigen Wohngegend, vgl. Shinjuku 2017: o.S.

⁴³ Vgl. Backhaus 2007: 48; da das Werk Masais ausschließlich in japanischer Sprache verfasst ist, kann es nur über Backhaus (2007) ausgewertet werden.

⁴⁴ Vgl. Backhaus 2007: 47 f., sowie: japanischlernen.eu 2022: o.S.

⁴⁵ Vgl. Masai 1972: 154-156, nach Backhaus 2007: 48

Gebersprache einordnet, finden sich 82 % japanische Geschäftsnamen. Die wichtigsten ausländischen Sprachen sind Englisch mit 9,8 %, Französisch mit 2,8 %, Spanisch mit 1,3 %, Chinesisch mit 0,9 %, Deutsch mit 0,8 %, Russisch mit 0,6 % und 1,2 % für alle übrigen Sprachen⁴⁶. Japanische Bars und andere traditionell japanische Geschäfte bevorzugen die Landessprache, Chinesisch kommt hauptsächlich bei chinesischen Restaurants vor, Englisch bei Restaurants und Cafés, auch wenn diese keinen ausländischen Charakter haben. Die Motivation für die Wahl eines ausländischen Namens sieht der Autor in einem erstrebten exotischen Touch⁴⁷.

MacGregor (2003) wertet ihre in der Nähe des Bahnhofs Seijo Gakuen-mae bei der Universität Seijo in Tokyo gesammelten 120 Geschäftsschilder aus. Sie kategorisiert nach Schrifttypen, Sprachen und Branchen. In dem nach ihren Worten hochgradig einsprachigen Land erwartet sie eine deutliche Dominanz des Japanischen, das reichlich mit ausländischen Wörtern, hauptsächlich Englisch, „ornamented“, also ‚garniert‘ ist⁴⁸. Diese Vermutung findet sie bestätigt, wie ihre Tabelle zeigt⁴⁹:

Unilingual	Bilingual	Trilingual
Japanese 52 (43.3%)	English + Japanese 29 (24.2%)	Eng+Fre+Japanese 2 (1.7%)
English 31 (25.8%)	French + Japanese 2 (1.7%)	
French 3 (2.5%)	Danish + Japanese 1 (0.8%)	

Außerdem beschreibt MacGregor die Bereiche, in denen die Sprachen jeweils verwendet werden: „Japanese is the preferred language in signs for restaurants serving Japanese food, while pastry is equated with the French, and bread is often linked to Scandinavia“⁵⁰. Englisch wird nach MacGregors Ansicht oft mehr wegen seines optischen Reizes als wegen der möglichen Bedeutung gewählt, häufig für Bekleidung, insbesondere westliche Mode wie T-Shirts und Sweater, Schreibwaren, Taschen und Lebensmittelverpackungen, aber auch vieles andere. Trotz der geringen Anzahl französischer Geschäftsschilder ist sich MacGregor sicher, dass diese Sprache einen hohen Status hat, insbesondere in Bezug auf Mode und bestimmte Lebensmittel wie Gebäck⁵¹. Daraus schließt sie, „English (or other

⁴⁶ Vgl. Masai 1972: 154-156, nach Backhaus 2007: 48

⁴⁷ Vgl. Masai 1972: 156-157, nach Backhaus 2007: 48

⁴⁸ Vgl. MacGregor 2003: 19

⁴⁹ MacGregor 2003: 22, Tabelle: MacGregor 2003: 19. Diese Zahlen werden in Kapitel 4.4. mit denen meiner Arbeit verglichen.

⁵⁰ MacGregor 2003: 22

⁵¹ Vgl. MacGregor 2003: 21

foreign language) is a status-enhancing embellishment, since English is equated with the West, which is equated with all kinds of positive images: high quality, high status, high society“⁵².

Backhaus (2007) zählt alle Schilder an den 29 Metrostationen der Yamanote Linie aus, wobei eine breite Palette abgedeckt wird, da die Bahn 10 der 23 Stadtteile Tokyos einschließlich der Innenstadt mit Gewerbegebieten, Einkaufs- und Unterhaltungsgebieten sowie ruhige Wohngebieten und Parks anfährt⁵³. Sein Korpus umfasst fast 2.500 Einträge. Die Auswertung zu Sprachen beinhaltet Japanisch in Ganzwortzeichen (*Kanji*) mit 72,8 %, in lateinischen Buchstaben mit 9,2 %, in Silbenschriften (*Hiragana & Katakana*) mit 3,8 % und in Braille mit 0,8 %. Bei ausländischen Sprachen dominiert das Englische mit 92,7 %. Es finden sich nur geringe Anteile anderer Sprachen, nämlich Chinesisch 2,5 %, Koreanisch 1,6 %, Französisch 0,8 %, Portugiesisch 0,5 %, Spanisch 0,3 %, Latein 0,3 %, Thai 0,2 %, Italienisch 0,2 %, Persisch 0,1 %, Tagalog⁵⁴ 0,1 %, Deutsch 0,1 %, Arabisch 0,0 % und Russisch 0,0 %⁵⁵. Backhaus stellt auch drei Fragen, die ihm für die Sprachlandschaft wesentlich erscheinen:

- (1) Linguistic landscaping by whom?
- (2) Linguistic landscaping for whom?
- (3) Linguistic landscape *quo vadis*?⁵⁶

Andere Studien geben auf diese Fragen teilweise Antworten, z. B. unten in diesem Kapitel Rosenbaum et al.

Ebenfalls in Japan untersucht Wang (2015) den Ito Campus der Universität Kyushu, da sie der Meinung ist, dass nicht nur Innenstädte von Interesse sein sollten. Die Hochschule befindet sich in einem Randbezirk der Millionenstadt Fukuoka⁵⁷. Sie fragt, was zur Gestaltung der Sprachlandschaft beiträgt, wie die rechtlichen Regelungen sind und wie die Rezipienten auf das mehrsprachige Umfeld reagieren⁵⁸. Der starke Zuzug durch die Globalisierung führe dazu, dass man nicht mehr von einer einsprachigen Gesellschaft sprechen könne. Ein landesweites Gesetz zur Regelung der Sprache gebe es bislang zwar nicht. Wegen der Vielzahl

⁵² MacGregor 2003: 21

⁵³ Vgl. Backhaus 2007: 65

⁵⁴ Sprache der Philippinen, vgl. *AHD* 2000: s.v. *Tagalog*

⁵⁵ Vgl. Backhaus 2007: 71. Für die beiden letzten Sprachen gibt es je einen Treffer, der durch das Runden zu 0,0 % wird, vgl. Backhaus 2007: 56

⁵⁶ Backhaus 2007: 57.

⁵⁷ Vgl. Wang 2015; Wikipedia: s.vv. *Universität Kyūshū, Fukuoka*

⁵⁸ Vgl. Wang 2015: 124

englischsprachiger Personen mit nichteinheimischem Pass schreibt die Tokyoter Stadtregierung aber bei Ortsbezeichnungen und Beschriftungen im öffentlichen Nahverkehr zusätzlich Englisch sowie Silbenschrift vor⁵⁹. Außerdem wurde der Fremdsprachenunterricht forciert, insbesondere in Englisch⁶⁰. An der Universität Kyushu gebe es keine Sprachvorschriften, aber permanente Bestrebungen, die Beschriftungen hinsichtlich ihrer Optik und mit Übersetzungen zu verbessern⁶¹.

Wang wertet 223 Schilder aus, die sie an den Hauptwegen fotografierte. „They are signs displayed on the signposts beside the crossroads, inscriptions on the buildings, plate names on the shops, library, cafeteria, gymnasium, signboards standing at the parking lots and so on“⁶². Zu den Sprachen stellt Wang fest: Einsprachig sind auf Japanisch 44,3 %, Englisch 7,6 % und Französisch 0,40 % der Schilder. Zweisprachig gibt es Japanisch + Englisch mit 46,1 % und Japanisch + Chinesisch mit 0,4 %. Mehrsprachig sind Chinesisch + Japanisch + Englisch 0,4 % und Japanisch + Englisch + Chinesisch + Koreanisch 0,4 %⁶³. Wang schließt: „The campus signs do not show so rich a construction of linguistic landscape as the urban area“⁶⁴, betont aber die große Anzahl japanisch-englischer Schilder sowie einen Trend zur Internationalisierung⁶⁵.

Wang (2013) beschäftigt sich mit der Sprache der Geschäftsschilder in Peking⁶⁶. Als Korpus wählt sie die hochfrequentierte Wangfujing-Straße mit 89 Geschäften. Einsprachig sind auf Chinesisch 27 %, auf Englisch 6,7 %, auf Japanisch 5,6 %, auf Französisch 4,5 %, auf Deutsch, Spanisch und Arabisch je 1 %; 2 % fallen auf sonstige Sprachen. Zweisprachig Chinesisch + Englisch machen 45 % ihres Korpus aus, „Bilder“ 5,6 %⁶⁷. Nur Chinesisch verwenden lokale Geschäfte; Chinesisch + Englisch wird von Dienstleistern wie Restaurants, Banken, Hotels und Reisebüros bevorzugt. Nur Englisch findet sich ausschließlich bei „boutique shops“, womit sie Mode- und Schmuckgeschäfte meint. Laut Wang beweist dies, dass Englisch attraktiv ist, weil man damit Prestige und Reichtum assoziiert, auch wenn die Sprache von vielen Chinesen nicht verstanden wird. Dies gilt auch für

⁵⁹ Vgl. Wang 2015: 128

⁶⁰ Vgl. Wang 2015: 130

⁶¹ Vgl. Wang 2015: 129

⁶² Wang 2015: 131

⁶³ Wang 2015: 132

⁶⁴ Wang 2015: 137

⁶⁵ Vgl. Wang 2015: 137

⁶⁶ Vgl. Wang 2013: 41f.

⁶⁷ Wang 2013: 43

Sprachen wie Französisch, Deutsch oder Spanisch. Es gibt eine Art Enthusiasmus für Ideen und Luxus aus dem Westen⁶⁸.

Rosenbaum et al. (1977) beschreiben die Verhältnisse in Jerusalem mit Schwerpunkt Englisch. Viele Einwohner und Geschäftsinhaber sind dort funktional zweisprachig Hebräisch / Arabisch. Beim nicht-jüdischen Drittel der Bevölkerung ist die Hauptsprache Arabisch. Ebenso gibt es eine ganze Reihe Juden, die des Arabischen mächtig sind, da sie aus muslimischen Ländern einwanderten. In dieser komplexen Sprachsituation nimmt Englisch einen besonderen Platz ein. Es wird zur Kommunikation mit Außenstehenden sowie für wissenschaftliche und technologische Zwecke eingesetzt; und es ist Muttersprache einiger Immigranten. Außerdem hat es für den Tourismus einen hohen Stellenwert⁶⁹.

Vor diesem Hintergrund beleuchten die Autoren, in welchem Ausmaß Englisch als *lingua franca* unter Israelis dient, inwieweit es als Kommunikationsmittel eingesetzt werden kann, wie groß die Akzeptanz für englisches Angesprochen-Werden ist und wie viel Englisch man in der Öffentlichkeit begegnet. Sie untersuchen die hochfrequentierte Keren Kayemet Street, an der sich fast alle Geschäfte und Dienstleistungsbetriebe befinden, die für die Versorgung der in der Gegend Wohnenden notwendig sind, z. B. Lebensmittelläden und Kioske sowie einige Institutionen einschließlich eines Postamts. Die Nachbarschaft ist aus verschiedenen Ethnien zusammengesetzt. Die Straße ist nicht repräsentativ für West-Jerusalemmer Einkaufsgegenden, da viele europäische Migranten hier wohnen, aber wenig Neu-Immigrierte. Daher erwarten die Forscher relativ hohe Englischkenntnisse. Um die städtische Sprach- und Sozialstruktur zu untersuchen, wurden die Sprachen sich unterhaltender Passanten auf der Straße und in Geschäften gezählt: Hebräisch 72,5 %, Englisch 14,1 %, Deutsch 2,5 %, Jiddisch 1,8 %, zweisprachig 3,6 %, sonstige 5,4 %⁷⁰. Den relativ hohen Anteil an Englisch und den verhältnismäßig niedrigen an Jiddisch und Arabisch (je 1 %) erklären die Autoren mit dem jeweiligen Prestige. Obwohl Jiddisch und Arabisch Muttersprache vieler Israelis ist, unter anderem der meisten befragten Ladenbesitzer, genießen beide Sprachen kein großes Ansehen. Für Englisch und Amerikanisch gelte das Gegenteil⁷¹.

⁶⁸ Vgl. Wang 2013: 43f.

⁶⁹ Vgl. Rosenbaum et al. 1977: 179 f.

⁷⁰ Vgl. Rosenbaum et al. 1977: 185

⁷¹ Vgl. Rosenbaum et al. 1977: 186

Zur Beschriftung der Geschäfte wird die verwendete Schriftart mit dem Schwerpunkt lateinische Schrift untersucht, wobei es keine Schilder mit ausschließlich lateinischen Buchstaben gab⁷². Bei je etwa einem Drittel waren keine lateinische Schrift bzw. gleichermaßen lateinische und hebräische Buchstaben vorhanden, beim letzten Drittel überwiegend Hebräisch. Dabei werden lateinische Schrift und Englisch anscheinend gleichgesetzt. Aus der Tatsache, dass hauptsächlich Lebensmittelläden und Kioske zur ersten Gruppe gehören, schließen Rosenbaum et al., dass die verhältnismäßig teureren Geschäfte oder Dienstleister den „snob appeal of English“ auszunutzen versuchen. Private Büros nutzen lateinische Schrift wesentlich häufiger als Behörden⁷³. Die Autoren der Studie sehen eine deutliche Diskrepanz zwischen der offiziellen Sprachpolitik, die die Wichtigkeit des Hebräischen betont, und der wesentlich größeren Toleranz der Bevölkerung gegenüber ausländischen Sprachen, insbesondere Englisch⁷⁴.

Das Ausmaß der Englischkenntnisse war bei einer mündlichen Befragung unterschiedlich⁷⁵. Die mögliche Verwendung von Englisch als *lingua franca* werde in Israel dadurch behindert, dass Hebräisch die „lingua franca par excellence“⁷⁶ sei. Für Touristen sei es kein Problem, mit Englisch durchzukommen, von einem Einwanderer erwarte man aber das Erlernen des Hebräischen⁷⁷.

Jerusalem untersuchen auch Spolsky / Cooper (1991). Sie legen drei Kriterien für die Sprachwahl fest. Erstens, welche Sprache beherrschen diejenigen, die schreiben; zweitens, welche Sprache erwartet man beim Leser bzw. potentiellen Kunden; drittens spiegele die Sprachverwendung die Machtverhältnisse wider, z. B. ignorierten Ämter ohne arabische Inschriften die Palästinenser⁷⁸.

Eine spätere Studie zu Israel von Ben-Rafael et al. (2006) untersucht drei Arten von Gegenden. Die ersten haben überwiegend jüdische Bewohner⁷⁹, die zweiten israelische Palästinenser⁸⁰ und die dritten nicht-israelische Palästinenser⁸¹. In jüdischen Gegenden findet sich Hebräisch auf praktisch allen Schildern, Ara-

⁷² Rosenbaum et al. 1977: 188

⁷³ Vgl. Rosenbaum et al. 1977: 187

⁷⁴ Vgl. Rosenbaum et al. 1977: 189

⁷⁵ Vgl. Rosenbaum et al. 1977: 191

⁷⁶ Rosenbaum et al. 1977: 192

⁷⁷ Vgl. Rosenbaum et al. 1977: 193

⁷⁸ Vgl. Spolsky / Cooper 1991: 81.85; die ersten beiden Punkte decken sich mit zwei der oben erwähnten Fragen von Backhaus (2007: 57).

⁷⁹ Kfar-Shmaryahu, Tel Aviv-Jaffa, Oberes Nazareth, West Jerusalem

⁸⁰ Tira, Adjami-Jaffa, Nazareth

⁸¹ Ost-Jerusalem

bisch auf 10 % und Englisch auf 70 % (teilweise zusätzlich). In israelisch-palästinensischen Gebieten gibt es Hebräisch auf 80 %, Arabisch auf allen und Englisch auf 10 % der Schilder. Bei den Ostjerusalemern sind es hingegen 10 % hebräische, 100 % arabische und 80 % englische Schilder⁸². Jede Bevölkerungsgruppe bevorzugt also ihre Muttersprache; hinsichtlich der zweiten Sprache setzen die israelischen Palästinenser überwiegend auf Hebräisch, die übrigen meist auf Englisch.

Einen Vergleich zwischen der sprachlichen Situation in Frankreich bzw. Europa und in den Städten Afrikas bringt Calvet (1994). Er betont die Wichtigkeit der Städte wegen ihrer starken Anziehungskraft für Migranten:

Pourquoi la ville? Lorsqu'on observe les taux d'urbanisation des différents pays du monde, on se rend compte que la ville se dresse à l'horizon de notre histoire immédiate comme un inévitable destin. Partout les ruraux se précipitent vers les fausses promesses de la cité, vers ses lumières, vers l'espoir d'un travail plus lucratif. Et cette convergence de migrants vers la cité a sa contrepartie linguistique.⁸³

In Europa bestünden die Migrantensprachen neben den Amtssprachen, so Türkisch in München und Berlin, Arabisch oder Chinesisch in Paris. Mitunter seien diese Sprachen im Schriftbild des Umfelds belegt. Aus dieser mehrsprachigen Realität entwickelt Calvet drei Punkte: erstens die Stadt als Faktor der Vereinheitlichung von Sprachen⁸⁴, zweitens die Stadt als Ort des Sprachenkonflikts und drittens die Stadt als Ort des Nebeneinanders und der Vermischung von Sprachen⁸⁵.

Die Verstädterung schreitet in Afrika stark voran, in Europa etwas weniger, wobei Stadtbewohner oft ihre lokalen Sprachen zugunsten der Landessprache aufgeben. So kommt es, dass sich Minderheitensprachen auf dem Land besser halten als in der Stadt⁸⁶. Als Beispiel führt Calvet hier das Elsässerdeutsch an, das 1979 bei einer Umfrage 87,3 % der ländlichen und 63,4 % der städtischen Elsässer sprachen, aber 1989 nur noch 81,6 % bzw. 40,7 %⁸⁷.

Laut Calvet sammelten sich bei der Ankunft von Migranten die Angehörigen der einzelnen Ethnien in bestimmten Stadtteilen. So siedelten im heutigen Pariser Stadtteil Belleville nach und nach Maghrebiner, Afrikaner, Chinesen und an-

⁸² Vgl. Ben-Rafael et al. 2006: 26

⁸³ Calvet 1994: 10

⁸⁴ Vor allem in Afrika

⁸⁵ Vgl. Calvet 1994: 10 f.

⁸⁶ Vgl. Calvet 1994: 136

⁸⁷ Vgl. Calvet 1994: 137

dere. Der Stadtteil sei daher heute multikulturell⁸⁸. In den Familien werden die Sprachen der Herkunftsländer noch gesprochen, bei den Kindern jedoch setze sich das Französische mehr und mehr durch⁸⁹. Lediglich bei chinesischen Muttersprachlern bleibe diese Sprache über Generationen hin als Familiensprache erhalten. Belleville sei ein typisches Beispiel für die Pariser Vielsprachigkeit⁹⁰.

Je nach Bewohnern oder Prägung des Stadtteils finden sich unterschiedliche Sprachen im Straßenbild. In der Avenue de l'Opéra gebe es Englisch, Arabisch und Japanisch bei Wechselstuben, Banken oder als Hinweis auf steuerfreie Waren. Im XIII. Stadtbezirk sieht man viele asiatische Sprachen und Schriften, z. B. chinesische Schriftzeichen, im Khmer-Alphabet Geschriebenes oder Vietnamesisch bei Restaurants, Reisebüros, Fotografen oder Friseuren, die ihre Herkunft bekennen. In Belleville kämen zu diesen asiatischen Sprachen noch Arabisch und etwas Hebräisch hinzu. Es käme vor, dass sich eine Einwanderergruppe nicht durch Geschäftsschilder in ihrer Sprache bemerkbar macht, z. B. die Portugiesen oder Spanier im XVI. Stadtbezirk⁹¹.

Tulp (1978) untersucht Werbeplakate in Brüssel und findet wesentlich mehr französische als flämische Werbungen und nur 10 % zweisprachige, obwohl laut Gesetz in Brüssel sowohl Flämisch als auch Französisch vorgeschrieben sind⁹². Eine Folgestudie dazu führt Wenzel 1996 durch und bestätigt die Dominanz des Französischen, insbesondere im Stadtzentrum und bei Werbung für Zigaretten. Der Anteil an bilingualer Werbung liegt nur noch bei 1,8 %. Im Stadtzentrum findet sie sogar mehr Englisch als Flämisch, vor allem bei Getränken und Kleidung, was sie als Versuch interpretiert, ein internationales Flair zu schaffen. Sie geht soweit, den zweisprachigen Status der Stadt in Frage zu stellen⁹³.

Etwas anders gelagert ist die Situation in Quebec. Die kanadische Provinz hat 8 Millionen Einwohner, von denen 78,9 % französische Muttersprachler sind. 85,9 % der frankophonen⁹⁴ Kanadier leben in Quebec⁹⁵.

⁸⁸ Vgl. Calvet 1994: 143, 251

⁸⁹ Vgl. Calvet 1994: 262

⁹⁰ Vgl. Calvet 1994: 262 f.

⁹¹ Vgl. Calvet 1994: 265

⁹² Vgl. Tobiasz 2013: 239, Gorter 2013: 192 und van Mensel 2017: 425. Der Aufsatz ist auf Flämisch und muss daher über diese anderen Autoren erschlossen werden.

⁹³ Vgl. Tobiasz 2013: 241 und van Mensel 2017: 425. Tulp 1996 ist ebenfalls auf Flämisch.

⁹⁴ ‚französischsprachigen‘

⁹⁵ Vgl. CSLF 2022: o.S.

1973 veröffentlicht die Untersuchungskommission zur Lage der französischen Sprache eine Studie, laut der es 1970/71 13 % der frankophonen Bevölkerung nicht gelang, in Geschäften auf Französisch bedient zu werden. Seit 1977 gibt es daher *La Charte de la langue française* ‚Die Charta der französischen Sprache‘, auch *Loi 101* genannt. Das Gesetz beinhaltet, dass Französisch in Quebec alleinige Amtssprache ist, wobei es vorher keine offizielle Amtssprache gab. Der ebenfalls 1977 eingerichtete *Conseil supérieur de la langue française* ‚Oberster Rat der französischen Sprache‘⁹⁶ kümmert sich um die Pflege des Französischen und gibt Studien zur aktuellen Situation in Auftrag⁹⁷.

1989 veröffentlicht Monnier die erste einer Reihe von gleichartigen Studien über die Sprache, in der man angesprochen und bedient wird, in Einkaufszentren und Einzelgeschäften in verschiedenen Zonen der Stadt Montréal. Dem liegt zu Grunde, dass die Charta der französischen Sprache von Quebec vorsieht, „les consommateurs de biens ou de services ont le droit d’être informés et servis en français“⁹⁸. Je nach Stadtteil variiert die Empfangssprache stark, zwischen 99 % und 26 % Französisch bei Einzelgeschäften, in Einkaufszentren zwischen 92 % und 15 %. In Einkaufszentren könne man sich mit der höchsten Wahrscheinlichkeit auf Französisch bedienen lassen, nur in 1 % bis 5 % nicht. In Einzelgeschäften gebe es diesbezüglich die größten Unterschiede. Dies hänge mit der Zusammensetzung der dortigen Bevölkerung zusammen⁹⁹.

Auf der Basis von Monniers Arbeit stecken die Kanadier Landry / Bourhis (1997) einen Rahmen für derartige Untersuchungen fest. Sie rücken die soziokulturellen Werte im Zusammenhang mit Sprachlandschaften in den Fokus. Die Belgier hätten als erste das Gebiet einer Ethnie in der Sprachlandschaft kenntlich gemacht, indem die flämische und wallonische Zone jeweils einsprachig geführt werden. Mehr als 30 Länder hätten inzwischen Gesetze, die die Sprachlandschaft betreffen, unter anderem Kanada, Österreich, Frankreich, die Schweiz¹⁰⁰. Hieraus folgern die Autoren: „The most basic informal function of the linguistic landscape is that it serves as a distinctive marker of the geographical territory inhabited by a given language community“¹⁰¹. Öffentliche Schilder könnten ein-, zwei- oder mehr-

⁹⁶ Heutiger Name

⁹⁷ Vgl. CSLF 2022: o.S, Article 5.

⁹⁸ Loi 101, Article 5

⁹⁹ Vgl. Monnier 1986: 26-29

¹⁰⁰ Vgl. Landry / Bourhis 1997: 24

¹⁰¹ Landry / Bourhis 1997: 25

sprachig sein und so die unterschiedlichen Sprachgruppen der jeweiligen Region widerspiegeln. Das Überwiegen einer Sprache im Verhältnis zu einer anderen zeige Macht- und Statusverhältnisse an. Landry / Bourhis unterschieden sodann zwischen *public* und *private signs*¹⁰². Mitunter zeigten private Schilder eine wesentlich größere Bandbreite an Sprachen als die öffentlichen.

Sociolinguistically, language diversity in private signs may most realistically reflect the multilingual nature of a particular territory, region, or urban agglomeration. As such, the diversity of languages present in the linguistic landscape can be seen as a concrete manifestation of the linguistic and cultural diversity of the ethnolinguistic groups inhabiting a particular administrative territory or region¹⁰³.

Diese Logik erscheint zu kurz gegriffen, da sie nicht berücksichtigt, dass mitunter auch Sprachen gewählt werden, weil sie für gewisse Bereiche als attraktiv gelten, z. B. Italienisch bei deutschen Modefirmen¹⁰⁴. Umgekehrt werden mitunter auch bestimmte Sprachen nicht verwendet¹⁰⁵.

Desautel (2019) veröffentlicht die Quebecer Daten von 2017. Im Vergleich zu 2010 ging der Anteil von Französisch als Begrüßungssprache zurück, und zwar von 84,2 % auf 74,6 %, während Englisch von 12,1 % auf 17,0 % zunahm. Zweisprachige Begrüßungen stiegen von 2,7 % auf 8,4 %. Als Sprache der Bedienung in Geschäften erweist sich Französisch als stabil mit 95,9 % bzw. 96,4 % und Englisch mit 4,1 % bzw. 4,6 % in der neueren Studie.

In Thailand ist Standardthai die Amtssprache, in der alle politischen Handlungen durchgeführt werden, so Smalley (1994). Auch in der Kultur habe Thai ein hohes Prestige¹⁰⁶. Zur Kommunikation mit Nicht-Thailändern werde jedoch vor allem Englisch verwendet¹⁰⁷. Dies habe enorme Vorteile: „Because English is the international language of Thailand, the people of Thailand can participate in the most far-reaching communications network in the world“¹⁰⁸. Außerdem sei Englisch ein Symbol für Modernität und zeige, dass man ein Teil der großen Welt sei, also dazugehöre. Es finden sich z. B. viele englische Aufschriften auf T-Shirts, mehr sogar als solche in Thai. Alle Texte in lateinischen Buchstaben werden von

¹⁰² Vgl. Landry / Bourhis 1997: 26

¹⁰³ Landry / Bourhis 1997: 27

¹⁰⁴ Siehe hierzu Kapitel 4.2.

¹⁰⁵ Hierauf deuten z. B. die wenigen Eigennamen in Frankreich hin, da hiermit auch die Fremdsprachen dieser Namen unerwähnt bleiben. Dies wird in Kapitel 3.8.4. deutlich.

¹⁰⁶ Vgl. Smalley 1994: 14

¹⁰⁷ Vgl. Smalley 1994: 15

¹⁰⁸ Smalley 1994: 16

Thais als Englisch wahrgenommen, also auch z. B. französische Marken wie *Peugeot* oder *Estée Lauder*. Viele ausländische Warenanbieter, vor allem im Hochpreissegment, transkribieren ihre Markennamen nicht in thailändischer Schrift wie *Fab* oder *Coke*, manche verwenden thailändische und lateinische Schrift wie *Toyota* oder *Sony*. Bei Restaurants komme die Aufschrift *Fast Food* auch bei einheimischen Küchen vor; man möchte damit westlich klingen und die Mittelklasse ansprechen¹⁰⁹.

Bangkok sei voller schriftlicher Texte, die im öffentlichen Raum lesbar sind, so bei Schildern, Werbung, Geschäftsnamen, Firmen, Markennamen, Notizen, Ankündigungen, Zeitungen, Zeitschriften, Büchern¹¹⁰. Dabei treten verschiedene Sprachen und Schriften zutage. Straßennamen seien normalerweise in Thai mit kleineren lateinischen Buchstaben darunter¹¹¹. Smalley (1994) untersucht drei Straßenzüge unterschiedlicher Prägung, erstens wenig chinesisch oder europäisch, zweitens mehr chinesisch, drittens mehr westlich. Er findet fast überall Thai-Schrift, in der ersten Straße aber noch 30 % chinesische und ca. 5 % lateinische Schrift zusätzlich, in der Straße des chinesischen Viertels gibt es dagegen 90 % zusätzliche chinesische und 65 % zusätzliche lateinische Schrift, während es im westlichen Viertel 35 % bzw. 90 % sind. Die ersteren beiden Gegenden sind zu 100 % in Thai beschriftet, die letzte zu 95 %. Die Analyse der Sprachen ergibt, dass die Schriften nicht durchgängig für die jeweiligen Sprachen verwendet werden. Es sind Thai-Texte in lateinischen Buchstaben genauso belegt, wie chinesische oder englische mitunter in Thai-Schrift transkribiert werden¹¹². Englisch beeinflusse Thai als Gebersprache von Lehnwörtern wie *Diskotheek* oder */píkńík/*, jedoch auch bezüglich der Grammatik¹¹³.

In kleineren Städten sei eine Beschriftung der Ortsbezeichnungen mit lateinischen Buchstaben weniger üblich, es sei denn, es handle sich um Touristenzentren. Ganz kleine Orte haben mitunter gar keine Schilder, weder für Straßennamen noch für Läden. Je größer die Stadt, desto mehr Chinesisch und Englisch gebe es, wobei die Dominanz von Thai erhalten bleibe. Markennamen in lateinischen Buchstaben fänden sich überall im Land, auch in entlegenen Gebieten¹¹⁴.

¹⁰⁹ Vgl. Smalley 1994: 17 f.

¹¹⁰ Vgl. Smalley 1994: 203

¹¹¹ Vgl. Smalley 1994: 203

¹¹² Vgl. Smalley 1994: 203 f.

¹¹³ Vgl. Smalley 1994: 20f.

¹¹⁴ Vgl. Smalley 1994: 206

Huebner (2006) lässt seine Studenten in ihren Wohngegenden, 15 innerstädtischen und Randbezirken Bangkoks, eine Sammlung von Fotos von Schildern anlegen, die anschließend nach Schriftarten analysiert werden¹¹⁵. Dabei finden sich insgesamt 26 % Thai, 17 % lateinische Schrift, 33 % Thai + lateinische Schrift, 6 % Thai + lateinische Schrift + Chinesisch, 3 % Thai + Chinesisch und 15 % Sonstiges¹¹⁶. Öffentliche Schilder bevorzugen Thai, das in 94 % vorkommt. Bei privaten sind es nur 52 %, dafür findet sich in 60 % lateinische Schrift. Chinesisch ist wenig vertreten. Andere Sprachen sind auf öffentlichen Schildern kaum, auf privaten immerhin bei fast einem Fünftel vorhanden¹¹⁷. Während praktisch kein Thaiwort oder -satzbau auf Englisch wiedergegeben wird, findet sich umgekehrt beides, nämlich englische Wörter in Thaischrift und englische Syntax in Thai-Texten. Englisch beeinflusst Thai nicht nur als Gebersprache von Lehngut, es habe auch Auswirkungen auf die Aussprache und Schreibung¹¹⁸. Huebner sieht im Vergleich zu Smalleys Studie eine Verschiebung von Chinesisch hin zu Englisch als *lingua franca*¹¹⁹.

Lee (2019) kritisiert Huebners Vorgehensweise, denn

some studies showed a one-sided perspective on multilingualism in Thailand. For example, Huebner (2006) discussed the linguistic landscape (environmental prints) by gathering small-scale data [...] in some business districts of Bangkok. The criteria for selecting a city and a number of districts to include were highly problematic, because the survey sites were prototypical urban centers where a great variety of languages were abundantly available. Nevertheless, Thailand's urban and national peripheries were ignored¹²⁰.

Lee interessiert sich für die Gründe, warum bestimmte Sprachen verwendet werden. Er erarbeitet ein Modell „The seven Magnets of Trends“, das, metaphorisch gesehen, Sprecher zur Verwendung einer bestimmten Sprache hinzieht¹²¹. Dabei fördert die Globalisierung die wachsende Rolle von Englisch bzw. Amerikanisch als *lingua franca*. Regionalisierung bezieht sich auf Sprachen, die in bestimmten Kontinent-Teilen infolge starker Wirtschaft vorherrschen, z. B. in Ostasien Chinesisch, Japanisch und Koreanisch. Nationalismus hängt mit der Verwendung der jeweiligen Amtssprache zusammen, in Thailand Thai. Die Verstärkung wiederum führt dazu, dass vom Land Kommende sich des Standardthais bedienen

¹¹⁵ Vgl. Huebner 2006: 34

¹¹⁶ Huebner 2006: 39

¹¹⁷ Vgl. Huebner 2006: 40

¹¹⁸ Vgl. Huebner 2006: 48

¹¹⁹ Vgl. Huebner 2006: 50

¹²⁰ Lee 2019: 71

¹²¹ Vgl. Lee 2019: 71

müssen, wenn sie z. B. nach Bangkok gehen, weil man dort ländliche Sprachen wie das nordthailändische Kammuang nicht versteht¹²². Separatismus beschreibt in Lees Modell das Beibehalten von Minderheitensprachen bei Einwanderern, Integration das Erlernen von Thai durch diese Bevölkerungsgruppen¹²³. Unter Lokalisation versteht Lee Angleichung an die Umgebung¹²⁴. Statt Thai sei in internationalen Unternehmen oft Englisch, Chinesisch oder Japanisch das Kommunikationsmittel. Diese drei Sprachen seien auch für den Tourismus wichtiger als Thai¹²⁵. Lee betont, es gäbe keine Hierarchie des Multilingualismus, sondern „multiarchies (a portmanteau of ‚multiple hierarchies‘)“¹²⁶.

In ihrer qualitativen Studie untersuchen Scollon / Scollon (2003), welche Sprachen in der Sprachlandschaft verschiedener Länder in Erscheinung treten, da es hier unterschiedliche Präferenzen gibt. Englisch für den Kosmetiksalon *Beauty Island* in Nanjing, Volksrepublik China, sei ein Symbol für ausländischen Geschmack und ebensolche Sitten und weniger ein Hinweis auf eine Englisch sprechende Kundschaft bzw. Zielgruppe¹²⁷. In den USA habe ein ähnliches Geschäft vermutlich einen europäischen Namen, am wahrscheinlichsten sei Französisch, um denselben Effekt zu erzielen und den Kosmetiksalon innerhalb der sozialen Klassenstruktur zu platzieren¹²⁸.

From these examples we can see that the actual language used – English, Chinese, French etc. – can either **index** the community within which it is being used or it can **symbolize** something about the product or business which has nothing to do with the place in which it is located. These same distinctions can be made through the choice of fonts or indeed preferred visual semiotic systems of construction¹²⁹.

Die Autoren untersuchen auch, welcher Code, also welche Sprache oder Schrift, auf mehrsprachigen Schildern die bevorzugte Stellung innehat¹³⁰. In den meisten Fällen sei der bevorzugte Code bei vertikaler Anordnung über dem nachrangigen angeordnet und bei horizontaler Anordnung links vom nachrangigen. Die dritte Möglichkeit sei, dass der Hauptcode in der Mitte steht und der nachrangige

¹²² Vgl. Lee 2019: 72 f.

¹²³ Vgl. Lee 2019: 74

¹²⁴ Lee 2019: 72

¹²⁵ Vgl. Lee 2019: 75

¹²⁶ Lee 2019: 69

¹²⁷ Vgl. Scollon / Scollon 2003: 118

¹²⁸ Vgl. Scollon / Scollon 2003: 119

¹²⁹ Scollon / Scollon 2003: 119; Fettsetzungen original

¹³⁰ Scollon / Scollon 2003: 119 f.

außenherum¹³¹. Diese Beschreibung des Hauptcodes – im vorliegenden Fall des Geschäftsnamens – fand ich bei der Auswertung meines Korpus‘ bestätigt.

Die in Italien gelegene Stadt Aosta im gleichnamigen mehrsprachigen Tal interessiert Mitschke (2015). Französisch und Italienisch sind in Aosta offizielle Sprachen, Frankoprovenzalisch als französischer Dialekt kommt hinzu. Im Tal gibt es außerdem noch das Walserdeutsch¹³². Für ihre Untersuchung wählt Mitschke die Place Émile Chanoux, den zentralen und hochfrequentierten Platz der Stadt, an dem das Rathaus liegt, wo sie alle Texte untersucht.

Wegen des starken Zuzugs aus anderen Regionen Italiens sprechen 95,5 % der Stadtbewohner Italienisch gegenüber 11,2 % Frankoprovenzalisch, 6,7 % sind also zweisprachig. In anderen Gebieten des Tals ist die Verteilung 79,1 % versus 33,6 %¹³³. Zu Mitschkes Kategorisierung ist zu sagen, dass sie Eigennamen nur wertet, wenn diese Teile eines Geschäftsnamens sind, weil nur hier eine Wahlmöglichkeit besteht. Das heißt, dass es keine Verpflichtung gibt, einen Eigennamen in die Firma zu übernehmen. Die Sprachwahl werde bewusst vorgenommen, um einen bestimmten kulturellen Kontext für die angebotene Ware zu schaffen¹³⁴. Die rechtliche Situation in Deutschland deckt sich mit dem Beschriebenen, weshalb ich in meiner Studie ebenfalls Eigennamen hinsichtlich der Sprachen auswerte.

Die Zuordnung zu den einzelnen Sprachen sei mitunter ein Problem, insbesondere bei Abkürzungen wie *cell.*, das für amerikanisch *cell phone* oder italienisch *cellulare* stehen könnte¹³⁵. Auch beim Eintrag *bed & breakfast* zögert Mitschke mit der Sprachzuordnung, da sie der Meinung ist, man könne dies als Lehnbegriff auch dem Italienischen zuordnen. Für derartige Festlegungen macht sie die Frequenz verantwortlich, in der Lehnwörter in der jeweiligen Sprache vorkommen. Die Wahl des Sprachcodes liegt ihrer Meinung nach am Charme des ausländischen Lexems, dem sozialen Rang der Sprache und den kommunikativen Notwendigkeiten¹³⁶.

Von den 342 Elementen in Aosta enthalten 89,5 % Italienisch, 35,4 % Englisch, 33,0 % Französisch, 5,0 % Deutsch¹³⁷, 2,3 % Frankoprovenzalisch, 2,0 %

¹³¹ Vgl. Scollon / Scollon 2003: 120

¹³² Mitschke geht auf Walserdeutsch nur bei einem Vergleich mit Formazza ein, vgl. Mitschke 2015: 84. Zu Walserdeutsch, einem alemannischen Dialekt der deutschen Sprache, vgl. Assessorato turismo 2021: o.S.

¹³³ Vgl. Mitschke 2015: 78; die Zahlen zeigen, dass viele Einwohner mehrsprachig sind.

¹³⁴ Vgl. Mitschke 2015: 79

¹³⁵ Vgl. Mitschke 2015: 80

¹³⁶ Vgl. Mitschke 2015: 80

¹³⁷ Nicht Walserdeutsch, dies geht aus Mitschkes Kontext hervor, vgl. Mitschke 2015: 83

Latein, sowie je 0,3 % Spanisch und Polnisch¹³⁸. Die Autorin findet besonders das häufige Auftreten der englischen Sprache bemerkenswert. Da die meisten Touristen in der Stadt aus Italien oder französischsprachigen Ländern kämen und lediglich 7 % aus englischsprachigen Ländern, könne dies nicht der Grund dafür sein¹³⁹. Der Hauptgrund sei der symbolische Wert der Sprache, da sie für Modernität, Fortschritt und Weltoffenheit stehe. Deutsch hingegen sei für die dieser Sprache mächtigen Touristen gedacht, da es hauptsächlich als Übersetzung anderssprachiger Texte vorkommt.

Das Frankoprovenzalische sieht Mitschke gewissermaßen als Gegenstück zum Englischen, da es einen authentischen Regionalismus zeige¹⁴⁰. Aosta sei zu wenig multikulturell, als dass sich nennenswerte weitere Sprachen in der Sprachlandschaft zeigten¹⁴¹. Insgesamt sieht die Autorin eine deutliche Dominanz des Italienischen, nicht nur was die Häufigkeit des Vorkommens anbelangt, sondern auch in Bezug auf die übergeordnete Stellung hinsichtlich Schriftgröße, Reihenfolge u. ä. in den Texten¹⁴².

McArthur (2000) vergleicht die Sprachen der Texte im öffentlichen Raum in den Städten Zürich und Uppsala. Einerseits bestätigt er die Ansicht, Englisch stehe für Prestige, Stil und Modernität, auch wenn es teilweise nur eine Art Pseudo-Englisch sei, z. B. *tronky*, was eigentlich nichts bedeute, aber mit *dinky* und *funky* vergleichbar sei¹⁴³. Gleichzeitig kämen jedoch auch Schilder vor, die gewissermaßen das Gegenteil von Globalisierungsanzeichen seien und den lokalen Gebrauch widerspiegeln oder andere Sprachen beinhalten. Er sieht eine Neigung zu makkaronischen Texten, in denen Englisch lediglich ein Element von vielen ist. Als Beispiele nennt er *Felice B: Jersey chic – Gross in grossen Grössen, büro mondial brother center* oder *Second Hand Jasmin*¹⁴⁴. Der Duden definiert *makkaronisch* als „aus lateinischen [u. lat. deklinierten] Wörtern lebender Sprachen gemischt“ und erwähnt den scherzhaften Charakter der *makkaronischen Dichtung*¹⁴⁵. Am Beispiel „Ja Frauenzentrum, s’il vous plaît – Mehr Anstand in der Politik!“¹⁴⁶ macht

¹³⁸ Vgl. Mitschke 2015: 83; Prozentberechnungen von mir

¹³⁹ Vgl. Mitschke 2015: 83

¹⁴⁰ Vgl. Mitschke 2015: 84

¹⁴¹ Vgl. Mitschke 2015: 85

¹⁴² Vgl. Mitschke 2015: 97

¹⁴³ Vgl. McArthur 2000: 33f.

¹⁴⁴ Vgl. McArthur 2000: 34 f.

¹⁴⁵ Duden 2006: s.v. *makkaronisch*

¹⁴⁶ McArthur 2000: 34

McArthur fest, dass die Sprachmischung durch eine Übersetzung uninteressant werde und das Lustige daran verlorengehe¹⁴⁷. Von den 31 in Zürich begutachteten Schildern beinhalteten 68 % Sprachmischungen. 65 % sind auf Deutsch oder enthalten es, Englisch 58 %, Französisch 32 % und Italienisch 19 %. In Uppsala zählt McArthur 86 Schilder in der Umgebung seines zentrumsnahen Hotels. Hier kehrt sich das Verhältnis um, da 68 % einsprachig sind. 63 % der Schilder enthalten Schwedisch, 44 % Englisch, 21 % Französisch, 7 % Italienisch, 5 % Türkisch / Arabisch und 1 % Chinesisch¹⁴⁸.

In Anlehnung an *Esperanto* spricht McArthur von *Interanto*:

The phenomenon to which the word can be applied would appear to be one of the most international forms of language ever created. Interanto is widespread, functional, on occasion serious, on occasion humorous, and belongs to everybody, but is hardly a tool of linguistic imperialism or Big Brother in business, and nobody would dream of fighting to the death for it – or against it. Nor does anybody regulate or teach it, yet it flourishes like the green bay tree¹⁴⁹.

Es gebe mitunter sehr kreative Lösungen¹⁵⁰. Einerseits sei Englisch eine starke internationale Sprache, andererseits sei die makkaronische Verwendung der Sprachen offensichtlich, auch wenn hierbei viel Englisch verwendet werde¹⁵¹.

Unter Verwendung von McArthurs Schema vergleicht Schlick (2002a) die Geschäftsschilder je einer Stadt in Österreich, Italien und Slowenien. Die Landessprache enthalten in Klagenfurt 64 %, in Udine 65 % und in Ljubljana 67 %. Hinzu kommen in Klagenfurt 36 % Englisch, 21 % Französisch, 12 % Italienisch, in Udine 25 % Englisch, 17 % Französisch und in Ljubljana 33 % Englisch, 11 % Französisch und 18 % Italienisch¹⁵². In Klagenfurt manifestiert sich die dortige Slowenen-Minderheit auf Geschäftsschildern gar nicht. In Udine hätte Schlick eine höhere Prozentzahl für Italienisch erwartet, da sie die Attraktivität der Sprache für die Italiener höher einschätzt. In Ljubljana fällt der hohe Englisch-Anteil auf, den Schlick der Tatsache zuschreibt, dass die Stadt die Hauptstadt Sloweniens ist, wesentlich mehr Einwohner hat als die beiden anderen Städte, die Menschen viele

¹⁴⁷ Vgl. McArthur 2000: 34

¹⁴⁸ Vgl. McArthur 2000: 35f. Wegen offensichtlicher Rechenfehler wurde mit McArthurs Zahlen eine eigene Berechnung durchgeführt. Außerdem setzt McArthur die Zuordnungen zu den Sprachen äußerst früh an. So wird das *Trottinette* zugrunde liegende Verb *trotter* dem Deutschen zugerechnet, obwohl es bereits im 12. Jh. im Französischen belegt ist, vgl. *PR* 2014: s.v. *trotter*. Ich setze 1800 als Grenze an, siehe Kapitel 2.9.

¹⁴⁹ McArthur 2000: 40

¹⁵⁰ Vgl. McArthur 2000: 41

¹⁵¹ Vgl. McArthur 2000: 43. Mit McArthurs Arbeit findet in Kapitel 4.4. kein Vergleich statt, da er eine relativ geringe Anzahl Schilder analysiert und auch Werbung mit einschließt.

¹⁵² Schlick 2002a: 7

Filme im Fernsehen im Original ansehen und durch die Staatsgründung 1990 wohl ein Enthusiasmus für Westliches und die damit assoziierte Sprache, Englisch, gegeben sei¹⁵³.

In einer zweiten Studie vergleicht Schlick (2002b und 2003) die Schilder von je zwei Städten in den gleichen Ländern und England¹⁵⁴:

Enthaltene Sprache in %/ Ort	Landessprache	Englisch als Fremdsprache	Französisch als Fremdsprache	Italienisch als Fremdsprache	Deutsch als Fremdsprache
Nuneaton	98,15		7,41	-	3,70
London	85,11		10,64	6,38	6,39
Leoben	91,10	28,88	22,2	-	
Wien	75,00	31,8	2,27	6,82	
Pordenone	80,88	20,59	2,94		-
Triest	69,23	29,23	7,69		3,08
Kranj	74,12	36,19	3,45	8,62	8,61
Ljubljana	73,35	23,33	13,34	8,34	6,67

Schlick konstatiert, dass bei den englischen Schildern zwar gelegentlich andere Sprachen belegt sind, jedoch nicht mehr als in den anderen Ländern. Da Deutsch, Italienisch bzw. Slowenisch weggelassen, ist der Englischanteil entsprechend höher¹⁵⁵.

Eine weitere Studie in Österreich erstellt Kral (2012) zur Hauptstadt, bei der sie eine Analyse aller schriftlichen Texte im Bereich des Brunnenmarktes im 16. Wiener Bezirk vornimmt. Sie vergleicht ihre Ergebnisse mit denen älterer Studien im gleichen Stadtviertel. Sie kommt zu dem Schluss, dass entgegen der früher gefundenen ethnischen Segregation der Texturheber bzw. deren Kunden heute ein deutlich breiteres Publikum angesprochen wird¹⁵⁶. Das geht so weit, dass ein türkischer Bäcker zwar auf Türkisch *Börek mit Käse* und *tereyağlı açma* ‚Butterbrötchen‘ anbietet, wobei er lediglich ‚Butter‘ übersetzt, dafür aber *Kipfel*, *Topfenglasche* und *Croissant* [sic!] auflistet für ‚Kipferl‘, ‚Topfengolatschen‘ (‚Quarktaschen‘) und ‚Croissants‘. Hiermit wendet er sich eindeutig nicht nur an türkische Kunden¹⁵⁷.

Eine bundesdeutsche Stadt mit ähnlicher Einwohnerzahl wie Wien, 1,9 Millionen, ist Hamburg. Eine Analyse der Sprachlandschaft des dortigen Stadtteils St. Georg legen Pappenhagen et al. (2013) vor. Mit 37,7 % ist der Anteil an Perso-

¹⁵³ Vgl. Schlick 2002a: 4 f.; Schlick 2003: 3 f.

¹⁵⁴ Vgl. Schlick 2002b: 38, 44f. 50, 56. Kein Slowenisch als Fremdsprache, vgl. auch: Schlick 2003: 5

¹⁵⁵ Vgl. Schlick 2003: 5. Mit Schlicks Arbeit findet in Kapitel 4.4. kein Vergleich statt, da sie pro Stadt nur 45 bis 69 Schilder erfasst hat.

¹⁵⁶ Vgl. Kral 2012: 106 f.

¹⁵⁷ Vgl. Kral 2012: 106

nen mit Migrationshintergrund dort höher als im Hamburger Durchschnitt, der bei 29,6 % liegt. Der Stadtteil sei gewissermaßen zweigeteilt mit teuren Restaurants, Modegeschäften, Hotels und Galerien im westlichen Teil in der Nähe der Alster und im Osten mit günstigen Imbissen, Discount- und Einzelhandelsgeschäften, die vielfach von aus dem Iran, der Türkei, asiatischen oder arabischsprachigen Ländern migrierten Unternehmern geführt werden. In dieser Stadtteilhälfte wohnen besonders viele Einwanderer¹⁵⁸.

Die in den Straßenzügen gefundenen Texte wurden in Schilder eingeteilt. Hierbei definiert räumlicher Abstand und thematische Trennung die einzelnen Einheiten. Auf fast 80 % der Schilder wird Deutsch verwendet, jedoch nur auf einem Drittel ausschließlich. Bei zwei Dritteln kommt eine andere Sprache zum Einsatz, 35 % sind mehrsprachig. Die Autoren schließen daraus, dass das Deutsche hier nicht verdrängt, sondern durch andere Sprachen ergänzt werde¹⁵⁹.

Im Anschluss stellen Pappenhagen et al. die *Lange Reihe*, eine Straße im reicheren Ostteil des Stadtviertels, und den im Westteil St. Georgs gelegenen *Steindamm* einander gegenüber. Während in der Langen Reihe fast die Hälfte der Schilder einsprachig deutsch beschriftet ist, sind es am Steindamm nur ein Viertel.

Sprachenverteilung ¹⁶⁰	Deutsch	Englisch	Französisch	Italienisch	Portugiesisch	Türkisch	Arabisch	Farsi
Lange Reihe	85	22,5	3,3	4,9	4,2	0,2	0	0,5
Steindamm	73,5	30,3	0,7	0,1	1,5	14,1	60	12

Deutsch, Französisch, Italienisch und Portugiesisch sind in der Langen Reihe stärker vertreten, bei Englisch, Türkisch, Arabisch und Farsi kehrt sich das Verhältnis um. Hier manifestieren sich klar die Migrantengruppen. Zusätzlich vermuten die Autoren eine unterschiedliche Motivation für den Einsatz des Englischen. In der Langen Reihe sei Englisch für Touristen gedacht oder werde wegen des Prestiges der Sprache verwendet. Am Steindamm richte es sich an Einwanderer, z. B. aus Indien oder Pakistan. Auch die in der Langen Reihe vorkommenden europäischen Sprachen seien zwar durch Einwanderer nach Hamburg gekommen, sie werden aber heute hauptsächlich wegen ihres positiven symbolischen Wertes

¹⁵⁸ Vgl. Pappenhagen et al. 2013: 135 f.

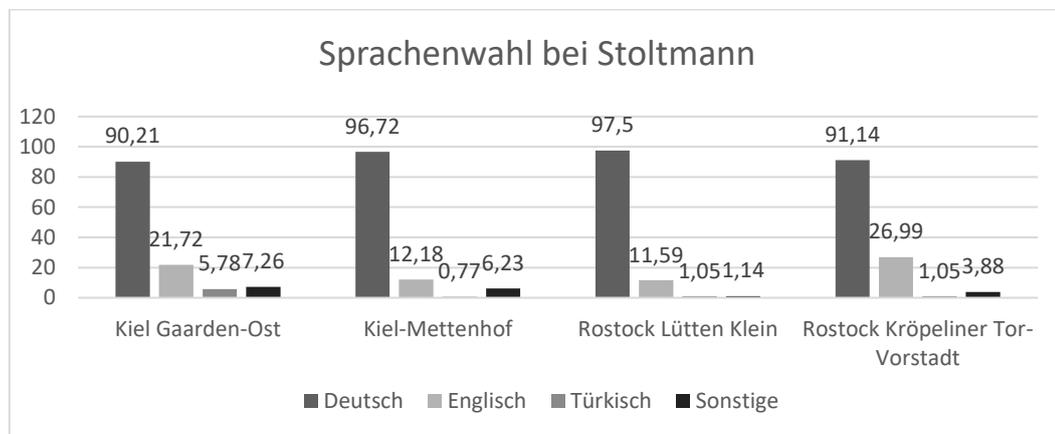
¹⁵⁹ Vgl. Pappenhagen et al. 2013: 137

¹⁶⁰ Vgl. Pappenhagen et al. 2013: 138

verwendet, für den die Autoren Genuss, Lebensqualität, Luxus und Erholung als Beispiele nennen¹⁶¹.

Stoltmann (2015) vergleicht die Städte Kiel und Rostock als Beispiele für die Sprachlandschaften in den alten und neuen Bundesländern. Sein Fokus liegt auf Beziehungen der Migrantenanteile und der Geschichte der Fremdsprachen in der jeweiligen Stadt zu den Schaufensterbeschriftungen. Stoltmann stellt jeweils zwei Stadtteile einander gegenüber, in Kiel Gaarden-Ost mit 26 % Ausländeranteil und Mettenhof mit 14 % sowie in Rostock Lütten Klein mit 4,8 % und Kröpeliner Tor-Vorstadt mit 3,7 %.¹⁶²

Seine Ergebnisse zur Sprachenwahl sind die folgenden¹⁶³:



Es gibt Sprachpräferenzen in bestimmten Bereichen: Bei der Mode wird gerne Italienisch oder Französisch verwendet, bei der Kosmetik Französisch, bei Apotheken Latein. Die Verwendung von Türkisch, Arabisch und Russisch in Kiel erklärt Stoltmann mit der Anwesenheit von Migranten, die diese als Muttersprachen haben. In Rostock sieht man in der Sprachlandschaft weniger Spuren von Migration. Eingewanderte Vietnamesen beschränken sich auf eine ihrer Kultur angepasste Gestaltung hinsichtlich Farben oder Schriftart, andere Migranten gibt es kaum¹⁶⁴. Eine Proportionalität zwischen Ausländeranteil und Sprachenwahl kann Stoltmann nicht nachweisen, da z. B. in Kiel-Mettenhof 3 % Migranten aus der Türkei wohnen, jedoch nur 0,77 % der Schilder türkische Aufschriften tragen¹⁶⁵. Auch ist der hohe Englischanteil in Rostock nicht durch die Geschichte des Sprachenlernens

¹⁶¹ Vgl. Pappenhagen et al. 2013: 139

¹⁶² Vgl. Stoltmann 2015: 111-113

¹⁶³ Vgl. Stoltmann 2015: 131 und 177 f. Die Grafik wurde von mir erstellt.

¹⁶⁴ Vgl. Stoltmann 2015: 259 f.

¹⁶⁵ Vgl. Stoltmann 2015: 174 f.

erklärbar, sondern muss auf die allgemeine Attraktivität der Sprache zurückgeführt werden.

Stoltmanns Ansatz, eine Korrelation zwischen dem Migrantenanteil mit den im öffentlichen Raum verwendeten Sprachen zu suchen, gilt in der Soziolinguistik als überholt. Einige Arbeiten konnten nämlich nachweisen, dass sich diese „Einteilung sprachlicher Formen entlang gesellschaftlicher Stratifizierungen, wie dies seit Labov Programm der Soziolinguistik ist, nicht mehr aufrechterhalten lässt.“¹⁶⁶ In authentischen Kommunikationen kämen sprachliche Formen aus unterschiedlichsten Varietäten und Sprachen zum Einsatz, auch solche, die den Sprechern fremd seien. Dies liege daran, dass Migranten nicht mehr nur wenige Länder als Ursprung hätten, wodurch eine Heterogenität entstanden sei, die von der Anthropologie *Super-Diversity* genannt wird¹⁶⁷. In meiner Arbeit sind die Migrantenanteile der Orte angegeben. Ob sich ein Zusammenhang zu den in den Geschäftsschildern vorkommenden Sprachen zeigt, wird in Kapitel 3. überprüft.

Hinsichtlich des Dialektes stellt Stoltmann fest, dass niederdeutsche Elemente in beiden Städten fast vollständig fehlen. Er beschreibt ein einziges Schild: *Oll Rostock – min oll Vadderstadt! John Brinckman und Rostock*. Die Funktion dieses Plakats sieht er darin, an Zeiten zu erinnern, als noch mehr Menschen Niederdeutsch verwendeten¹⁶⁸.

Zickelbein (1983) untersucht niederdeutsche Namen und Ortsbezeichnungen. Zu letzteren gibt es eine Vielzahl an Untersuchungen. So werfen Michels / Müller (2011) einen Blick auf die Geschichte, die sich in den Straßennamen von Köln-Dellbrück widerspiegelt, und Mende et al. (1996) analysieren Berliner Ortsbezeichnungen und Umbenennungen nach der Wende. Gasthausnamen sind ebenfalls ein Untersuchungsfeld, z. B. bei Teplitzky (2014) über die Oberpfalz, Kunze (2006) über den Südwesten Deutschlands, Schunk (2020) über Mainfranken.

Reershemius (2011) analysiert die Verwendung des Niederdeutschen in der Gemeinde Krummhörn im niedersächsischen Ostfriesland. Im öffentlichen Raum findet sie bei Straßennamen einen Anteil von 24 % ganz oder teilweise auf Niederdeutsch. Im am meisten von Touristen frequentierten Dorf (= Greetsiel) liege der Anteil sogar bei 33 %. Häufig käme zu dieser Sprachwahl noch die Verwendung

¹⁶⁶ Pappenhagen et al. 2013: 129

¹⁶⁷ Vgl. Pappenhagen et al. 2013: 129

¹⁶⁸ Vgl. Stoltmann 2015: 262, 188f.

von Frakturschrift, die dazu diene, einen Eindruck von Tradition, Kulturerbe und Nostalgie hervorzurufen, z. B. *Jannamöhslohne* ‚Tantchen Jannas Weg‘¹⁶⁹. Beide Elemente kämen auch bei Namen von Häusern und Geschäften oder Hinweisschildern vor, wie bei dem Bistro *Dat Huuske* ‚das Häuschen‘ oder der in Fraktur geschriebene Ankerplatz des Touristenbootes *Laugskip* ‚Dorfboot‘¹⁷⁰. Auch in Tourismusbroschüren finden sich niederdeutsche Elemente wie die Begrüßung *Moin, moin* oder Bezeichnungen für Ferienwohnungen wie *Inselhus*¹⁷¹. Als Zweck der Verwendung der Regionalsprache nennt Reershemius das Hervorrufen von Assoziationen und Stereotypen. Während Englisch für Internationalisierung, Erfolg und Spaß stehe, symbolisiere Niederdeutsch die Regionalität und die „gute alte Zeit“, in der das Leben als ruhiger und weniger komplex gilt¹⁷². Es werde bei alledem immer darauf geachtet, dass die Kommunikation nicht gefährdet sei. Der verwendete Wortschatz sei limitiert. Außerdem werden weitgehend nur Begrüßungen, Namen oder Zitate verwendet; letztere werden auf Standarddeutsch erklärt¹⁷³. Die Autorin schlussfolgert, dass die Regionalsprache hier nicht verwendet werde, weil sie lebendig sei, sondern für die Erzeugung positiver Assoziationen zielgerichtet eingesetzt werde, da Touristen auf der Suche nach Andersartigkeit seien¹⁷⁴.

In ihrer Untersuchung zu Gasthausnamen kommt Wolk (2005) zu ähnlichen Schlüssen. Der Anteil an Dialekt ist in ihrem Korpus mit 9 % relativ hoch. Dies liege einerseits daran, dass man Namen nicht unbedingt verstehen müsse, und andererseits versuche der Urheber des Textes, ein Vertrautheits- und Heimatgefühl zu erzeugen. Auch sie konstatiert, Fraktur werde gerne im Zusammenhang mit Mundart gewählt, um einen traditionellen Eindruck zu erwecken¹⁷⁵.

In seinem Artikel über sichtbaren Dialekt untersucht Auer (2009) eine Reihe von Rastplatznamen an der B 31 im Schwarzwald¹⁷⁶. Dialekt sei meist unsichtbar, er finde sich im öffentlichen Raum nur sehr selten¹⁷⁷. Die Repräsentation des Dialekts entspreche nicht der sprachlichen Realität, sondern sei von Sprachideologien geprägt¹⁷⁸.

¹⁶⁹ Vgl. Reershemius 2011: 39

¹⁷⁰ Vgl. Reershemius 2011: 42

¹⁷¹ Vgl. Reershemius 2011: 48 f.

¹⁷² Vgl. Reershemius 2011: 44

¹⁷³ Vgl. Reershemius 2011: 49

¹⁷⁴ Vgl. Reershemius 2011: 46, 50

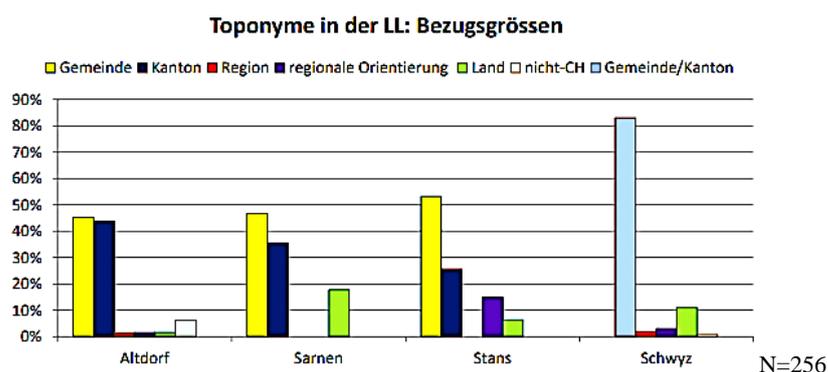
¹⁷⁵ Vgl. Wolk 2005: 132

¹⁷⁶ Vgl. Auer 2009: 35

¹⁷⁷ Vgl. Auer 2009: 33f.; Vogt 1977: 97-99

¹⁷⁸ Vgl. Auer 2009: 44

Petkova (2017) untersucht die Hauptorte der Gründungskantone der Schweiz, Altdorf im Kanton Uri, Schwyz im gleichnamigen Kanton, Sarnen im Kanton Obwalden und Stans im Kanton Nidwalden¹⁷⁹, allesamt relativ kleine Orte. Ihr Interesse gilt allen Zeichen, die eine Raumzugehörigkeit ausdrücken¹⁸⁰. Die Wahl von Dialekt als Code sei eine Möglichkeit, Raumzugehörigkeit auszudrücken. Normalerweise fänden sich zwar in der internationalen Sprachlandschaft wenige dialektale Treffer, wegen des Selbstverständnisses der Schweiz gäbe es in den gewählten Orten jedoch mehr als üblich¹⁸¹. Dialekt findet die Autorin bei Geschäftsnamen wie *Chäs Ladä*, Produktbezeichnungen wie *Ürner Chrütermischig* für einen Tee, als Veranstaltungstitel wie *14. Strassäfäscht*, in Werbesprüchen wie *Brot und Siässes wiä friäner*. Dabei kommen reiner Dialekt und Mischformen mit Standardsprache vor¹⁸². Des Weiteren analysiert Petkova die auftretenden Dialektmerkmale, z. B. die k-Verschiebung wird bei *Chinderhuus*, *Chinderhuis* oder *Chäs Hüttä* sichtbar¹⁸³. Bei *Raucherbeizli* ‚Raucherschenke‘ findet sich das Diminutivsuffix *-li*. Als letzten Punkt nennt Petkova orthographische Verfremdung, z. B. bei *Bluämä-eggä*¹⁸⁴. Sie weist außerdem darauf hin, dass dialektale Texte immer so gewählt werden, dass sie auch für Nicht-Dialektkundige verständlich sind. Entweder handelt es sich um hochfrequente Wörter aus dem Grundwortschatz, oder es finden sich andere Hinweise, sei es standardsprachlicher oder anderer Art, die klarmachen, worum es geht¹⁸⁵. Toponyme sind eine besondere Kategorie, denn sie „demonstrieren areale Zugehörigkeit“¹⁸⁶. Petkovas Funde verteilen sich so¹⁸⁷:



¹⁷⁹ Obwalden und Nidwalden sind aus der Aufteilung des ursprünglichen Kantons Unterwalden entstanden, vgl. Petkova 2017: 159

¹⁸⁰ Petkova 2017: 159

¹⁸¹ Vgl. Petkova 2017: 161

¹⁸² Vgl. Petkova 2017: 162

¹⁸³ Vgl. Petkova 2017: 163

¹⁸⁴ Vgl. Petkova 2017: 164

¹⁸⁵ Vgl. Petkova 2017: 165

¹⁸⁶ Petkova 2017: 166

¹⁸⁷ Petkova 2017: 168

Überall werden die Gemeinde am häufigsten und der Kanton am zweithäufigsten mit deutlichem Abstand zu den anderen Größen genannt.

Die Stadt Basel in der Deutschschweiz ist das Forschungsobjekt von Lüdi (2007). Er konstatiert, die meisten Sprachgebiete gälten als einsprachig. Dabei sei es ein Stereotyp, dass die meisten Menschen natürlicherweise homoglossisch seien und in einsprachigen Gesellschaften lebten. In Wirklichkeit seien diese Gebiete heteroglossisch, insbesondere die Städte¹⁸⁸. Deutsch sei die einzige offizielle Sprache in Basel und dies trotz der 28,9 % Personen mit nicht-Schweizer Pass im Jahr 2002 bei rund 180.000 Einwohnern¹⁸⁹. Hinzu kämen noch 30.000 in Basel arbeitende Grenzgänger aus Deutschland und Frankreich und über 1.800 Touristen täglich¹⁹⁰.

Die Besonderheit der Deutschschweiz sei die Diglossie mit Standarddeutsch und Schwyzerdütsch. Gut 80 % der Schweizer Einwohner und über 90 % der Schweizer Staatsbürger sprächen Schwyzerdütsch und benutzten Standarddeutsch für alles Schriftliche. Die gefundenen Sprachen auf den Schildern, Plakaten und in den Schaufensterauslagen werden mit den Nationalitäten der Bevölkerung des jeweiligen Stadtviertels verglichen¹⁹¹.

Im *bottom-up* Bereich gäbe es eine überwiegende Mehrheit von deutschen Texten. Lüdi schließt, „dass die *lingua franca* für Migrantinnen und Migranten Deutsch ist – und nicht mehr, wie in den siebziger und achtziger Jahren [...], Italienisch [...] und schon gar nicht Englisch“¹⁹², weil auch Migranten mit mangelhaften Deutschkenntnissen sich dieser Sprache bedienen: Ein Friseur *Coiffeur Huseyn* biete z. B. für 40,- Fr. eine *Hochsteig-Friseurin* an, womit wohl eine ‚Hochsteckfrisur‘ gemeint sei¹⁹³.

Auch Schwyzerdütsch käme schriftlich vor, z. B. bei *Susan's Wohlfühlhuus*, *Rosehüsli am Spalebärg*, *Kaffi zem Waijebäch*¹⁹⁴. Außerdem fänden sich überall Aufkleber und Jugendkultur-Plakate im Dialekt. Diese dienen der „Schaffung eines

¹⁸⁸ Vgl. Lüdi 2007: 132

¹⁸⁹ Lüdi 2007: 133

¹⁹⁰ Vgl. Lüdi 2007: 133 f. Das statistische Material hierzu stammt von 2006.

¹⁹¹ Vgl. Lüdi 2007: 138

¹⁹² Lüdi 2007: 140

¹⁹³ Vgl. Lüdi 2007: 140

¹⁹⁴ Eine „Wähe“ ist ein typisch schweizerisches, flaches, salziges oder süßes Gebäck, vgl. Union Deutsche Lebensmittelwerke 1975: 82, 94

Wir-Gefühls innerhalb der Basler Bevölkerung. Für fremde Besucher mag sich daraus zusätzlich eine Art ‚exotischer Reiz‘ ergeben“¹⁹⁵.

Die zweithäufigste Sprache in Basel ist eindeutig Englisch. Es werde auf *bottom-up* Schildern nicht übersetzt, sondern die Texte ergänzen sich. Englisch werde als Blickfang eingesetzt, da es als prestigereich und als Symbol für Globalität und Lebensgefühl gelte¹⁹⁶. Französisch sei zwar deutlich seltener, stehe aber für ähnliche Werte. Vor allem Mode, Gastronomie, Schönheitsprodukte und Uhren würden mit Französisch angepriesen. Mit beiden Sprachen würden nicht insbesondere Muttersprachler angesprochen, sondern das Verständnis beider Sprachen werde bei den Kunden angenommen. Diese Annahme sei in vielen Fällen irrig, wie Lüdi mit einer Umfrage zu vier englischen Werbesprüchen nachweist, z. B. „committed to excellence“, die im Schnitt etwa 65 % der Befragten nicht verstanden¹⁹⁷.

Asiatische Sprachen machten nur Prozentbruchteile aus und hätten daher einen eher deiktischen oder dekorativen Charakter. Italienisch sei zwar eine der vier Schweizer Landessprachen und gleichzeitig eine Migrantensprache, im Verhältnis zu den Migrantenanteilen aber selten. Etwa 10 % der Texte in zwei Straßen enthalten diese Sprache. In den meisten Fällen werde die Sprache nach der erwarteten Kundschaft und nicht nach der Herkunft des Geschäftsinhabers gewählt¹⁹⁸.

Insgesamt seien die Migrantensprachen unterdurchschnittlich in der Sprachlandschaft der Stadt Basel vertreten. Als Gründe nennt Lüdi die gute sprachliche Integration der Migranten. Die Textproduzenten seien in der Lage, das „deiktische, referentielle, identitäre und konnotative Potenzial der verschiedenen Varietäten ihrer Repertoires optimal auszunützen“¹⁹⁹. Deshalb würden Elemente aus verschiedenen Sprachen miteinander in geschickter Weise verwoben. Lüdi postuliert, dass „Mehrsprachigkeit geradezu zu einem Markenzeichen des modernen urbanen Menschen geworden ist“²⁰⁰. Der Titel des Aufsatzes ist Programm: „Basel: einsprachig und heteroglossisch“. Damit meint Lüdi, dass trotz der offiziellen Einsprachigkeit Basels im öffentlichen Raum *de facto* Mehrsprachigkeit festzustellen ist.

¹⁹⁵ Vgl. Lüdi 2007: 141

¹⁹⁶ Vgl. Lüdi 2007: 142 f.

¹⁹⁷ Vgl. Lüdi 2007: 143 f.

¹⁹⁸ Vgl. Lüdi 2007: 144; vgl. Backhaus 2007: 57: *LL* by whom?, *LL* for whom?

¹⁹⁹ Lüdi 2007: 147

²⁰⁰ Lüdi 2007: 148

Von Basel aus liegt rheinabwärts Straßburg am linken Rheinzufuß III in Frankreich. Eine Studie von Bogatto / Hélot (2010) im Bahnhofsviertel dieser elsässischen Stadt zu 170 Geschäftsschildern ist erwähnenswert. Die Stadt hat mit 12,9 % einen hohen Immigrantenteil, der Durchschnitt in Frankreich liegt bei 5,6 %. Die wichtigsten Herkunftsgebiete sind Nordafrika mit 25 %, die Türkei mit 13 % und Deutschland mit 10 %²⁰¹. Die überwiegende Mehrheit der Geschäftsschilder, 87 %, wurde auf Französisch verfasst, daneben finden sich Elsässisch, Deutsch, Englisch, Arabisch, Chinesisch, Thai und Türkisch. Da die Studie einen qualitativen Ansatz hat, sind für die übrigen Sprachen keine Zahlen angegeben²⁰².

Einige Geschäftsnamen beziehen sich auf Örtlichkeiten. Hierbei gibt es unterschiedliche Varianten, z. B. *Bazar de la Gare*, *Grill national* (liegt in der Straße *Faubourg national*), *Pharmacie Saint Aurélie* (‚Apotheke Heilige Aurelia‘, nahe der Aurelia-Kirche), *Restaurant Bar le 9* (entspricht der Hausnummer des Gastronomiebetriebs), *Délices d’Asie* (‚Köstlichkeiten aus Asien‘), *Restaurant Gandhi*, *Bar Perestroïka*²⁰³.

Eigennamen werden in 5,9 % der Geschäftsnamen integriert, z. B. *Laura cosmétique*, *Boulangerie-pâtisserie Jean-Philippe*, *Restaurant chez Michel*. Die Autoren sind der Ansicht, die Verwendung von Vornamen brächte eine größere Nähe zum Geschäftsinhaber²⁰⁴.

Wortspiele, kreativer Einsatz des Apostrophs und Wortkürzungen würden bei Geschäftsschildern eingesetzt, um Einzigartigkeit zu erreichen. *Infinitif Coiffure* ‚Infinitiv-Frisur‘ spielt mit dem aus dem Arabischen stammenden Wort *tif* für ‚Haare‘, das in der französischen Umgangssprache verwendet wird. *Bar atteint* spielt mit dem homophonen Wort *baratin*, ‚Geschwätz‘, ebenfalls umgangssprachlich. *Disque tu veux* ruft das homophone *dis ce que tu veux*²⁰⁵ beim Leser hervor. Zur kreativen Apostroph-Verwendung zählen die Gastronomiebetriebe *Chez P’tit Gros* und *Le p’tit break*²⁰⁶.

Vier der fünf Elsässerdeutsch-Funde sind Gastronomiebetriebe: *A la ville d’Andlau Bierstub*, (liegt in der Straße *rue d’Andlau*), *Le Schnokeloch*, *Winstub*

²⁰¹ Bogatto / Hélot 2010: 6

²⁰² Vgl. Bogatto / Hélot 2010: 8

²⁰³ Vgl. Bogatto / Hélot 2010: 9

²⁰⁴ Vgl. Bogatto / Hélot 2010: 10

²⁰⁵ *Disque tu veux* ‚Schallplatte, du willst‘; *dis ce que tu veux* ‚Sag, was du willst‘

²⁰⁶ ‚Beim kleinen Dicken‘ und ‚Die kleine Pause‘, vgl. Bogatto / Hélot 2010: 11. Das hier ausgelassene <e> wird im Großteil Frankreichs nicht gesprochen, lediglich in Südfrankreich hört man es bei Dialektsprechern als Schwa-Laut. Röder bezeichnet es als *e instable*, ‚unstabiles E‘, vgl. Röder 1996: 93-95

Wynmuck, und *S'Zwilling Stuebel*. Ein ‚Tabakladen‘ heißt *S'Duwacklaedel*²⁰⁷. Alle Dialekttreffer werden von französischem Text begleitet, um das Verständnis sicherzustellen. Standarddeutsch tritt vier Mal auf, bei Gastronomien nur mit dem Wort *Imbiss*, z. B. *Snack Imbiss Nemrut*. Diese Imbissstände zielen auf deutsche Touristen ab²⁰⁸.

Obwohl Englisch 26-mal vorkommt, sind nur drei Schilder davon einsprachig. Es werde wegen der Werte eingesetzt, für die es stehe, wie Modernität und Weltverbundenheit. Als Branchen werden Mode, Gastronomie und moderne Medien genannt, z. B. *Sportwear Kayshop*, *Oriental Lounge*, *Call @ phone*²⁰⁹. Asiatische Sprachen und Arabisch kämen bei Geschäften, die Produkte aus den jeweiligen Ländern verkaufen, bzw. entsprechenden Gastronomiebetrieben vor. Es gäbe jeweils französische Ergänzungen wie *traiteur chinois*, ‚chinesisches Feinkostgeschäft‘, oder *Spécialités thaïlandaises*²¹⁰. Türkisch ist 11-mal im Korpus enthalten, jedoch ausschließlich als Familiennamen²¹¹.

Hiermit wurde ein Einblick in die bisherige Literatur zum Thema Sprachlandschaft gegeben, soweit sie für die hier vorliegende Arbeit relevant ist. Eine Zusammenfassung findet sich in Kapitel 5. Im folgenden Kapitel geht es um die historische Entwicklung der Sprachlandschaft.

2.3. Geschichte der Schrift und Schreibung in der Sprachlandschaft

Für die historische Entwicklung der Sprache im öffentlichen Raum sind verschiedene Kriterien relevant. Erstens geht es um das verwendete Schriftsystem, ob also z. B. mit chinesischen Logogrammen oder lateinischen Buchstaben geschrieben wird. Die Entwicklung zu letzteren hin wird nachgezeichnet, weil diese in meinem Untersuchungsgebiet Verwendung finden. Das Schriftsystem hängt eng mit politischen Verhältnissen zusammen. Zweitens spielt die Literalität eine wichtige Rolle. Drittens wird stichpunktartig beleuchtet, wie sich Läden entwickelt haben und wie historisch Ladenschilder auf diese hinwiesen.

²⁰⁷ Vgl. Bogatto / Hélot 2010: 12

²⁰⁸ Vgl. Bogatto / Hélot 2010: 13

²⁰⁹ Vgl. Bogatto / Hélot 2010: 14 f.

²¹⁰ Vgl. Bogatto / Hélot 2010: 15

²¹¹ Vgl. Bogatto / Hélot 2010: 16

Zu den ältesten bekannten Schriften gehören die ägyptischen Hieroglyphen²¹² und die Keilschriften. Texte hiermit finden sich noch heute auf steinernen Monumenten²¹³. Coulmas (2009) erwähnt u. a. die Stele mit dem babylonischen Codex des Hammurabi in Keilschrift aus dem 18. Jh. v. Chr. mit einer kompletten Rechtssammlung²¹⁴. Vermutlich war das Kunstwerk ursprünglich in Babylon gut sichtbar im Stadtzentrum aufgestellt²¹⁵. Die Behistun-Inschrift ist ein in einen Felsen eingemeißeltes Monumentalwerk, das die Taten des persischen Königs Dareios I. (522-486 v. Chr.) rühmt. Sie befindet sich an einer alten Karawanenstraße im heutigen Iran. Die Inschrift ist in altpersischer, elamischer und babylonischer Sprache jeweils in Keilschrift verfasst²¹⁶. Der Rosettastein von 196 v. Chr. enthält ein Priesterdekret. Der Text ist auf Ägyptisch und Griechisch in altägyptischer Bilderschrift und demotischer ‚populärer‘ Schrift sowie in altgriechischen Buchstaben abgefasst²¹⁷. Der Tempel, in dem die Stele stand, sei das Zentrum des sozialen Lebens gewesen und von allen Gesellschaftsschichten hochfrequentiert²¹⁸. Des Weiteren erwähnt Coulmas das indische Mausoleum Tadsch Mahal, den Felsendom in Jerusalem und die Masjid-I-Shah-Moschee in Isfahan mit ihren Kalligraphien als Bestandteile der Sprachlandschaft²¹⁹. Schrift findet sich also historisch fast ausschließlich in Stadtzentren oder religiösen Zentren.

Das Erlernen der Hieroglyphen erfolgte im Alten Reich der Ägypter (2700-2200 v. Chr.) über Einzelunterricht, ab dem 2. Jahrtausend v. Chr. in Schulen²²⁰. Nur diejenigen, die Beamte, Priester, Künstler, Kunsthandwerker, Baumeister, Ärzte und Juristen werden wollten, lernten lesen und schreiben²²¹. Deshalb war der Alphabetisierungsgrad nicht hoch²²².

Über ihren Handelsverkehr kamen die Ägypter in Kontakt mit anderen Völkern²²³. Auf diese Weise wurde ihre Schrift unter anderem von den Phöniziern übernommen und an deren altsemitische Sprache angepasst²²⁴. Die heutige hebräische

²¹² Vgl. Konrad 2007: 8

²¹³ Vgl. Coulmas 2009

²¹⁴ Vgl. Coulmas 2009: 15

²¹⁵ Vgl. Coulmas 2009: 16

²¹⁶ Vgl. Coulmas 2009: 19

²¹⁷ Vgl. Coulmas 2009: 16 und 18 sowie Felske 2018b, Langenscheidts 1962: *δημοτικός*

²¹⁸ Vgl. Coulmas 2009: 17

²¹⁹ Vgl. Coulmas 2009: 21f.

²²⁰ Vgl. Primus 2007: 49

²²¹ Vgl. Konrad 2007: 10

²²² Vgl. Konrad 2007: 10f.

²²³ Konrad 2007: 9

²²⁴ Vgl. Primus 2007: 46

Schrift ist die Fortentwicklung davon. Die Griechen übernahmen das phönizische System um 800 v. Chr.²²⁵ und passten es an ihre Sprache an²²⁶. Hier ein Beispiel für hebräische und griechische Schrift aus unserem Kulturkreis²²⁷:



Ehemaliges Kloster (Eichstätt-) Rebdorf²²⁸

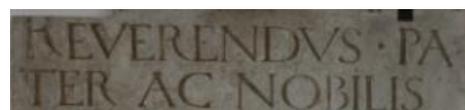
Das griechische Alphabet wurde auf dem Gebiet des späteren römischen Reiches zunächst von einzelnen Völkern übernommen und den jeweiligen Sprachen angepasst, weshalb es das etruskische, umbrische und oskische Alphabet gab, letzteres z. B. in der Gegend von Pompeji²²⁹. Über diese Zwischenstufen²³⁰ kam das Alphabet zu den Römern, die im 7. Jh. v. Chr. daraus ihre eigenen Buchstaben entwickelten²³¹.

Die große Ausdehnung des *Imperium Romanum* sorgte dafür, dass sich die lateinische Schrift weit verbreitete²³². In Gallien z. B. hatte das Keltische als Hauptsubstratsprache den Nachteil, dass es kaum geschrieben wurde. Im Übrigen lagen Handel und Verwaltung in römischer Hand, und das römische Bürgerrecht brachte Vorteile mit sich. So kam es dazu, dass nicht nur die Schrift, sondern auch die Sprache der Eroberer übernommen wurde²³³.

Welche Schriften verwendet wurden, sieht man an den folgenden Beispielen. Die älteste Form, die lateinische „Capitalschrift“²³⁴, besteht nur aus Majuskeln. Die linke Inschrift zeigt die *scriptio continua* ohne Wortabstände und Satzzeichen, die bis ins frühe Mittelalter üblich blieb²³⁵.



Kastell Pfünz²³⁶



Dom Eichstätt, Mortuarium²³⁷

²²⁵ Vgl. Villers 2005: 33; Schröder 1869: 75f.

²²⁶ Vgl. Schurich / Stappenbeck 2016: 47; Beinert 2019a, Faulmann 1880: 505-513

²²⁷ Bilder ohne Quellenangabe sind von mir.

²²⁸ Dreisprachige Kreuzesinschrift nach dem Johannesevangelium 19, 20: „Und es war geschrieben in hebräischer, lateinischer und griechischer Sprache.“ Übersetzung: ‚Jesus aus Nazareth, König der Juden‘.

²²⁹ Vgl. Faulmann 1880: 542; Planta 1892: 41

²³⁰ Vgl. Corssen 1868: [1]; Faulmann 1880: 242f.

²³¹ Vgl. Villers 2005: 32; Faulmann 1880. 242f.

²³² Vgl. Konrad 2007: 20; Beinert 2019a

²³³ Vgl. Berschin et al. 2008: 158-162; Felixberger 2003: 595 (ganzer Absatz)

²³⁴ Faulmann 1880: 546

²³⁵ Vgl. Primus 2007: 49

²³⁶ *Sedato sacrum* ‚Sedatus geweiht‘. Der Stein wird auf ca. 200 n. Chr. datiert, vgl. Harl 2019: 6428

²³⁷ *Reverendus Pater ac nobilis* ‚Der ehrwürdige Pater und Adelige‘. Dieser mittelalterliche Text zeigt die Getrennschreibung der Wörter mit teilweise dazwischen gefügten Punkten.

Außer Stein wurden auch weichere Trägermaterialien wie ungebrannter Ton oder Wachstafeln beschriftet. Dies machte die Schriften kursiver²³⁸. Auf Papyrus wurden auch kalligraphische Texte geschrieben, für die man eine gerundete Schrift entwickelte, die Unziale²³⁹. Gegen Ende des 5. Jh.s entstand die Halibunziale, die auch Minuskeln enthielt²⁴⁰. Mit der Christianisierung im 5. und 6. Jh. kam die Halibunziale nach Irland, wo sich daraus eine Rundschrift und eine Spitzschrift entwickelten. Seit Johannes Colgan 1647 eine insulare Type gießen ließ, spricht man von *Irish type*²⁴¹, heute auch *gaelic type* oder *gaelic script* genannt²⁴².

Gegen 780 entwickelte man eine einheitliche Form von Kleinbuchstaben, die karolingische Minuskelschrift oder Carolina²⁴³. Nun wurden Wörter durch Leerstellen voneinander getrennt und Sätze mit einem Punkt beendet, also keine *scriptio continua* mehr angewandt²⁴⁴. Ab dem 12. Jh. wurde in Frankreich die gotische Minuskelschrift entwickelt, die sich über Westeuropa verbreitete²⁴⁵:

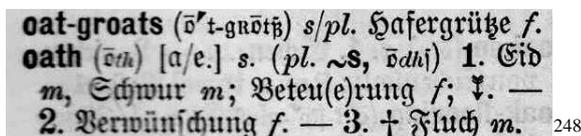


Dom Eichstätt, Mortuarium, Epitaph

Die gotische Schrift ist die Vorform der gebrochenen Schriften wie Textura, Fraktur, Rotunda oder Schwabacher²⁴⁶. In Westeuropa war es längere Zeit üblich, verschiedenartige Inhalte in unterschiedlichen Schriften wiederzugeben, z. B. bei Melanchthon,

der in seinen lateinischen Schriften die humanistische, in seinen deutschen die gotische Schrift gebrauchte und damit die *Diglossie* seiner Werke durch eine *Digraphie* seiner Schrift visuell vermittelte, wie das in vielen zweisprachigen Lexika bis ins XX. Jahrhundert einprägsam der Fall war²⁴⁷.

Im folgenden Beispiel wird für Englisch Antiqua, für Deutsch Fraktur verwendet:



²³⁸ Vgl. Licht 2012: 340; Primus 2007: 53

²³⁹ Vgl. Faulmann 1880: 547; Steffens 1929: IV

²⁴⁰ Vgl. Steffens 1929: VII; Licht 2012: 340; Primus 2007: 53

²⁴¹ Vgl. Berschin 2010: 380

²⁴² Vgl. Schmitt 2018: 41. In Kapitel 4.3. werden moderne Beispiele davon gezeigt.

²⁴³ Vgl. Beinert 2019a

²⁴⁴ Vgl. Primus 2007: 56

²⁴⁵ Vgl. Berschin 2010: 378

²⁴⁶ Vgl. Unger 1793; Beinert 2019b

²⁴⁷ Berschin 2010: 378

²⁴⁸ Muret-Sanders 1908: 364

In Deutschland hielten sich gebrochene Schriftarten länger als in den übrigen westeuropäischen Ländern. Im Januar 1941 verbot ein internes Rundschreiben der Nationalsozialisten ihre Verwendung mit der Begründung, dass es sich um „Judenlettern“ handle²⁴⁹. Da dies zeitgleich mit der Eroberung Kretas durch die Deutschen geschah, liegt der Schluss nahe, dass der wahre Grund für die Hinwendung zur *Antiqua* war, dass „Hitler und die Seinen international gelesen werden wollten“²⁵⁰. Das Verschwinden der gebrochenen Schriften ging verhältnismäßig schnell; nach dem Krieg wurden kaum mehr Bücher damit gedruckt²⁵¹. Dies ist ein Beispiel für politische Einflussnahme auf Schrift.

Inwieweit Herrschaftsverhältnisse eine Rolle für die Sprachlandschaft spielen, interessiert Pavlenko (2010). Sie untersucht die Sprachlandschaft Kiews seit der Stadtgründung im 9. Jh.²⁵². Nach dem Kiewer Rus (9.-13.Jh.) übernahmen Litauen (1367), Polen (1569), das Russische Kosakenreich (17. Jh.) und die Sowjetunion (1918) die Herrschaft, bevor die Ukraine 1991 selbstständig wurde²⁵³. Die Autorin stellt fest, dass unterschiedliche Regierungen nicht in der Lage waren, ihre jeweiligen Sprachen als alleinige Sprache durchzusetzen²⁵⁴. In der Sprachlandschaft zeigen sich die Sprachen der Religion, der Verwaltung, des Handels und des Alltags, die sich oft voneinander unterscheiden²⁵⁵.

Politische Verhältnisse bedingen auch die Alphabetisierung. Letztere spielt für die Sprachlandschaft eine wichtige Rolle. Im Mittelalter bestand die nicht in Kirche oder Verwaltung tätige Bevölkerung weitgehend aus Analphabeten²⁵⁶. Mitte des 15. Jh.s änderte sich infolge von Reformation und Buchdruck²⁵⁷. Die folgende Grafik zeigt den Fortschritt der Alphabetisierung in den in meinem Korpus vorkommenden Ländern und weltweit²⁵⁸:

²⁴⁹ Vgl. Berschin 2010: 377. Dies entbehrt jeglicher Grundlage, da kein Jude jemals eine Schriftart entwickelte. Zunftgesetze verboten sogar, dass Juden in Druckereien arbeiteten, vgl. Reibold 2010: o.S.

²⁵⁰ Berschin 2010: 378

²⁵¹ Vgl. Reibold 2010: [16]. In Kapitel 4.3. wird gezeigt, wie gebrochene Schriften heute verwendet werden.

²⁵² Pavlenko 2010: 136

²⁵³ Pavlenko 2010: 136

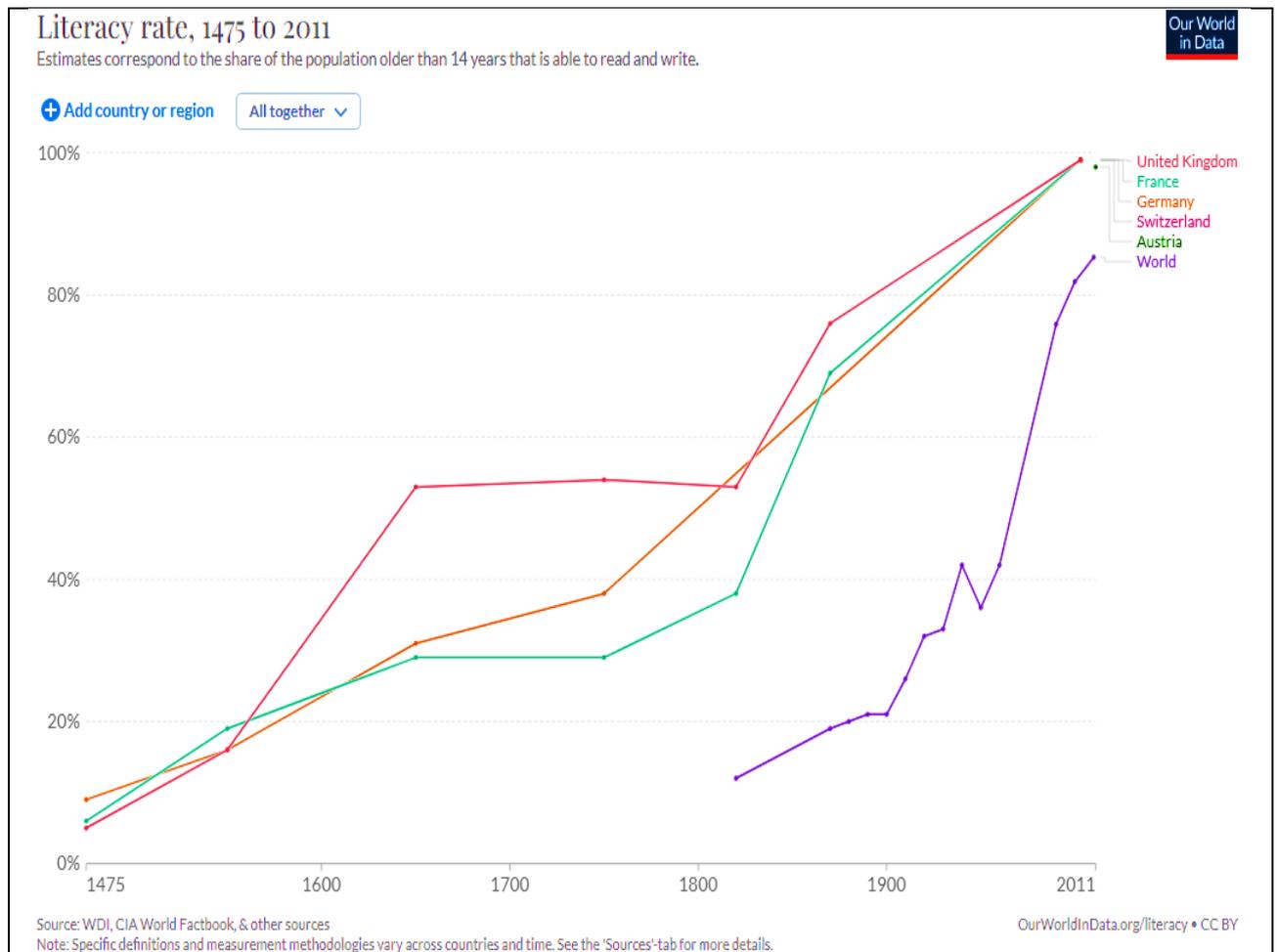
²⁵⁴ Vgl. Pavlenko 2010: 148f.; heute ist Kiew zwei- oder sogar dreisprachig, da Russisch im Alltag verwendet wird, Ukrainisch die Sprache der Schule und der Verwaltung ist und Englisch als Weltsprache fungiert.

²⁵⁵ Vgl. Pavlenko 2010: 139

²⁵⁶ Vgl. Konrad 2007: 27f.

²⁵⁷ Vgl. Konrad 2007: 43

²⁵⁸ Roser / Ortiz-Ospina 2018; für Österreich und die Schweiz sind nur die Endpunkte enthalten.



Der starke Anstieg in Europa im 18. Jh. hängt mit der Einführung der Schulpflicht zusammen, die z. B. im Königreich Preußen 1717 erfolgte²⁵⁹. In meinem Forschungsgebiet ist Schrift bis in die entlegensten Gegenden wie auf den *Mont de Vannes* in den Vogesen vorgedrungen²⁶⁰:



*Propriété (privée)
 Chemin interdit
 aux voitures
 ,(Privat-)Eigentum
 Weg / Zufahrt verboten
 für Fahrzeuge‘*

Es wurde gezeigt, wie es dazu kam, dass in unserem Kulturkreis heute mit lateinischen Buchstaben geschrieben wird und in welchem Zeitraum eine fast vollständige Alphabetisierung erreicht wurde. Im Folgenden soll nachgezeichnet werden, wie sich Geschäfte historisch entwickelten und wie sie beschriftet wurden.

²⁵⁹ Vgl. Konrad 2007: 62f.

²⁶⁰ Der *Mont de Vannes* gehört zur französischen Ortschaft *Fresse* im Département Haute-Saône in den Südvogesen. Das Anwesen, auf das das Schild hinweist, liegt auf einem Berg an einer Waldstraße, die nur von den wenigen Anwohnern und Waldarbeitern benutzt wird. Das Dorf selbst ist 4 km entfernt, das nächste Haus 500 m.

Vermutlich gab es bereits seit dem 7. Jh. v. Chr. eine Art von Geschäften. Historisch belegt sind entsprechende Räume ab dem 6. Jh. v. Chr. in Megara Hyblaea in Sizilien²⁶¹. „Am Anfang wurden die Waren offenbar einfach in den Werkstätten, in denen sie hergestellt wurden, verkauft, so es sich nicht um Lebensmittel oder ähnliches gehandelt hat, die auf dem Marktplatz feilgeboten wurden.“²⁶² In Athen lässt sich ab dem 5. Jh. v. Chr. an der südwestlichen Ecke des Marktplatzes eine ganze Reihe von Handwerksbetrieben nachweisen²⁶³.

Genauer weiß man über den Zustand der Stadt Pompeji von 79 n. Chr., wo es 577 Geschäfte gab²⁶⁴. Unter Vespasians Regierung (69-79 n.Chr.) wurde für Lehrer die Staatsbesoldung eingerichtet. Erst ab diesem Zeitpunkt begann der Aufbau des Schulwesens und damit eine allmähliche Alphabetisierung²⁶⁵. Deshalb waren in Pompeji sicherlich viele Geschäfte noch gar nicht beschriftet, außerdem wurden vielfach Bilder eingesetzt statt Schrift. Einiges dürfte auch beim Ausbruch des Vesuvs verbrannt sein²⁶⁶. Ladenschilder finden sich daher im ausgegrabenen Pompeji kaum²⁶⁷.

Zum Vorkommen der Sprachen ist zu sagen: „Die lateinische Sprache ist in Pompeji in einem weiten Spektrum fassbar.“²⁶⁸ Damit ist gemeint, dass sowohl klassische Latein- als auch vulgärlateinische Formen vorkommen. Da der höhere Unterricht bis ins 1. Jh. n. Chr. hauptsächlich auf Griechisch stattfand²⁶⁹, ist die zweithäufigste Sprache Griechisch, oft in Eigennamen, die zumeist mit lateinischen Buchstaben geschrieben wurden, z. B. *Eutyichis*²⁷⁰. Die dritte Sprache ist das oben erwähnte Oskisch, das mit oskischen, lateinischen oder griechischen Buchstaben wiedergegeben wurde²⁷¹. Eine vollständige Verschriftung des Oskischen war also noch nicht gegeben. Die Dominanz des Lateinischen spiegelt die Herrschaftsverhältnisse wider.

Es gibt Wandinschriften, die auf Prostituierte hinweisen, z. B. „*Felicla virna a. II.* – ‚Felicula, Haussklavin, zwei As‘“²⁷²; „*Μόλα φουτουτρις* – Mola,

²⁶¹ Vgl. Gassner 1986: 88

²⁶² Gassner 1986: 89

²⁶³ Vgl. Gassner 1986: 89

²⁶⁴ Vgl. Gassner 1986: 83

²⁶⁵ Vgl. Konrad 2007: 22

²⁶⁶ Siehe unten in diesem Kapitel

²⁶⁷ Beide Zitate: Gassner 1986: 44

²⁶⁸ Wachter 2019: 14

²⁶⁹ Vgl. Konrad 2007: 20; Beinert 2019a

²⁷⁰ Wachter 2019: 444

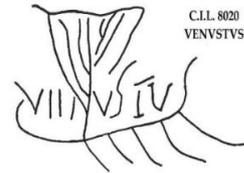
²⁷¹ Vgl. Wachter 2019: 14

²⁷² Wachter 2019: 446

Fickerin“²⁷³. Als Geschäfte können diese Beispiele gelten: „*sortilogus*. – ‚der Wahrsager““²⁷⁴; „*Anthus fullo*. – ‚Anthus, der Walker“²⁷⁵; *Diogenes structor* ‚Baumeister Diogenes‘ und das Hinweisschild auf die Wäscherei des *Venustus*²⁷⁶:



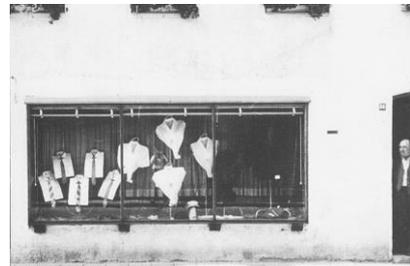
Geschäftsschild des *Diogenes structor*, Bild



Hier sieht man sowohl Bilder als auch Schrift als Kenntlichmachung von Geschäften. Sicherlich fehlten in Pompeji in vielen Fällen Geschäftsschilder, denn noch im 20. Jh. gab es nicht beschriftete Firmengebäude:

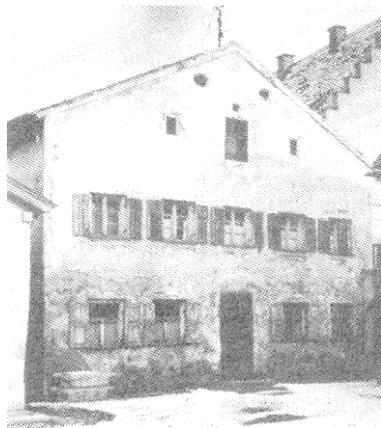


Dom-Apotheke, Eichstätt (vor 1932)²⁷⁷



Textilhaus Lahm (1950er Jahre)²⁷⁸

Die *Gerberei v. Karl Buckl*.²⁷⁹ in Eichstätt zeigt den Übergang zur Einführung von Geschäftsbeschriftungen im öffentlichen Raum, beide Bilder sind zwischen 1905 und 1930 entstanden²⁸⁰:



²⁷³ Wachter 2019: 450

²⁷⁴ Wachter 2019: 199

²⁷⁵ Wachter 2019: 205

²⁷⁶ Ableiter 2007 und Fer.fiol 2006c

²⁷⁷ Biechele 1978: 54, Jahresangabe vgl. Biechele 1978: 60

²⁷⁸ Huber 1998: 134

²⁷⁹ Die Texte wurden anfangs mit einem Punkt dahinter abgeschlossen. Abgeschafft wurde der Punkt nach Überschriften mit der Dudenausgabe von 1929, vgl. Duden 1929: 42. In der Folge sind auch Geschäftsschilder ohne Punkt, vgl. auch Kapitel 4.3.

²⁸⁰ Schick 2000: 160, bzw. Privatarhiv R. Hager, Eichstätt

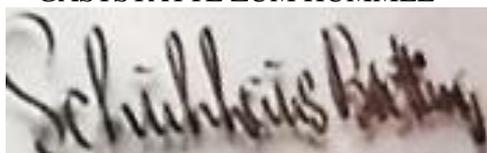
Die ältesten Geschäftsschilder enthalten oft recht lange Texte wie *Bäckerei & Mehlhandlung von J. Martin Reindl*. (1911)²⁸¹, *Drogen, Kolonial-, Material- und Farbwaren von Hans Saerve*. (1920er Jahre)²⁸², *Gastwirtschaft von Joseph Netter, Charcutier. – vormals Harrer*.²⁸³. Im Laufe der Zeit wurden bestimmte Arten von Geschäften, z. B. Bäckereien oder Gastwirtschaften, seltener. In der nur 180 m langen Eichstätter Rot-Kreuz-Gasse gab es früher vier Bäckereien²⁸⁴, heute gar keine mehr. Ebenso existierten in der 110 m langen Eichstätter Sebastiangasse nur bis 1942 die *Gastwirtschaft zum Würzburger* und bis 1948 das *Gasthaus zum Goldenen Hahn*²⁸⁵, heute gibt es dort kein Gasthaus mehr. Wegen dieses Seltener-Werdens wurde es nötig, Geschäftsschilder aus weiterer Entfernung lesen zu können. Dies führte zu kürzeren Texten und größeren Schriften, darunter Majuskelschriften²⁸⁶.



GASTSTÄTTE ZUM HUMMEL²⁸⁷



BÄCKEREI Kraus²⁸⁸



Schuhhaus Breitling²⁸⁹



ANTIKES BLECHSPIELZEUG²⁹⁰

Weltfirmen wie die heutige *Robert Bosch GmbH* entwickelten sich geschichtlich aus kleinen Werkstätten. Das Unternehmen hieß zunächst *Werkstätte für Feinmechanik und Elektrotechnik* und hatte von 1886 bis 1890 kein Firmenschild. Die neu gebaute Fabrik war 1900 mit *Elektrotechn. Fabrik. Robert Bosch* beschriftet. Heute findet sich Folgendes als Aufschrift für Gebäude des Unternehmens in allen Ländern, in denen es tätig ist²⁹¹:



²⁸¹ Huber 1998: 248; die Aufschrift hieß in den 1940er und 1950er Jahren nur noch „Michael Reindl Bäckerei“, als der Sohn das Geschäft innahatte.

²⁸² Mader 1924: 728

²⁸³ Beispiel ohne Datumsangabe: Privatarchiv R. Hager, Eichstätt

²⁸⁴ Aussage des Eichstätter Heimatforschers Rudolf Hager vom 20.03.2020

²⁸⁵ Vgl. Schick 2000: 174, 180 (Privatarchiv Hager)

²⁸⁶ Beispiele für die genannten Punkte sind oben bereits enthalten.

²⁸⁷ Privatarchiv R. Hager, Eichstätt

²⁸⁸ Vor 1985, Huber 1998: 143

²⁸⁹ Große Schrift, Privatarchiv R. Hager, Eichstätt

²⁹⁰ Zwischen 1982 und 1987, Huber 1998: 41, Schrift aus Großbuchstaben

²⁹¹ Vgl. Bosch 2023: Geschichte

An diesem Beispiel sieht man die Entwicklung der Geschäftsbeschilderung gut. Als sich Robert Bosch 1890 gezwungen sah, ein Firmenschild anzubringen²⁹² lag der Alphabetisierungsgrad bei etwa drei Viertel der deutschen Bevölkerung²⁹³.

Es lässt sich feststellen, dass die Literalität eine erhebliche Rolle für die Sprachlandschaft spielt. Mit erhöhtem Alphabetisierungsgrad geht eine weitere Verbreitung von Schrift im öffentlichen Raum einher. Deswegen ist eine Limitierung der Untersuchungen zur Sprachlandschaft auf Städte nicht haltbar²⁹⁴. Um die fehlende Sicht auf kleinere Orte in die Diskussion einzubringen, schließt meine Arbeit auch Kleinstädte sowie Dörfer mit ein.

Ursprünglich entstand Schrift in Städten. Über Kontakt der Völker untereinander wurden die ägyptischen Hieroglyphen an die Semiten, Griechen und die Römer weitergegeben und dabei an die jeweiligen Sprachen angepasst. Durch die in Schulen bewerkstelligte Alphabetisierung schließlich drang Schrift auch in die entlegensten Gebiete vor. Parallel dazu waren Geschäfte zunächst gar nicht oder mit Bildern beschriftet, mit der Literalität verbreitete sich auch die Geschäftsbeschilderung. Deren Form änderte sich unter anderem durch juristische Vorschriften, auf die in Kapitel 2.5. eingegangen wird. Um die auf den erfassten Schildern verwendete deutsche Sprache geht es im folgenden Kapitel.

2.4. Deutsche Standardsprache und Dialekte

Die ältesten erhaltenen deutschsprachigen Texte wurden im 8. Jh. verfasst und zeigen eine regionale Prägung. Dies blieb über das Mittelalter hinweg so. Damit waren diese Texte nur für bestimmte Regionen nutzbar, andernfalls waren Übersetzungen vonnöten²⁹⁵. Das Deutsche Reich war seit dem 13. Jh. in einzelne Territorien aufgegliedert, von denen jedes seinen eigenen Dialekt hatte. Die Mundartgrenzen spiegeln diese regionale Aufgliederung noch heute wider²⁹⁶. Die sogenannte Benrather Linie trennt das niederdeutsche Sprachgebiet vom mitteldeutschen. Dies betrifft die Aussprache des niederdeutschen *maken* bzw. des mitteldeutschen und oberdeutschen *machen*. Die beiden letzteren Gebiete bilden zusammen den

²⁹² Vgl. Bosch 2023: Geschichte

²⁹³ Vgl. obige Grafik von Roser / Ortiz-Ospina 2018

²⁹⁴ Vgl. Kapitel 2.2.

²⁹⁵ Vgl. Besch et al. 2003: 2253

²⁹⁶ Roelke 2009: 83

hochdeutschen Raum²⁹⁷. Dieser Unterschied entstand durch die Althochdeutsche Lautverschiebung²⁹⁸. Das mitteldeutsche Sprachgebiet ist südlich begrenzt von der sogenannten Speyrer Linie. Im Oberdeutschen wurden Geminaten, ebenfalls im Zusammenhang mit der Althochdeutschen Lautverschiebung, zu Affrikaten verändert, also [p:] zu [pf] wie bei *Appel*>*Apfel*, [t:] zu [ts] wie bei *Teit*>*Zeit* sowie im Gebiet der heutigen Schweiz auch [k:] zu [kx] wie bei *Kchopf*²⁹⁹. Im niederdeutschen Sprachgebiet wurden die Geschäftsschilder in Paderborn erfasst, im mitteldeutschen die in Frankfurt und Hanau, wobei auch in Miltenberg hessischer und damit mitteldeutscher Dialekt vorkommt. Die übrigen erfassten deutschen Orte gehören dem hochdeutschen Sprachraum an.

Die Anfänge einer sprachlichen Einigung liegen in frühneuhochdeutscher Zeit. Hierunter fallen seit dem 14. Jh. Kanzleisprachen, die Überregionalität anstrebten, so z. B. in Wien oder Sachsen. Um nach der Erfindung des Buchdrucks im 15. Jh. Druckerzeugnisse möglichst weiträumig verbreiten zu können, entwickelten Drucker überregionale Sprachen. Einen Beitrag zur Vereinheitlichung des Deutschen leisteten auch Schulen, soweit man dort deutsch schrieb³⁰⁰. Mit Luther kam der Durchbruch. Seine Bibelübersetzung von 1534 verbreitete sich. Dabei spielte eine Rolle, dass Luther der Auffassung war, dass jeder die Gnade Gottes selbst erkennen müsse, wozu die Kunst des Lesens unabdingbar war. Es wurden viele Schulen gegründet, die die Alphabetisierung vorantrieben³⁰¹. Anfangs verfertigten Drucker Glossare zur Lutherbibel, z. B. in Basel, Augsburg, Nürnberg und Straßburg, da vor allem der deutsche Wortschatz uneinheitlich war. Nach etwa 15 Jahren war dies jedoch nicht mehr nötig, da der Text den Menschen nun bekannt und verständlich war³⁰².

Hauptsächlich vom 16. bis zum 18. Jh. verlief der Vereinheitlichungsprozess des Schriftdeutschen. Die Durchsetzung der Schulpflicht trug wesentlich dazu bei. Der Beginn des Standarddeutschen ist im 19. Jh. anzusetzen³⁰³. Lediglich in Norddeutschland blieb die Diglossie mit Standard- und Niederdeutsch bis in die

²⁹⁷ Vgl. Wenker 1877: 9; Schmid 2012: 19

²⁹⁸ Vgl. Herbst et al. 1991: 230f.

²⁹⁹ Vgl. LVR 2021; Schläpfer / Bickel 2000: 59; UZH 2022; meinen Korpus betreffend liegt Paderborn nördlich der Benrather Linie. Der dortige westfälische Dialekt tritt allerdings in Stuttgart in Erscheinung. Zum Mitteldeutschen gehört Hessisch, das in Frankfurt am Main und in Miltenberg vorkommt.

³⁰⁰ Vgl. Roelke 2009: 83; Hirt 1968: 220

³⁰¹ Vgl. Konrad 2007: 43f.

³⁰² Vgl. Besch et al. 2000: 1724, Besch et al. 2003: 2269

³⁰³ Vgl. Besch et al. 2000: 2286f.

1960er Jahre relativ stabil. Wegen der gesellschaftlichen Modernisierung wurde die Regionalsprache dann jedoch bewusst fallen gelassen, wodurch die Zahl der Plattdeutsch-Sprecher stark sank³⁰⁴.

Hinsichtlich der Orthographie gab es Regelungen in den einzelnen deutschen Teilstaaten, z. B. in Bayern und Preußen für Verwaltung und Schulen. Eigene Regelungen gab es bei überregional tätigen Verlagen. Ab Mitte des 19. Jh.s diskutierte man eine einheitliche Orthographie³⁰⁵. In diesem Zusammenhang kamen Wörterbücher auf den Markt, z.B. 1871 Weigands *Deutsches Wörterbuch* und 1872 Dudens *Die deutsche Rechtschreibung*³⁰⁶.

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde eine Kommission mit Mitgliedern aus beiden deutschen Staaten, Österreich und der Schweiz eingesetzt. Da es keine Einigung gab, übergab 1955 die Kultusministerkonferenz der Bundesrepublik Deutschland dem Mannheimer *Duden*-Verlag die Vollmacht zur Regelung der Rechtschreibung. Gleichmaßen bekam der *Leipziger Duden* in der DDR 1959 diesen Auftrag. 1995 bis 2005 erarbeitete die weiterhin bestehende Kommission eine Orthographie-reform mit den heute gültigen Regeln³⁰⁷.

Die Situation in der Schweiz ist wegen der vier Landessprachen komplexer. Die ursprüngliche Eidgenossenschaft zwischen Uri, Schwyz und Unterwalden, 1291 gegründet, war rein deutschsprachig³⁰⁸. 1353 trat mit Bern der erste teilweise französischsprachige Kanton bei, Graubünden mit seinen rätoromanischen Teilen 1803. Das teilweise italienischsprachige Wallis kam 1815 dazu³⁰⁹. Der Staatenbund war relativ locker und dezentralisiert; nur die Verwaltung wurde von der Eidgenossenschaft bestritten³¹⁰. Die 1798 ausgerufene *Helvetische Republik* war ein nationaler, zentralistischer Einheitsstaat mit gleichberechtigten Bürgern und damit auch gleichberechtigten Sprachen³¹¹. Von da an wurden alle zentralen Regelungen in die jeweiligen Sprachen übersetzt³¹². Nach der Restauration 1803 wurde die Schweiz wieder dezentralisiert. 1848 ratifizierte man die neue demokratische Verfassung. Darin wurden die Nationalsprachen festgelegt³¹³. Heute lautet Artikel

³⁰⁴ Vgl. Reershemius 2011: 35f.

³⁰⁵ Vgl. Maas 2014: 105

³⁰⁶ Vgl. Maas 2014: 106

³⁰⁷ Vgl. Maas 2014: 54

³⁰⁸ Vgl. Schläpfer 1982: 62

³⁰⁹ Vgl. Schweiz.org: Kantone

³¹⁰ Vgl. Schläpfer 1982: 64f.

³¹¹ Vgl. HLS 2011: s.v. *Helvetische Republik*; Schläpfer 1982: 68

³¹² Schläpfer 1982: 69

³¹³ Vgl. Schläpfer 1982: 69

70 Abs. 1 der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft: „Die Amtssprachen des Bundes sind Deutsch, Französisch und Italienisch. Im Verkehr mit Personen rätoromanischer Sprache ist auch das Rätoromanische Amtssprache des Bundes.“ Als Kürzel für das Land wurde *CH* für lateinisch *Confoederatio Helvetica* ‚Schweizerische Eidgenossenschaft‘ eingeführt. Die Wahl fiel auf Latein, um keine der vier Amtssprachen zu bevorzugen³¹⁴.

„Angesichts der humanist., reformator. und polit. Kontakte zum übrigen Reich konnten sich die Schweizer Schriftsteller und Kanzleien dem Einfluss der neuhochdt. Schriftsprache auf die Dauer nicht entziehen“³¹⁵, so dass es zu einer weitgehenden Angleichung kam³¹⁶. Beim Vokabular fallen die vielen französischen Wörter auf, die über das Französische bevorzugende Schichten in Städten wie Bern und Basel in das Schweizerdeutsche kamen, z. B. *Parterre, Velo, Merci*³¹⁷.

Um die sich in der zweiten Hälfte des 19. Jh.s verbreitende Mundartliteratur „rein“ zu halten, kontrollierten Germanisten die Texte. Daraus entstand eine komplette Trennung von Mundart und Schriftsprache³¹⁸. Schüler lernen in der französischsprachigen Westschweiz Standarddeutsch und im italienischsprachigen Tessin sowie in der Deutschschweiz Französisch. Damit soll erreicht werden, dass sich Mitglieder unterschiedlicher Sprachgruppen auf Französisch oder Deutsch verständigen können³¹⁹. Das Schwyzerdütsche ist mit Kenntnissen des Standarddeutschen jedoch nur schwer verständlich. Wegen der Attraktivität des Englischen haben die Ostschweizer Kantone Appenzell-Innerrhoden und Zürich inzwischen Englisch zur ersten Fremdsprache erhoben³²⁰.

Das Nebeneinander der vier Landessprachen funktioniert in der Schweiz gut, da sich die Schweizer weniger mit ihrer Sprachgemeinschaft, sondern mehr mit ihrem Staat identifizieren³²¹.

Ursprünglich gab es Dialekte, für deren Vereinheitlichung neben Kanzleisprachen die Lutherbibel, Schulen und Regelungen zur Orthographie, z.B.

³¹⁴ Vgl. Glarus-Sued 2022

³¹⁵ *HLS* 2018: Deutsch

³¹⁶ Schläpfer / Bickel 2000: 136

³¹⁷ schweizerdeutsch-lernen.ch 2021; Ammon führt Wörter wie *Bijoutier* oder *Camion* als Helvetismen auf, kategorisiert sie also als deutschen Wortschatz³¹⁷. Lüdi wertet *Comestibles* als deutsch, obwohl es im Duden (2006) nicht verzeichnet ist. Im vorliegenden Korpus gelten solche Wörter als französisch, sofern sie nicht vor 1800 in die deutsche Sprache aufgenommen wurden.

³¹⁸ Vgl. Schläpfer 1982: 105f.

³¹⁹ Vgl. Schläpfer 1982: 19

³²⁰ Vgl. *HLS* 2007: s.v. *Französisch*

³²¹ Vgl. Schläpfer / Bickel 2000: 11

Wörterbücher, die wichtigsten Faktoren waren. Die Schweiz nimmt hierbei wegen ihrer vier Landessprachen und dem zusätzlichen Register Schwyzerdütsch für die Mündlichkeit eine Sonderstellung ein. Außer sprachlichen Richtlinien spielen rechtliche Vorschriften zu Unternehmensnamen eine Rolle. Im folgenden Kapitel werden diese von der Einführung des entsprechenden Gesetzes bis heute beleuchtet und ihre Bedeutung für die Namenswahl von Geschäften beleuchtet.

2.5. Rechts- und Namenskunde bezüglich Firmen

Seit dem 19. Jh. gab es juristische Vorschriften, die bei der Wahl des Geschäftsnamens einzuhalten waren. Die Staaten des Deutschen Bundes erließen 1861 das Allgemeine Deutsche Handelsgesetzbuch (ADHGB), das 1871 Reichsgesetz wurde. Die Überarbeitung von 1897, das Handelsgesetzbuch (HGB), trat am 01.01.1900 in Kraft³²².

Bereits das ADHGB definiert in Artikel 15: „Die Firma eines Kaufmanns ist der Name, unter welchem er im Handel seine Geschäfte betreibt und die Unterschrift abgibt“. In Artikel 16 ADHGB ist festgelegt:

Ein Kaufmann, welcher sein Geschäft ohne Gesellschafter oder nur mit einem stillen Gesellschafter betreibt, darf nur seinen Familiennamen (bürgerlichen Namen) mit oder ohne Vornamen als Firma führen. Er darf der Firma keinen Zusatz beifügen, welcher ein Gesellschaftsverhältniß andeutet. Dagegen sind andere Zusätze gestattet, welche zur näheren Bezeichnung der Person oder des Geschäfts dienen.

Artikel 20 ADHGB schreibt die noch heute geltende Unterscheidbarkeit vor:

Jede neue Firma muß sich von allen an demselben Orte oder in derselben Gemeinde bereits bestehenden und in das Handelsregister eingetragenen Firmen deutlich unterscheiden.

Mit dem HGB wurden aus den Artikeln Paragraphen, einige Passus wurden aus dem ADHGB übernommen. In § 18 (1) wurde festgelegt, dass die Firma aus dem Familiennamen und mindestens einem ausgeschriebenen Vornamen des Kaufmanns bestehen muss³²³, z. B. *Carl Aug. Stoelzl* (Anfang 1920er Jahre)³²⁴.

³²² Vgl. Koß 2009: 544f.

³²³ Vgl. Koß 2009: 545

³²⁴ Mader 1924: 645

Anton Einberger. Siebmachermeister. (zwischen 1890 und 1927)³²⁵, *Franz Bauch – Wirth u. Gastgeber.* (vor 1912)³²⁶. Dies führte dazu, dass der Familienname als Bestandteil des Unternehmensnamens zu einem Standard wurde.

Die Rechtsform der Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) wurde 1892 mit einem eigenen Gesetz, dem GmbHG, eingeführt. Ursprünglich musste ihre Firma nach § 4 (1) bei Sachfirmen dem Gegenstand des Unternehmens oder bei Personenfirma den Namen mindestens eines Gesellschafters sowie die Rechtsform enthalten³²⁷. Der Gegenstand des Unternehmens wurde zu einem weiteren Standard und bedingt die häufige Verwendung von Nomen in Geschäftsnamen. Noch heute passen diese Beispiele zu den Vorschriften: *GRABMALE A. ZIEGLMAIER GmbH*, *METALLBAU BÖHM*, *TBE Transportbeton Eichstätt GmbH & Co. KG* (alle Eichstätt).

Die Rechtsform des Unternehmens „und die juristischen Vorgaben wie zum Beispiel das [...] Handelsgesetzbuch (HGB) bestimmten in Deutschland bis zur Handelsrechtsreform 1998 die Form des Handelsnamens.“³²⁸ Die bürgerlichen Namen hatten hierbei einen hohen Stellenwert. 1998 wurde das Handelsrechtsreformgesetz (HRefG) erlassen, das deutliche Veränderungen mit sich brachte³²⁹. Nach der aktuellen Fassung des § 18 (1) HGB ist nur noch vorgeschrieben, dass die Firma „zur Kennzeichnung des Kaufmanns geeignet sein und Unterscheidungskraft besitzen“ muss³³⁰. Ebenso muss der Name einer GmbH nicht mehr den Gegenstand des Unternehmens oder den Namen eines Gesellschafters enthalten³³¹. Geschäftsnamen können somit fast völlig frei gestaltet werden.

In Österreich war das HGB von 1897 ebenfalls gültig und wurde durch österreichische Gesetze mehrfach geändert. Auch hier gibt es seit dem 01.01.2007 eine Novellierung, das Handelsrecht-Änderungsgesetz³³². Das HGB heißt nun Unternehmensgesetzbuch³³³, der *Kaufmann* wurde durch den *Unternehmer* abge-

³²⁵ Vgl. Schick 2000: 157, bzw. Privataarchiv. R. Hager, Eichstätt; die Punkte hinter dem Text von Geschäftsschildern waren, wie bei Überschriften, damals üblich. Sie wurden mit dem Duden von 1929 abgeschafft, vgl. Duden 1929: 42.

³²⁶ Vgl. Huber 1998: 309

³²⁷ Vgl. Koß 2009: 547; Weitere Zusätze waren möglich, vgl. ebda.

³²⁸ Koß 2009: 539

³²⁹ Vgl. Koß 2009: 547

³³⁰ Die Rechtsformen AG, GmbH, OHG, KG, e.K. und e.G. müssen Teil der Firma sein, die ersten vier dürfen allgemein verständlich abgekürzt werden, für die vorletzte ist nur „e.K.“, „e.Kfm“ oder „e.Kfr.“ zulässig, vgl. § 19 (1) HGB, für das letzte laut 3 GenG nur „e.G.“

³³¹ Vgl. Koß 2009: 548

³³² HaRÄG

³³³ UGB

löst³³⁴. Die übrigen Vorschriften sind ähnlich denen in Deutschland³³⁵. Auch hier gibt es also keine Vorgaben mehr zum Inhalt von Geschäftsnamen.

Die Schweiz hat kein gesondertes Handelsgesetz; die einschlägigen Vorschriften sind Teil des Obligationenrechts. Es gibt dort Einzelfirmen, deren Firma laut Artikel 945 (1) als wesentlichen Bestandteil den Familiennamen des Inhabers beinhalten muss. Bei Kollektivfirmen, Kommandit- und Kommanditaktiengesellschaften³³⁶ muss mindestens ein Gesellschafter mit dem Familiennamen in der Firma genannt sein. Bei einer GmbH, AG oder Genossenschaft gibt es keine Vorschriften hinsichtlich einer Namensnennung³³⁷. Also sind in der Schweiz nach wie vor viele Unternehmen verpflichtet, Familiennamen in ihrer Firma zu führen. Als Beispiele können *eveline frischknecht fine jewellery* und *Leder Locher* (beide St. Gallen) genannt werden.

Auf Grund der neuen Freiheiten durch das HRefG von 1998³³⁸ muss sich jeder Unternehmer Gedanken zu seinem Geschäftsnamen machen. Die Namenskunde betont, dass Namen im Allgemeinen einen immensen Einfluss auf das Leben ihrer Träger haben³³⁹. Der Name von Unternehmen hat Beziehungen zu Einstellungen der Gesellschaft und wird gezielt gewählt, um einen gewünschten Effekt zu erzielen³⁴⁰. Er dient der Bildung einer Identität, die eines vom anderen Unternehmen unterscheidet; und er schafft so eine Position in der Wirtschaft im Verhältnis zu den Mitbewerbern³⁴¹. Da man Unternehmensnamen selbst wählen kann, sind sie „ein wichtiges Mittel zur Selbstdarstellung und Charakterisierung“³⁴².

Diese Einschätzung geht auf ältere Erkenntnisse zurück. Schon 1595 schrieb Michel de Montaigne über Namen:

Item, il se dict qu'il faict bon avoir bon nom, c'est à dire credit et reputation ; mais encore, à la verité, est-il commode d'avoir un nom beau et qui aisément se puisse prononcer et retenir, car les Roys et les grands nous en connoissent plus aisément et oublient plus mal volontiers ; et, de ceux mesme qui nous servent, nous commandons plus ordinairement et employons ceux desquels les noms se presentent le plus facilement à la langue³⁴³.

³³⁴ Vgl. Koß 2009: 549

³³⁵ Vgl. Koß 2009: 550

³³⁶ Kollektivfirma OG Art. 552-593, KG OG Art. 594-619, KommanditAG OG Art. 763-771

³³⁷ Vgl. Koß 2009: 550; GmbH: OG Art. 772-827, AG: OG Art. 620, Genossenschaft: OG Art. 828-910

³³⁸ Vgl. hierzu auch: Bergien / Blachney 2009: 530

³³⁹ Vgl. Bergien / Blachney 2009: 527

³⁴⁰ Vgl. Bergien / Blachney 2009: 527

³⁴¹ Vgl. Bergien / Blachney 2009: 528

³⁴² Bergien / Blachney 2009: 527; Anmerkung: Die Namenskunde spricht durchaus von „Firmennamen“ (vgl. ebda.), auch wenn die Bezeichnung von der Definition der *Firma* her keinen Sinn ergibt.

³⁴³ Montaigne 1828, Livre I, Chapitre 46: 344

Vereinfacht ausgedrückt meint Montaigne, dass man einen schönen, leicht aussprechbaren Namen braucht, um sich damit einen guten Ruf aufbauen zu können und mehr Aufträge zu erhalten. Dies gilt insbesondere für Geschäfte, die um Kunden werben. Als sich 2007 *KarstadtQuelle* in *Arcandor* umbenannte, titelte die Hannoversche Allgemeine: „Neue Namen gegen den schlechten Ruf“³⁴⁴. Diese sicherlich harte Formulierung zeigt die enge Verbindung von Geschäftsnamen und Reputation.

Die Aufgabe von Familiennamen zugunsten von Kunstnamen wie *Arcandor* ist hauptsächlich der Globalisierung geschuldet; z. B. gaben die *Behringwerke* 1997 ihren seit 1904 bestehenden Namen auf; ein Großteil gehört heute zum Schweizer Konzern *Novartis*³⁴⁵. Bei der Globalisierung spielt die *lingua franca* Englisch eine wichtige Rolle, z. B. wird *Pfizer* trotz der deutschen Abstammung des Firmengründers Karl Pfizer amerikanisch-englisch [faizəɪ] ausgesprochen³⁴⁶. Akronyme und Blends³⁴⁷ sind weniger sprachgebunden, z. B. sind *ALDI* (Eichstätt) von ‚Albrecht Discount‘ oder *STRENESE* (Stuttgart) von ‚Strehle jeunesse‘ nicht auf eine Sprache festgelegt³⁴⁸. Insgesamt sind Fantasienamen bei Existenzgründern zunehmend beliebt³⁴⁹, da sie als auffälliger und expressiver gelten³⁵⁰ und ihre Teile häufig in mehr als einer Sprache zu finden sind³⁵¹, z. B. *artenativ* (Eichstätt) oder *TARGOBANK* (Frankfurt). Als Aufmerksamkeit erregend gelten ungewöhnliche Schreibweisen und fremdsprachige Elemente, hierbei vor allem englische³⁵², wie bei *SØR* (Nürnberg), *MR. EIS* (Eichstätt) oder *McFIT* (Frankfurt). Die heutigen Bildungsmuster für Unternehmensnamen beinhalten nach wie vor auch Familiennamen, wenn auch in deutlich geringerem Umfang. Damit wollen Firmengründer einen Kontrapunkt zur Anonymität setzen³⁵³.

Der erwähnte § 18 (1) HGB wird so interpretiert, dass die Firma aussprechbar sein muss, jedoch nicht zwingend als Wort. Insofern genügen Buchstabenkom-

³⁴⁴ Vgl. Koß 2009: 556, 569

³⁴⁵ Vgl. Koß 2009: 557

³⁴⁶ Vgl. Koß 2009: 556; auch zur Zunahme von Anglizismen liefern Bergien / Blachney den Nachweis, vgl. Bergien / Blachney 2009: 529

³⁴⁷ Definitionen siehe Kapitel 2.7.

³⁴⁸ Vgl. Koß 560, 555; *jeunesse* französisch für ‚Jugend‘

³⁴⁹ Vgl. Koß 2009: 563

³⁵⁰ Vgl. Bergien / Blachney 2009: 528

³⁵¹ Vgl. Koß 2009: 555

³⁵² Koß 2009: 564f.

³⁵³ Vgl. Koß 2009: 559f.; ein statistischer Nachweis zur Verringerung von Eigennamen in Firmen findet sich bei Bergien / Blachney 2009: 532 Abb. 3.

binationen. Grundsätzlich nicht geeignet sind andere Buchstaben außer den lateinischen; anerkannt werden in der Regel jedoch eine begrenzte Menge Sonderzeichen wie das Ausrufezeichen, Et- oder Plussymbol. Einzelbuchstaben dürfen nicht durch Sonderzeichen ersetzt werden. Lediglich eine Branchenbezeichnung genügt nicht als Firma³⁵⁴. Die Firma muss beispielsweise auf Geschäftsbriefen in der vorgeschriebenen Form angegeben sein³⁵⁵. Für die Geschäftsschilder gilt dies nicht. Diese können durchaus auch einmal nur *Metzgerei* (Dollnstein) oder *Arzt* (Tagmersheim), also nur die Branche, beinhalten oder völlig anders als die Firma lauten, wie bei *DER STOFFLADEN* (Eichstätt), bei dem die zugehörige Firma *Snat GbR* lautet. Auch werden auf den Geschäftsschildern Buchstaben mitunter durch Bilder oder ähnliches ersetzt, wie bei *adam & eva* (Aschaffenburg) das Et-Zeichen durch einen angebissenen Apfel ersetzt ist. Genauer hierzu wird in Kapitel 4.3. gezeigt.

Juristische Vorschriften verlangten von 1861 bis 1998, dass Unternehmensnamen – je nach Rechtsform – aus dem bürgerlichen Namen des Firmeninhabers oder dem Firmenzweck gebildet werden. Diese Muster sind heute noch gängig und führen dazu, dass die Prozentsätze für Eigennamen und Nomen bei den Geschäftsnamen hoch sind. Hinzugekommen sind seit der Handelsrechtsreform von 1998 zusätzlich vermehrt Kunstnamen, wie Akronyme oder Blends.

2.6. Fragestellungen dieser Arbeit

2.6.2. Ziel der Arbeit

Das Ziel dieser Arbeit ist es, einen genauen Blick auf die Geschäftsschilder in deutschen Städten verschiedener Größe zu werfen, diese sprachlich zu analysieren und mit ausgewählten Orten in Österreich, der Deutschschweiz, Frankreich und England zu vergleichen.

Zuerst wird die Anzahl der Wörter der Geschäftsnamen gezählt und hieraus ein Durchschnitt für jeden Ort ermittelt. Als zweites werden die Schilder hinsichtlich der verwendeten Sprachen ausgewertet. Es folgen drittens die im Geschäftsnamen enthaltenen Wortarten. Der vierte Fokus liegt bei Besonderheiten der Wort-

³⁵⁴ Vgl. GKD-Rechtsanwälte o.J.

³⁵⁵ Vgl. Gabler o.J.: s.v. *Geschäftsbriefe*

bildung, wobei einige Bildungsmuster auf ihr Vorhandensein überprüft wurden, z. B. Komposita, Akronyme, etc. Als fünftes werden Zuordnungen zu den Wortschatzbereichen Allgemeinwortschatz, Eigennamen, Ortsbezeichnungen und Sonstiges vorgenommen; letzteres sind z. B. Namen aus der Literatur oder Begriffe aus der Mythologie. Der letzte Punkt ist eine Branchenzuordnung für jedes Schild. Genaueres zur Vorgehensweise findet sich in Kapitel 2.7.

Dabei ist von Interesse, ob die Ortsgröße einen Einfluss auf die genannten Kategorien hat. Sind z. B. Schilderaufschriften in kleineren Ortschaften länger, enthalten also mehr Wörter? Gibt es dort weniger Sprachen und Wortbildungsmuster? Werden überall gleich viele Wörter aus dem Allgemeinwortschatz oder gleich viele Ortsbezeichnungen verwendet? Haben große Städte weniger Schilder mit Eigennamen? Wo findet man sonstigen Wortschatz häufiger? Liegen alle deutschsprachigen Länder bei gleichen Werten? Haben die drei verschiedenen Landessprachen im Korpus einen Einfluss auf die untersuchten Kategorien? Die Branchenzuordnung ermöglicht, alle diese Fragen für die unterschiedlichen Branchen zu beantworten.

2.6.2. Zur Auswahl der Orte

Um Geschäftsschilder vergleichend zu interpretieren, wurden Orten unterschiedlicher Größe ausgewählt. So umfasst die Arbeit für Deutschland jeweils vier nach Einwohnerzahl gestaffelte Dörfer, Klein-, Mittel- und Großstädte sowie eine Millionenstadt. Deren Einteilung fußt auf den Angaben im Duden, der die Kleinstadt mit 5.000 bis 20.000, die Mittelstadt mit 20.000 bis 100.000 Einwohnern und die Großstadt mit über 100.000 festlegt³⁵⁶. Da alle Orte im bislang wenig untersuchten Süden Deutschlands liegen, wurde die Arbeit um eine norddeutsche Großstadt ergänzt, um zu sehen, ob sich Unterschiede zeigen. In Österreich, der Schweiz, Frankreich und England erfolgte die Analyse je einer Klein-, Mittel- und Großstadt. Im Falle Englands wurden die drei in Südengland gelegenen Orte um eine weiter nördlich gelegene Großstadt ergänzt.

³⁵⁶ Vgl. Duden online: s.vv. *Kleinstadt*, *Mittelstadt*, *Großstadt*; diese Einteilung soll auf die deutsche Reichsstatistik von 1871 zurückgehen, vgl. Wikipedia: s.v. *Kleinstadt*

Innerhalb der Gruppen der deutschen Orte, also beispielsweise der Mittelstädte, werden Vergleiche hinsichtlich der erwähnten Kriterien angestellt und diese auf Auffälligkeiten überprüft, dann folgt eine Zusammenstellung zu Deutschland. Im Anschluss werden die ausländischen Städte ebenso analysiert. Die Kategorien Wortanzahl, Sprachen, Wortarten, Wortbildung und Wortschatzbereiche werden auch hinsichtlich der Branchen verglichen. Ein eigenes Kapitel wird den Besonderheiten der Schreibung gewidmet. Als letztes erfolgt ein Vergleich mit einigen der im Forschungsüberblick erwähnten Studien anderer Autoren.

2.7. Methodik der vorliegenden Analyse

Unter Geschäftsschildern sind die Beschriftungen der Unternehmen an der Außenseite von Gebäuden, und somit im öffentlichen Raum, zu verstehen, die die Namen des Geschäftes kundtun. In der Regel sind die Geschäfte mit der Firma, also dem offiziellen Namen des Unternehmens, beschriftet. Bei den Geschäftsschildern ist unerheblich, auf welchem Material diese geschrieben sind, also ob es sich um echte Schilder, Leuchtbuchstaben, Schrift auf Schaufenstern bzw. Eingangstüren oder anderen Trägermaterialien handelt. Auch benötigen diese bei mir keinen Rahmen, wie es Backhaus (2006: 55) oder Mitschke (2015) festlegen. In meiner Studie werden alle derartigen Beschriftungen als Schilder bezeichnet und erfasst. Dabei wurden diejenigen Schilder aufgenommen, die in einer Straße die gleiche Prominenz haben, also in etwa gleich auffällig und an ähnlicher Stelle angebracht sind. Das führt dazu, dass mitunter auch Arztpraxen, Rechtsanwaltsbüros, Rathäuser, Vereine, Kirchen, Bildungseinrichtungen oder ähnliches im Korpus belegt sind³⁵⁷. Diese sind ebenfalls Bestandteil der Sprachlandschaft. Von jedem Schild werden nur die Haupttitel analysiert, da es diese sind, die – oft ausschließlich – gelesen werden. Bei den Beispielen sind jedoch i. d. R. die Untertitel mit angegeben. Oft klären die Untertitel auch die im Haupttitel enthaltenen Akronyme oder Blends.

Meine Arbeit basiert auf statistischen Auswertungen von Geschäftsschildern. Um die Funktionsweise von Statistiken zu erklären, sei die Einkommens- und

³⁵⁷ Interessanterweise sind in den kleinen Ortschaften die Schilder der Ärzte o.ä. ebenso groß wie die der Läden.

Verbrauchsstichprobe als Beispiel genannt. Sie ist innerhalb der Europäischen Union die größte staatlich erhobene Datensammlung zu den finanziellen Verhältnissen von Privathaushalten. In Deutschland werden rund 80.000 Haushalte in die Erhebung einbezogen. Es handelt sich um eine Quotenstichprobe, was bedeutet, dass zunächst eine Einteilung der Haushalte nach Haushaltstyp (z. B. Familie mit zwei Kindern), soziale Stellung der Haupteinkommensperson (z. B. Rentner) und Haushaltsnettoeinkommen erfolgt, für die auf die Bundesländer verteilt definierte Mengen an Haushalten ausgewählt werden³⁵⁸. Der größte Teil der Befragung beinhaltet eine vierteljährliche Führung eines Haushaltsbuches, in das alle Einnahmen und Ausgaben vorsortiert in Kategorien wie Wohnen, Nahrungsmittel, Bekleidung / Schuhe, Freizeit / Unterhaltung, Verkehr oder Sonstiges eingetragen werden. Dabei werden die tatsächlich im Anschreibungsquartal auftretenden Einnahmen und Ausgaben in vollem Umfang aufgelistet. Beispielsweise wird die Jahresrechnung der Kraftfahrzeugversicherung bei den Haushalten verbucht, die im entsprechenden Zeitraum an der Reihe sind. Statistisch gleicht sich dies dann aus, da andere Haushalte die anderen Zeiträume abdecken und bei diesen keine derartige Ausgabe anfällt. Durch die große Anzahl der Teilnehmer wird gewährleistet, dass sich eventuell einseitig getätigte Ausgaben einzelner Haushalte ausgleichen³⁵⁹.

Bei meiner Erhebung teilte ich die zu untersuchenden Ortschaften nach ihrer Einwohnerzahl in Gruppen ein und streute diese regional, indem ich verschiedene Regierungsbezirke, Bundesländer und sogar Länder einbezog. Die Orte wählte ich nach Einwohnerzahl gestaffelt aus. Um den Effekt zu erzielen, dass sich die Ergebnisse statistisch ausgleichen, wurden nicht nur einzelne Straßenzüge erfasst, sondern die meistfrequentierten Bereiche der Städte. Dies ergibt große Datenmengen und ist daher statistisch auswertbar. Die Informationen bezüglich des jeweils relevanten Stadtbereichs stammen von Tourismusbüros oder aus dem Internet.

Den Erfassungszeitraum setzte ich so eng wie möglich, um eine vergleichbare Momentaufnahme zu erstellen. Ich begann im Februar 2018 mit Eichstätt, bis Dezember 2018 besuchte ich alle weiteren bundesdeutschen Städte sowie die französischen Orte. Die Dörfer folgten im Juni 2019, von August bis Oktober 2019 England, die Schweiz und Österreich.

³⁵⁸ Vgl. destatis 2023

³⁵⁹ Vgl. destatis 2023

Die Geschäftsschilder wurden fotografiert und anschließend nach verschiedenen Kategorien wie Wortzahl, Sprachenwahl, Wortarten, Wortbildung, Wortschatzbereich und Branchen klassifiziert. Die Branchen sind dabei vergleichbar mit der Haushaltsstatistik, da dort auch Wohnen (bei mir: Einrichtung / Haushaltwaren), Nahrungsmittel (Lebensmittel), Bekleidung (Mode), Schuhe, Freizeit / Unterhaltung (Freizeit / Hobby / Sport) und Sonstiges kategorisiert sind. Alle gleich großen bzw. auffälligen Schilder wurden berücksichtigt, auch wenn es an bestimmten Orten Häufungen gab, wie mehrere polnische Geschäfte in einer Straße im englischen Hereford. Um nicht Gefahr zu laufen, Ergebnisse einseitig zu interpretieren, wurden vorab keine Thesen aufgestellt. Stattdessen wurden die einzelnen Treffer erfasst, beispielsweise die Sprachen mit Hilfe von etymologischen Wörterbüchern zugeordnet oder Wortarten im Zweifelsfall nach dem Duden zugeordnet. Die so erhobenen Zahlen wurden dann verglichen.

Grundsätzlich werden nur die Geschäftsnamen untersucht, die Untertitel bleiben unberücksichtigt. Da sie jedoch Aufschluss über die Geschäfte geben und oft im Geschäftsnamen enthaltene Akronyme oder Abkürzungen erklären, sind sie bei den Beispielen zu jedem Ort mit angegeben.

Bei der Ermittlung der Wortzahl werden – im Gegensatz zu Zahlen – Sonderzeichen wie &, +, -, * o. ä. und Satzzeichen nicht mitgezählt, z. B. zählt *Jack & Jones* (Ingolstadt) als zwei Wörter.

Als Sprachen wurden Deutsch, Englisch, Französisch, Griechisch (Alt- und Neugriechisch), Italienisch, Latein, Spanisch und Türkisch erfasst, alle übrigen Sprachen als Sonstige zusammengefasst, wobei, soweit möglich, die genauen Sprachen angegeben werden. Dafür kommen mitunter Sammelbezeichnungen wie asiatische oder slawische Sprache vor, wenn die genaue Zuordnung unklar war. Für nicht erkennbare Sprachen wird ‚nicht zuzuordnen‘ angegeben. Die Aussprache wird in der Regel außer Acht gelassen; nur bei Wortspielen gibt es hierzu mitunter Erläuterungen.

Hinsichtlich der Zuordnung zu den Sprachen wurde das Jahr 1800 als Grenze festgesetzt, ab dem ein Lehnwort der Gebersprache zugeordnet wird. Im Umkehrschluss heißt das, dass alle Wörter, die davor ins Deutsche aufgenommen wurden, als deutsch kategorisiert werden. Dabei spielt es keine Rolle, inwieweit das jeweilige Wort an das Deutsche assimiliert ist, ob also Schreibung und Aussprache angeglichen wurden oder nicht. So fällt das aus dem Englischen stammende Wort

City trotz der unveränderten Schreibung in Deutschland unter Deutsch, da es seit dem 18. Jh. in Gebrauch ist. In England zählt es selbstverständlich als englisch. Der umgekehrte Fall tritt bei *Café* bzw. *Cafe* auf. Auch wenn die eingedeutschte Schreibung ohne Akzent inzwischen häufig ist, wird das Wort als französisch gewertet, da es erst seit dem 19. Jh. im Deutschen üblich ist³⁶⁰. Sinngemäß gilt dies für die übrigen Sprachen ebenso³⁶¹. In Kapitel 3.12. wurde eine Alternativbewertung erstellt, die die Schilder in Deutschland hinsichtlich der Sprache anders bewertet, wenn es sich um hochfrequente Lexeme handelt. Dies ist der Tatsache geschuldet, dass im Allgemeinen hochfrequente Wörter nicht als ausländisch wahrgenommen werden³⁶².

Um genaue Anteile der jeweiligen Sprachen ermitteln zu können, wurden bei ein- und mehrsprachigen Schildern alle enthaltenen Sprachen gezählt und hieraus Sprachanteile ermittelt. So gibt es bei den 317 Eichstätter Schildern 417 Sprachanteile, da 230 Schilder einsprachig, 76 zweisprachig, 9 dreisprachig und 2 vier-sprachig sind³⁶³. Die errechneten Prozentzahlen beziehen sich auf die Gesamtzahl der Sprachanteile des jeweiligen Ortes. Da alle Zahlen auf zwei Stellen hinter dem Komma gerundet wurden, können Rundungsungenauigkeiten entstehen, so dass die Summe etwas mehr oder etwas weniger als 100 Prozent ergeben kann. Manche Autoren ermitteln, wie viele Schilder die jeweiligen Sprachen enthalten. Bei meinen Vergleichen mit den Studien anderer Autoren in Kapitel 4.4. habe ich dies nach meinem System umgerechnet. Die Sprachkombinationen werden in Kapitel 4.1. genauer betrachtet.

Als Wortarten wurden Adjektive, Adverbien, Artikel, Eigennamen, Frage-wörter, Interjektionen, Konjunktionen, Nomen, Präpositionen, Pronomen, Verben, Zahlen und Zahlwörter aufgeführt. Diese Bezeichnungen verwende ich nach den folgenden Definitionen:

Adjektive sind Wörter, die schwach oder stark dekliniert werden können und zwischen einem bestimmten Artikel und einem Substantiv stehen können³⁶⁴. Adverbien sind nicht flektierbar und können in Verbzweitsätzen an erster Stelle

³⁶⁰ Vgl. Kluge 2011: s.v. *Café*

³⁶¹ Diese Vorgehensweise wurde von Prof. Sauer vorgeschlagen und hat mich überzeugt, da m. E. die Verwurzelung in einer Sprache eine erhebliche Rolle spielt.

³⁶² Im Übrigen gehen manche Autoren so vor, vgl. Mischke 2015: 80

³⁶³ Summiert man diese Zahlen auf, erhält man: $230 + 2 \times 76 + 3 \times 9 + 4 \times 2 = 417$.

³⁶⁴ Vgl. Duden: Die Grammatik 2009: 338

stehen³⁶⁵. Artikel und Pronomen sind Wörter, die nach Kasus, Numerus und Genus flektierbar sind³⁶⁶. Artikel „charakterisieren [...] das zugehörige Substantiv bzw. die zugehörige Nominalphrase“³⁶⁷. Im Gegensatz zu Artikeln können Pronomen die Funktion einer gesamten Nominalphrase übernehmen³⁶⁸.

Eigennamen sind Substantive, die ein bestimmtes Individuum bezeichnen³⁶⁹. Ich limitiere Eigennamen auf die in Geschäftsschildern vorkommenden Namen derjenigen Personen, die mit dem Unternehmen im Zusammenhang stehen, z. B. *DEICHMANN* (Eichstätt). *DEICHMANN* heißt der Firmengründer³⁷⁰. Obwohl Eigennamen nur Referenzcharakter haben, werden sie den Ursprungssprachen zugeordnet, weil gemäß der aktuellen Fassung des Handelsgesetzbuchs die Wahl besteht, ob der Eigenname in die Firma übernommen wird, also Teil des Unternehmensnamens wird – oder eben nicht³⁷¹. Insofern ist die Sprachwahl dem Firmeninhaber freigestellt. Ein Eigenname kann nur aus einem Vornamen, nur aus einem Nachnamen oder aus beidem bestehen. In Weißenburg in Bayern gibt es beispielsweise 69 Schilder mit Eigennamen, davon enthalten 58 einen Nachnamen, 17 einen Vornamen; das heißt, dass auf 6 Schildern beides vorkommt. Nach Wortbildungsmustern werden Eigennamen nicht analysiert, da die Namensinhaber keine Wahlmöglichkeit bezüglich der Form ihres Eigennamens haben, es sei denn, sie formen daraus Clippings, Akronyme oder Abkürzungen. In Kapitel 3.12. bewerte ich die Sprache der Treffer in Deutschland alternativ ohne die Eigennamen.

Fragewörter, wissenschaftlich „Interrogative Artikel und Pronomen“, können Fragesätze, Fragenebensätze, Ausrufesätzen oder Ausrufenebensätzen einleiten³⁷². Interjektionen sind Wörter, die dem spontanen Gefühlsausdruck dienen oder Bewertungen ausdrücken³⁷³. Konjunktionen „verbinden Sätze, Satzglieder und Gliedteile, ohne selbst den Status eines Satzglieds einzunehmen“³⁷⁴.

Die Bezeichnung Nomen verwende ich für Substantive, also Wörter mit festem Genus, die nach Numerus und Kasus deklinierbar sind³⁷⁵. Präpositionen sind

³⁶⁵ Vgl. Duden: Die Grammatik 2009: 569

³⁶⁶ Vgl. Duden: Die Grammatik 2009: 249

³⁶⁷ Duden: Die Grammatik 2009: 252

³⁶⁸ Vgl. Duden: Die Grammatik 2009: 252

³⁶⁹ Vgl. Duden: Die Grammatik 2009: 148

³⁷⁰ Vgl. Deichmann 2023: Geschichte; zu anderen Personennamen siehe die Erläuterungen zu den Wortschatzbereichen in diesem Kapitel.

³⁷¹ Siehe Kapitel 2.5.

³⁷² Vgl. Duden: Die Grammatik 2009: 304

³⁷³ Vgl. Duden: Die Grammatik 2009: 597

³⁷⁴ Duden: Die Grammatik 2009: 619

³⁷⁵ Vgl. Duden: Die Grammatik 2009: 145

Wörter, die „zwei Größen zueinander in Bezug [...] setzen. Das Verhältnis kann dabei lokal, temporal, kausal, modal oder neutral sein“³⁷⁶. Bei Präpositionen werden Zusammenfügungen aus Präposition + Artikel, z. B. *zum*, *beim*, nur als Präpositionen gezählt. Verben sind konjugierbare Wörter; sie verändern also ihre Form je nach Person, Numerus, Tempus und Modus³⁷⁷.

Zahlen können laut Duden als Wort oder als Ziffer bzw. Ziffernfolge geschrieben werden³⁷⁸. Um Eindeutigkeit zu erreichen, verwende ich für als Wörter geschriebene Zahlen die Bezeichnung Zahlwörter³⁷⁹. Unter Zahl verstehe ich in dieser Arbeit eine für eine Mengenbezeichnung stehende Ziffer oder Ziffernfolge. Solche Zahlen sind ebenfalls charakteristische Elemente von Geschäftsschildern, auch wenn sie eigentlich keine Wortart darstellen.

Bei Wortbildungsarten wurde eine Auswahl getroffen³⁸⁰. Für Akronyme gilt die Definition: „wortförmige Verbindung von Wortanfängen“³⁸¹. Das bedeutet, dass auch mehrere Buchstaben eines Wortanfangs in das Akronym übernommen werden können. Initialwörter sind Akronyme, „bei denen die Buchstaben verbunden gesprochen werden“³⁸². Unter Abkürzungen werden gängige wie *Dr.* für ‚Doktor‘³⁸³ oder abgekürzte Vornamen wie bei *C.A. Stoelzl* (Eichstätt) für ‚Carl August‘ verstanden. Die Begriffe Blend bzw. Blending werden nach folgender Definition verwendet: „Blending combines non-morphemic parts of words“³⁸⁴. „Normally the beginning of the first word and the ending of the second word are combined“³⁸⁵. Nichtsdestoweniger bleibt die Grenze zwischen Blend und Akronym bei Neubildungen aus zwei Teilen fließend. Sind mehr als zwei Teile involviert, muss ein Akronym angesetzt werden, z. B. bei *Debeka* ‚Deutsche Beamten-krankenkasse‘³⁸⁶. Wird vom zweiten Bestandteil der hintere Teil verwendet, handelt es sich um ein Blend, z. B. bei *STRENE SSE* aus ‚Strehle + jeunesse‘³⁸⁷. Bei

³⁷⁶ Duden: Die Grammatik 2009: 600

³⁷⁷ Vgl. Duden: Die Grammatik 2009: 389

³⁷⁸ Vgl. Duden online: s.v. *Zahl*, *Ziffer*

³⁷⁹ Vgl. Duden online: s.v. *Zahlwort*

³⁸⁰ Die Auswahl wurde mit Prof. Sauer abgestimmt.

³⁸¹ Bergmann et al. 2010: 99

³⁸² Herbst et al. 1998: 82

³⁸³ Duden 2006: 29-31

³⁸⁴ Sauer / Majewski 2020: 82

³⁸⁵ Sauer / Majewski 2020: 82

³⁸⁶ Vgl. Debeka 2021

³⁸⁷ Vgl. Visser 2010 und Ko0 2009: 561

je einem (oder mehreren) Anfangsbuchstaben von zwei Wörtern sind beide Zuordnungen möglich, z. B. bei *ALDI* für ‚Albrecht Diskont‘³⁸⁸.

Die Kategorie ‚Chemische Symbole etc.‘ enthält auch physikalische Einheiten oder andere Symbole wie das Zeichen ♀ für ‚weiblich‘, die als Sonderformen angesehen werden. „Clipping deletes a non-morphemic part of the word“³⁸⁹, was einer weiteren Kategorie entspricht. Diminutive u. ä. sind wegen der Verwendung im Dialekt eine notwendige Kategorie; Superlative und Komparative wurden ebenfalls hier zugeordnet.

Den Hybriden liegt die Definition zugrunde: „a word whose elements are derived from different languages“³⁹⁰, z. B. *EuroShop* (Frankfurt), das aus dem Clipping des deutschen Wortes *Europa* + dem englischen Wort *shop* besteht. Komposita „consist of two (or more) words (or word-stems)“³⁹¹. Im Deutschen treten dabei häufig Fugenelemente auf, z. B. als Fugen-*s* in *Geburtstag*, als Fugen-*n* in *Steppenwolf* oder als Fugen-*o* in *Physiotherapie*³⁹². Die Zusammensetzungen werden daher wie folgt beschrieben: „Geburt+Fugen-s+Tag, Steppe+Fugen-n+Wolf“ oder „Physi+Fugen-o+Therapie“. Komposita werden mit Saussure so angesehen: „Nous appelons composé un syntagme virtuelle caractérisé qui désigne, en la motivant, une idée unique: fr. *pot à eau*, all. *Wassertopf*“³⁹³. Dies bedeutet, dass im Französischen auch Präpositionalkonstruktionen als Komposita gewertet werden, sofern sie eine „inhaltliche Einheit“³⁹⁴ bestimmen.

„In pure reduplication, an element is repeated“³⁹⁵; nach dieser strengen Definition gehe auch ich vor. Als Reduplikation werte ich Ausdrücke wie *tin tin* (Ingolstadt), *Cha Cha Cha Tanzmode* (Paderborn) und *doy doy* (Frankfurt), nicht jedoch Reime wie *BASTA PASTA* (Ingolstadt). Auf Reime wird im Allgemeinen nicht eingegangen; lediglich sind einige bei den Beispielen zu den Orten erwähnt, um das Bild zu vervollständigen.

Alle Arten der Wortbildung auflisten zu wollen, wäre angesichts der Vielzahl der von mir untersuchten Schilder nicht möglich. Deshalb endet die Liste hier.

³⁸⁸ Vgl. Aldi-Nord o.J.

³⁸⁹ Sauer / Majewski 2020: 82

³⁹⁰ *AHD* 2000: s.v. *hybrid*

³⁹¹ Sauer / Majewski 2020: 79

³⁹² Vgl. Bergmann et al. 2010: 105 f.

³⁹³ Bally 1944: 94

³⁹⁴ Rohrer 1977: 23. Rohrer selbst kategorisiert nur asyndetische Komposita, da er es für unmöglich hält, die inhaltliche Einheit zu definieren, siehe ebda.

³⁹⁵ Sauer / Majewski 2020: 81

Logogramme, Wortschöpfungen und Wortspiele gehören nicht zur Kategorie der Wortbildung. Sie sind jedoch wichtige Elemente von Geschäftsschildern. Da sie auch in keine andere Kategorie passen, wurden sie bei der Wortbildung hinzugefügt.

Eine Wortschöpfung liegt vor, „wenn eine Lautfolge erstmals Zeichencharakter erhält, indem ihr ein Inhalt zugewiesen wird“³⁹⁶, ohne dass existierende sprachliche Einheiten (Morpheme) verwendet werden³⁹⁷. Ein Wortspiel ist ein „Spiel mit Worten, dessen witziger Effekt besonders auf der Doppeldeutigkeit des gebrauchten Wortes oder auf der gleichen bzw. ähnlichen Lautung zweier aufeinander bezogener Wörter verschiedener Bedeutung beruht“³⁹⁸. Daran orientiere ich mich für meine Zuordnungen. *Feet first...* (Hereford) ist ein Beispiel, da man diesen Ausdruck gewöhnlich bei Verstorbenen verwendet, hier jedoch eine Fußpflege ihre Dienste anbietet.

Ein Logogramm oder Logo ist eigentlich kein Wort, sondern ein Bild, „a written symbol representing an entire spoken word without expressing its pronunciation“³⁹⁹. Ein Beispiel ist der stilisierte Apfel als Firmenzeichen der Computerfirma *Apple*.

Bei Akronymen, Blends und Clippings⁴⁰⁰ wurden bei der Sprachzuordnung die Ursprungswörter zugrunde gelegt, aus denen sie bestehen, soweit sich diese ermitteln ließen. Nachfragen zu diesem oder anderen Punkten bei Firmen blieben meist unbeantwortet, weshalb die Kategorie *nicht zuzuordnen* notwendig wurde. Schilder, die nur eine dieser drei Kurzformen enthalten, wurden keiner Wortart zugeordnet. Hier kennt der Leser üblicherweise die Bedeutung nicht, z. B. bei den Akronymen *SSG* (Solnhofen) für ‚Solnhofen Stone Group‘, *EDEKA* für ‚Einkaufsgenossenschaft der Kolonialwarenhändler‘ oder *REWE* für ‚Revisionsverband der Westkauf-Genossenschaften‘⁴⁰¹.

³⁹⁶ Duden: Die Grammatik: 638

³⁹⁷ Vgl. Duden: Die Grammatik: 638

³⁹⁸ Duden online o.J.: s.v. *Wortspiel*

³⁹⁹ *AHD 2000*: s.v. *logogram*

⁴⁰⁰ Die englischen Bezeichnungen Clippings und Blends kommen hier zum Einsatz, da die deutschen Termini Kürzung / Kurzform und Wortmischung nicht eindeutig erscheinen, vgl. Herbst et al. 1991: 82.

⁴⁰¹ Vgl. *SSG-Solnhofen* o.J.; Wikipedia: s.v. *Edeka* und *REWE*: Geschichte 1927. Nebenbei bemerkt gibt es hier die Schwierigkeit, dass auf den Homepages der Firmen oft nichts zu ihrer Geschichte steht und auch Akronyme nicht erklärt sind, was dazu führt, dass man in solchen Fällen auf Wikipedia zurückgreifen muss. Aus dem gleichen Grund wurden auch Blends keiner Wortart eingegliedert, z. B. *NORMA* ‚Noricum Markt‘ ‚Nürnberger Markt‘, vgl. Wikipedia: s.v. *NORMA*

Die Wortschatzgruppen enthalten die Kategorien Allgemeinwortschatz, Eigennamen, Ortsbezeichnungen und Sonstiges. Üblicherweise werden (Eigen-) Namen in Personennamen, Ortsnamen und Sachnamen (z. B. Name eines Schiffes wie *Pamir*) unterteilt⁴⁰². Da im vorliegenden Kontext Ortsbezeichnungen eine andere Kategorie darstellen, werden nur Personennamen (von Personen, die mit dem Geschäft im Zusammenhang stehen, s. o.) als Eigennamen gelistet. Andere Personennamen werden als *Sonstiges* (Sonderwortschatz) erfasst und dabei den folgenden vier Kategorien zugeordnet: Name aus der Geschichte, z. B. *Solimán's Bar* (Salzburg), Name aus der Literatur, z. B. *STARBUCKS COFFEE* (Stuttgart), Name aus der Religion, z. B. *Johannes-Drogerie* (Rennertshofen), und Name aus der Mythologie, z. B. *Apollo* (Paderborn). Unter *Sonstiges* fallen außer solchen Namen Begriffe aus den erwähnten Bereichen sowie Fachwortschatz. Alle Bezüge zu Ländern oder Orten wurden als Ortsbezeichnungen gewertet, auch wenn es sich um die Menschen dort dreht, z. B. *THE TURKS HEAD* in Exeter. Wegen des rein referenziellen Charakters erfolgt bei Ortsbezeichnungen keine Wortartzuordnung.

Die Zahlen der Wörter auf den Geschäftsschildern sind als Durchschnittswerte angegeben. Zu den vier Kategorien Sprachen, Wortarten, Wortbildung, und Wortschatzbereiche sind zu jedem Ort die Prozentangaben in Diagrammen enthalten. In den Gegenüberstellungen beim Vergleich der kleinen Ortschaften, Klein-, Mittel- und Großstädte werden die Unterschiede analysiert.

Die Auswahl der Beispiele (Buchstabe a bis z bei jedem Ort) erfolgte zunächst danach, welche Arten von Schildern besonders häufig im jeweiligen Ort vorkommen, z. B. in Neuburg an der Donau Schilder mit Eigennamen. Davon wurden einige ausgewählt zum Zweck der Illustration. Nach diesem Prinzip der häufigen Muster werden die vier Bereiche Sprachen, Wortarten, Wortbildung und Wortschatzbereich abgedeckt. Des Weiteren wurden für jeden Ort Beispiele für die jeweiligen Ortsbezeichnungen ausgewählt. Da die Orte nach den Einwohnerzahlen gestaffelt bearbeitet werden, wird die Bandbreite der einzelnen Kategorien sukzessive größer. So treten z. B. in Miltenberg Hybride bei den Wortbildungsarten erstmals in Erscheinung. Solche neuauftretenden Formen gliederte ich in die

⁴⁰² Vgl. Bergmann et al. 2010: 359

Beispiele ein. Ansonsten suchte ich nach Schildern, die im Hinblick auf die untersuchten Kriterien besonders auffielen, z. B. Funde mit Dialekt⁴⁰³.

Bei den Beispielschildern wird jeweils diese Reihenfolge eingehalten: Wörterzahl; Sprachen; Wortarten; Wortbildung; Wortschatzbereiche; Branche; Erläuterungen. Wenn in einer Kategorie keine Zuordnungen vorgenommen werden konnten, wird dies mit einem Strich (-) gekennzeichnet, um die Reihenfolge stets einzuhalten, z. B. „Gebhard: Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Gebhard*); -; Eigenname, Nachname (*Gebhard*); Handwerk / Industrie“. Hier steht der Strich für die fehlende Kategorie Wortbildung, da Eigennamen diesbezüglich nicht analysiert werden. Die Einzelkategorien sind mit einem Strichpunkt voneinander abgetrennt. *Eigenname* ist im obigen Beispiel zweimal gelistet; das erste Mal ist es Wortart, beim zweiten Mal Wortschatzbereich. Groß- und Kleinschreibung werden bei den Beispielen gemäß dem Original wiedergegeben. In manchen Fällen werden mehrere Schilder mit ähnlichen Phänomenen unter einem Gliederungsbuchstaben zusammengefasst, um mehr Beispiele für bestimmte Geschäftsnamensbildungsmuster aufführen zu können und diese damit klarer herauszuarbeiten.

Bei den Kategorien Wortarten, Besonderheiten der Wortbildung und Wortschatzbereiche berechnete ich den Anteil der Schilder, die diese enthalten. Hier wäre keine andere Vorgehensweise möglich gewesen, da z. B. manche Schilder keinem Wortschatzbereich zugeordnet werden konnten. Um diese Vorgehensweise konsequent einzuhalten, ist eine Wortart bei einem Eintrag jeweils nur einmal erwähnt, auch wenn sie mehrfach enthalten ist. So gibt es bei *Theater-Gasthaus Alte Schule* in Solnhofen zwei Nomen, nämlich *Theater* und *Gasthaus*; *Alte Schule* ist eine Ortsbezeichnung. Die einfache Zuordnung ist so zu verstehen, dass der Eintrag (mindestens ein) Nomen enthält. Umgekehrt werden bei den Prozentauswertungen nur Pluralformen verwendet, auch wenn es sich nur um ein Element handelt, da die Prozentangabe dies erzwingt. Das eine Adverb in Solnhofen ergibt beispielsweise einen Prozentsatz von 3,33 % Adverbien.

Fast alle Angaben erfolgen in Prozent. In Tabellen sind mitunter die höchsten Werte fett geschrieben. Als Durchschnittswert ist lediglich die Wortzahl angegeben. Für Länderdurchschnitte wurden die Prozentzahlen der Orte aufsummiert und durch die entsprechende Anzahl geteilt, also ein Mittelwert errechnet.

⁴⁰³ Bei der Vielzahl der analysierten Schilder ist eine objektiv nachvollziehbare Auswahl der Schilder oder eine Listung aller Schilder nicht zu leisten.

Alle Geschäftsschilder wurden einer Branche zugeordnet. Dafür musste eine sinnvolle Kategorisierung gefunden werden. Die Einteilung der Branchen nach *destatis* (2008), dem Internetauftritt des Statistischen Bundesamtes in Deutschland, enthält Kategorien wie Land- und Forstwirtschaft, Handel, Verarbeitendes Gewerbe und Kunst / Unterhaltung / Erholung. Der Großteil meiner erhobenen Schilder fällt hierbei unter ‚Handel‘. Dieser Punkt hat viele Unterpunkte, die für meine Zwecke zu fein gegliedert sind⁴⁰⁴. Eine brauchbarere Einteilung liefert die Seite *handelsdaten.de* (2022), die unter anderem die folgenden Branchen unterscheidet: Apotheken, Augenoptiker, Bäckereien, Bau- & Heimwerkermärkte, Schreibwaren, Buchhandel, Drogerien, Elektrofachhandel, Gastronomie, Kaufhäuser, Kfz-Handel, Lebensmittelhandel, Mode & Accessoires, Schmuck- & Uhrenfachhandel, Schuheinzelhandel, Sport- & Freizeitartikelhandel, Tankstellen, Textilien & Bekleidung, Wohnaccessoires & Geschenke⁴⁰⁵. Die Liste gibt die meisten Kategorien wieder, die ich übernehme. Somit entstehen diese Branchen: Autos, Banken, Bildung, Brennstoffe / Energie- und Wasserversorgung / Tankstellen etc., Bücher, DIY („Do it yourself“), Drogerien, Einrichtung / Haushaltswaren, Elektronik, Freizeit / Hobby / Sport, Friseur / Kosmetik, Gastronomie, Gesundheit, Handwerk / Industrie, Hotellerie, Immobilienmakler / Architekten / Ingenieure, Kaufhäuser, Kunstgegenstände / Bilder / Briefmarken / Münzen etc., Lebensmittel, Mode / Accessoires, Optik / Hörakustik, Rechts- und Steuerberatung, Religion, Schmuck, Schreibwaren, Schuhe / Lederwaren, Sonstiges, Tabak / Glücksspiel / Zeitungen und Versicherungen⁴⁰⁶.

In manchen Fällen kamen mehrere Branchenzuordnungen in Frage, z. B. bei einem Bäckerei-Café ‚Lebensmittel‘ oder ‚Gastronomie‘. Hierbei ordnete ich nach der vermuteten Haupteinnahmequelle zu. Gibt es beispielsweise nur drei kleine Tische und viel Laufkundschaft, wurde das Geschäft den Lebensmitteln zugeschlagen; kehrt sich das Verhältnis um, kam die Gastronomie zum Zug. Doppelzuordnungen gibt es nicht, da dadurch eine genaue Zählung erschwert worden wäre. Um herauszufinden, welche Branchen bestimmte Sprachen, Wortarten, Wortbildungsarten und Wortschatzbereiche bevorzugen, erstelle ich eine Branchenanalyse.

⁴⁰⁴ Vgl. *destatis* 2008

⁴⁰⁵ Vgl. *Handelsdaten* 2022

⁴⁰⁶ Erläuterungen zu den Branchen siehe Kapitel 4.2.1.

Einige Punkte wurden gesondert untersucht. So beinhalten die Besonderheiten der Schreibung verwendete Schriftarten, mitunter vorkommende Satzzeichen oder Akzente, Farbunterschiede, Dialekt oder ungewöhnliche Schreibungen.

Bei den Vergleichen mit anderen Autoren wurden Berechnungen angestellt, die eine Nebeneinanderstellung ermöglichen.

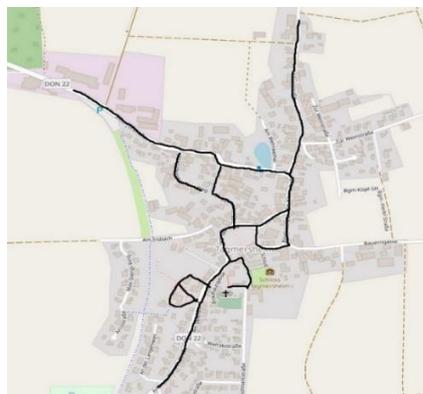
3. Die Erhebungen zu den Geschäftsschildern

3.1. Die kleinen Ortschaften

3.1.1. Tagmersheim

Die Gemeinde Tagmersheim, zu der die Orte Tagmersheim und Blossenau gehören, liegt im bayerischen Regierungsbezirk Schwaben im Landkreis Donau / Ries unweit der B 2 zwischen Nürnberg und Augsburg auf einer Höhe von 508 m ü. NHN im *Naturpark Altmühltal* in der *Südlichen Frankenalb*, einem Mittelgebirge⁴⁰⁷. Vermutlich geht der Ortsname auf das fränkische Sippenoberhaupt *Dagomar* zurück, der um 700 n. Chr. den Ort gegründet haben soll. *Tagmersheim* verfügt über ein im 17. Jh. errichtetes Schloss⁴⁰⁸.

2021 hatte die Gemeinde 1.108 Einwohner, 805 in Tagmersheim und 303 in Blossenau. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 11,17 %⁴⁰⁹.

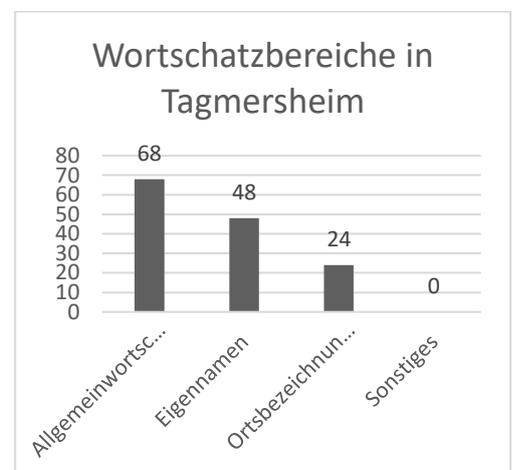
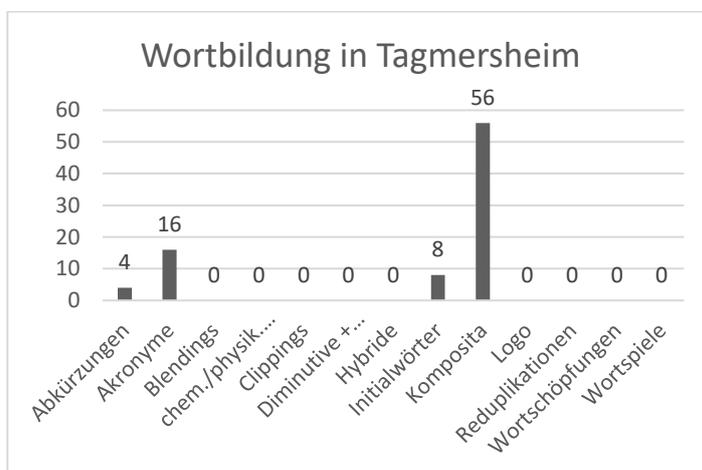
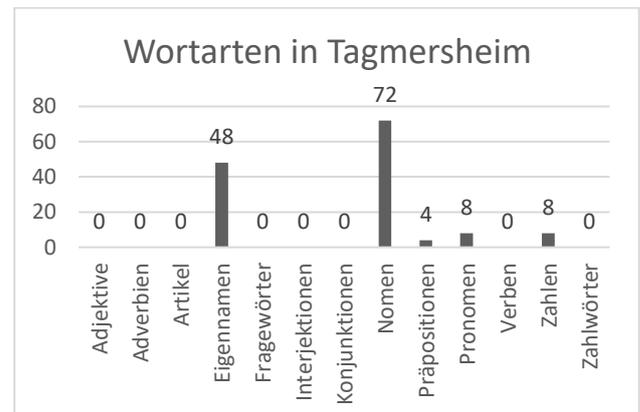
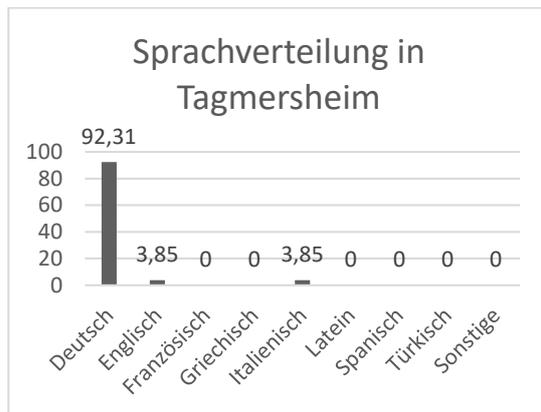


⁴⁰⁷ Vgl. openstreetmap o.J.

⁴⁰⁸ Vgl. Gemeinde Tagmersheim 2021; Landkreis Donau-Ries 1991: 204-205; Pfister 2008: 136-138; Schloss Tagmersheim o.J., BayernAtlas 2021

⁴⁰⁹ Vgl. Gemeinde Tagmersheim 2021; UrbiStat 2023

In Tagmersheim wurden 25 Schilder mit 26 Sprachanteilen⁴¹⁰ und durchschnittlich 1,92 Wörtern gefunden.



Die 25 Tagmersheimer Schildaufschriften lauten⁴¹¹:

- GartenLust, Untertitel: Schloss TAGMERSHEIM
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Gartenlust*); Kompositum aus ‚Garten + Lust‘; Allgemeinwortschatz; Freizeit / Hobby / Sport
Die Erwähnung des Schlosses bringt einen Bezug zur Ortsgeschichte.
- Reifen-Kfz-Service Richter
4 Wörter⁴¹², zweisprachig deutsch + englisch; Nomen (*Reifen, Service*), Eigenname (*Richter*); Kompositum aus *Reifen+Kfz+Service*, Abkürzung: (*Kfz* für ‚Kraftfahrzeug‘); Eigenname, Nachname (*Richter*); Autos
Das Wort *Service* für ‚Kundendienst‘ wurde im 20. Jh. aus dem Englischen entlehnt (vgl. Mackensen 1966: s.v. *Service*).
- Biene’s Getränk Laden
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Biene*), Nomen; Kompositum aus *Getränke+Laden*; Eigenname, Vorname (*Biene*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Biene ist eine Koseform von ‚Sabine‘. Diese ist so weit verbreitet, dass man dies nicht mehr als Wortspiel einordnen kann.⁴¹³

⁴¹⁰ Zur Methodik siehe Kapitel 2.7.

⁴¹¹ Reihenfolge der Erläuterungen siehe Kapitel 2.7.; Die Auswertung hinsichtlich anderer Kriterien erfolgt in Kapitel 3.1.5.

⁴¹² Abkürzungen und Akronyme in Geschäftsnamen werden auch als Wörter gewertet.

⁴¹³ Zu Apostroph-s siehe Kapitel 4.3.

- d) GRUNDSCHULE TAGMERSHEIM
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Grundschule*); Kompositum aus *Grund+Schule*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Tagmersheim*); Bildung
- e) FEUERWEHR Tagmersheim
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Feuerwehr*); Kompositum aus *Feuer+wehr*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Tagmersheim*); Sonstiges
- f) Gemeinde Tagmersheim
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Gemeinde*); -⁴¹⁴; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Tagmersheim*); Sonstiges
- g) Unser Dorfladen Tagmersheim
3 Wörter, einsprachig deutsch; Possessivpronomen (*unser*), Nomen (*Dorfladen*); Kompositum aus *Dorf+Laden*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Tagmersheim*); Lebensmittel
- h) LUMARA's Zuckerzauberstube
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen; Akronym (*LUMARA*), Initialwort, Kompositum aus *Zucker+Zauber+Stube*; Allgemeinwortschatz; Bildung
Die Bedeutung von *LUMARA* ließ sich nicht klären⁴¹⁵. Die Zuordnung zu ‚Bildung‘ erfolgte wegen der dort stattfindenden Backkurse.
- i) Arzt
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Arzt*); -; Allgemeinwortschatz; Gesundheit
In einem kleinen Ort wie Tagmersheim genügt es offensichtlich, *Arzt* auszuschildern. Es handelt sich hierbei um die Praxis von Dr. med. Wolfgang Kropp.
- j) GEMEINDEHAUS Tagmersheim
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen; Kompositum aus *Gemeinde+Haus*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Tagmersheim*); Religion
- k) Fensterbau nuber
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen, Eigenname (*nuber* mit Minuskel); Kompositum aus *Fenster+Bau*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*nuber*); Handwerk / Industrie
- l) Raiffeisen-Volksbank
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Raiffeisen*), Nomen (*Bank*); Kompositum aus *Raiffeisen+Bank*; *Volk+Fugen-s+Bank*; Eigenname, Nachname (*Raiffeisen*), Allgemeinwortschatz; Bank (zu *Raiffeisen* siehe auch 4.2.1.).
- m) DA NOI, Untertitel: RISTORANTE PIZZERIA
2 Wörter, einsprachig italienisch; Präposition (*da*), Personalpronomen (*noi*); -; (Allgemeinwortschatz, aber nicht in Deutschland); Gastronomie
Da noi ‚Bei uns‘
- n) STAHLBAU MAYR
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Stahlbau*), Eigenname (*Mayr*); Kompositum aus *Stahl+Bau*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Mayr*); Handwerk / Industrie
- o) SoMit BÜRGERBUS
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen; Blend (*Soziales Miteinander*, s. u.), Kompositum aus *Bürger+Bus*; Allgemeinwortschatz; Sonstiges
Der Träger ist der *Verein für Soziales Miteinander*⁴¹⁶.
- p) BERINGER GMBH, Untertitel: Stahl- und Behälterbau
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Beringer*); Akronym (*GmbH*); Eigenname, Nachname (*Beringer*); Handwerk / Industrie
- q) SALAMANDER
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Salamander*); -; Allgemeinwortschatz; Schuhe

⁴¹⁴ Der Gedankenstrich bedeutet, dass keine Wortbildungsart zugeordnet wurde, vgl. Kapitel 2.7.

⁴¹⁵ Möglicherweise kürzt *LUMA* Lutz Emma ab, eine der Geschäftsführerinnen, vgl. Lumara o.J.

⁴¹⁶ Vgl. Monheim 2021: Bürgerbus

Der Feuersalamander als Firmensymbol wurde von Firmengründer Rudolf Moos gewählt, weil das Wort Salamander in „jeder Sprache gut“ klingt⁴¹⁷.

- r) TAGMERSHEIM 2019
2 Wörter, einsprachig deutsch; Zahl (Jahreszahl 2019); -; Ortsbezeichnung (*Tagmersheim*); Maibaum, also Handwerk / Industrie
- s) Reifen 1 +, Untertitel: Ihr persönlicher Reifenexperte
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen, Zahl; -; Allgemeinwortschatz; Autos
Mit ‚1 +‘ ist wohl die Schulnote gemeint, die der Reifenhändler sich selbst gibt.
- t) Gebhard, Untertitel: Bau- und Möbelschreinerei
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Gebhard*); -; Eigenname, Nachname (*Gebhard*); Handwerk / Industrie
- u) Lambing GmbH
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Lambing*); Akronym (*GmbH*); Eigenname, Nachname (*Lambing*); Handwerk / Industrie
- v) Wolf, Untertitel: PULLED PORK (Bäckerei und Konditorei mit Imbiss)
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Wolf*); -; Eigenname, Nachname (*Wolf*); Lebensmittel
- w) Folienwerbung SCHLICKER
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Folienwerbung*), Eigenname (*Schlicker*); Kompositum aus *Folie*+*Fugen-n*+*Werbung*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Schlicker*)
- x) RIEDL, Untertitel: INSTALLATION UND HEIZUNGSBAU
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Riedl*); -; Eigenname, Nachname (*Riedl*); Handwerk / Industrie
- y) Sägewerk Seifert GmbH
3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Sägewerk*), Eigenname (*Seifert*); Akronym (*GmbH*), Kompositum aus *Säge*+*Werk*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Seifert*); Handwerk / Industrie

3.1.2. Rennertshofen

Der Markt Rennertshofen liegt auf 394 m ü. NHN am Südrand der Fränkischen Alb nördlich der Donau zwischen Ingolstadt und Neuburg. Er gehört zum Landkreis Neuburg-Schrobenhausen im Regierungsbezirk Oberbayern. Rennertshofen hat 28 Gemeindeteile⁴¹⁸. Der Ortsname wird auf den althochdeutschen Namen *Reginhart* zurückgeführt, dessen heutige Form *Reinhart* ist, was „der im Rat fest ist“ bedeutet. Rennertshofen ist also ‚Hof des Reginhart‘ oder ‚Höfe des Reginhart‘, da es sich bei diesem Mann wohl um ein Sippenoberhaupt handelte⁴¹⁹.

Per 31.06.2021 hatten 5.105 Personen in der Gemeinde ihren Wohnsitz, 1.839 davon in Rennertshofen selbst. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 10,97 %⁴²⁰.

⁴¹⁷ Kammler / Iwersen 2007: 2

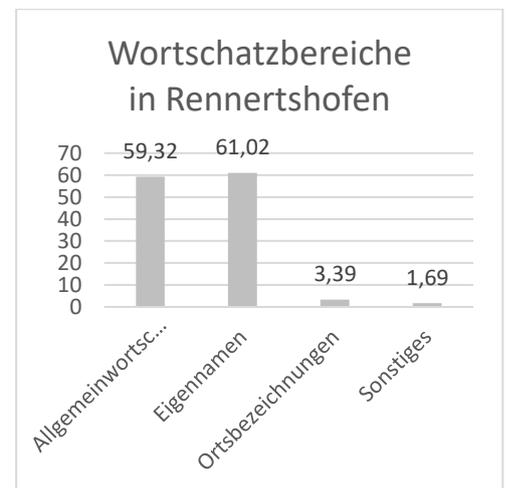
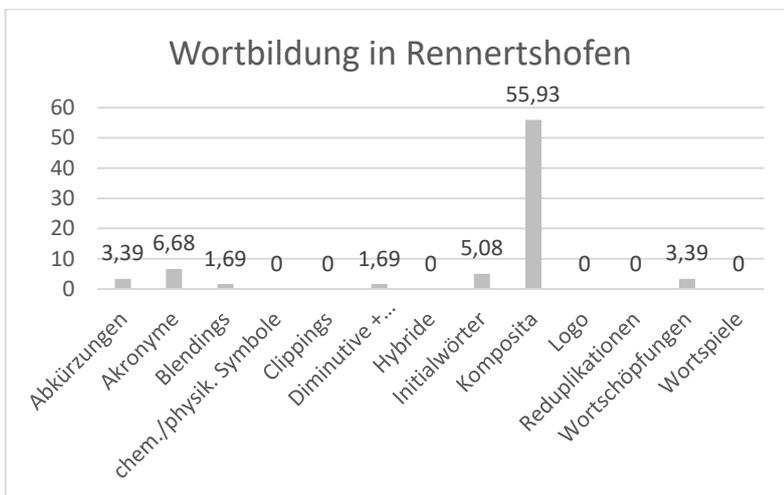
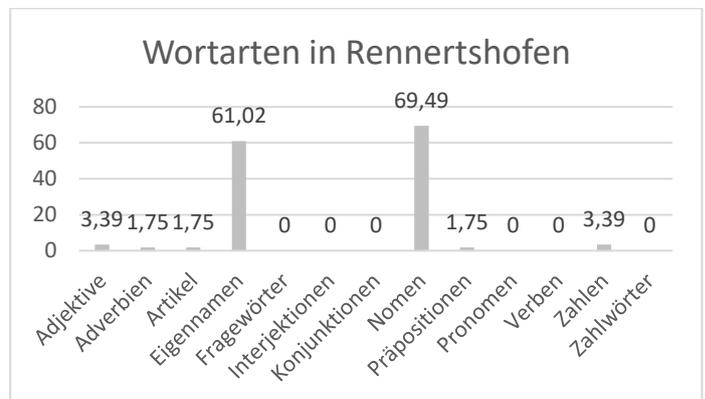
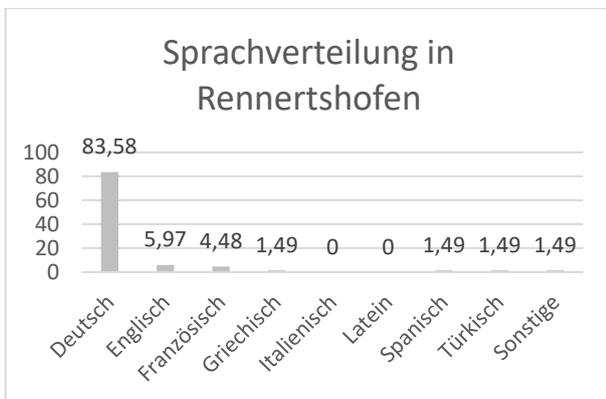
⁴¹⁸ Vgl. openstreetmap o.J.; Markt Rennertshofen 2021; BayernAtlas 2021; Gebert 2012: 1, 21f.

⁴¹⁹ Vgl. Markt Rennertshofen 2021; Kluge 2011: s.v. *Reineke*, Gebert 2012: 1

⁴²⁰ Vgl. Markt Rennertshofen 2021, LfStat Markt Rennertshofen 2019; UrbiStat 2023



Die 59 Schilder mit 67 Sprachanteilen haben durchschnittlich ebenfalls 1,92 Wörter.



Rennertshofer Firmen sehen beispielsweise wie folgt aus:

a) BayWa

Ein Wort, einsprachig deutsch, -; Akronym und Initialwort (*BayWa*, s. u.); -; Kaufhaus (Zuordnung wegen der verschiedenartigen Produkte)

BayWa ,Bayerische Warenvermittlung landwirtschaftliche Genossenschaft AG⁴²¹

⁴²¹ Vgl. Hüttl 2007

- b) Netto, Untertitel: Marken-Discount
Ein Wort, einsprachig deutsch; Adverb (*netto*); -, Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
- c) GEORG RITZER BAUELEMENTE
3 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Georg Ritzer*), Nomen (*Bauelemente*); Kompositum aus *Bau+Elemente*; Eigenname, Vorname (*Georg*), Nachname (*Ritzer*), Allgemeinwortschatz; Handwerk / Industrie
- d) Bekleidungshaus Fischer
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Bekleidungshaus*), Eigenname (*Fischer*); Kompositum aus *Bekleidung+Fugen-s+Haus*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Fischer*); Mode
- e) STURM & KRUCK, Untertitel: Automobil-Service
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Sturm, Kruck*); -, Eigenname, Nachname (*Sturm, Kruck*); Autos
- f) HOCHZEITSGALERIE
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Hochzeitsgalerie*); Kompositum aus *Hochzeit+Fugen-s+Galerie*; Allgemeinwortschatz; Mode
- g) Physio-Fit, Untertitel: Therapie & Gesundheit
2 Wörter, zweisprachig griechisch (*physio*) + englisch (*fit*, s. u.); Nomen (Physio-Fit); Blend aus *Physi+Fugen-o+fit*; -, Gesundheit
Physi- kommt von griechisch *φύσις* ‚Natur‘ (vgl. Langenscheidt 1962: s.v. *φύσις*), *fit* wurde erst im 20. Jh. aus dem Englischen entlehnt (vgl. Kluge 2011: s.v. *fit*).
- h) W. Markmiller, Untertitel: Badausstellung
2 Wörter einsprachig deutsch; Eigenname (*W. Markmiller*); Abkürzung (*W.* für ‚Wilhelm‘, vgl. *W. Markmiller o.J.*); Eigenname, Nachname (Markmiller); Handwerk / Industrie
- i) KETTLITZ
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Kettlitz*); -, Eigenname, Nachname (*Kettlitz*); Chemieunternehmen, also Handwerk / Industrie
- j) DTB AUSBAU
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Ausbau*); Akronym (*DTB*, s. u.), Kompositum aus *Aus+Bau*; Allgemeinwortschatz
Das Akronym kürzt ‚Donau-Trocken-Bau‘ ab (vgl. DTB Ausbau o.J.).
- k) HEIZUNGSTECHNIK REBELE
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Heizungstechnik*), Eigenname (*Rebele*); Kompositum aus *Heizung+Fugen-s+Technik*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Rebele*); Handwerk / Industrie
- l) Fahrschule Fleißner
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Fahrschule*), Eigenname (*Fleißner*); Kompositum aus *Fahr+Schule*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Fleißner*); Bildung
- m) Allianz Sylwia Grychtol
3 Wörter, zweisprachig deutsch (*Allianz*) + nicht zuzuordnen (*Sylwia Grychtol*); Nomen (*Allianz*), Eigenname (*Sylwia Grychtol*); -, Allgemeinwortschatz (*Allianz*), Eigenname, Vorname (*Sylwia*), Nachname (*Grychtol*); Versicherung
- n) Frisierstüberl, Untertitel: Hannelore Kusch
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Frisierstüberl*); Kompositum aus *Frisier+Stüberl*; wegen des Dialekts keine Zuordnung zu Allgemeinwortschatz; Friseur
Das Schild zeigt bairischen Dialekt, wobei *Stüberl* so häufig ist, dass es im Duden (2006: s.v. *Stüberl*) aufgeführt ist (Die Bedeutung von *Bairisch* ist unterhalb der Beispiele erklärt).
- o) - Markt-Café -, Untertitel: Heckl's BACK-PARADIES
2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Markt*) + französisch (*Café*); Nomen (*Markt*);

- Kompositum aus *Markt+Café*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Markt*)
Café wurde im 19. Jh. aus dem Französischen entlehnt (vgl. Kluge 2011: s.v. *Café*).
- p) HERRENHOF
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Herrenhof*); Kompositum aus *Herren+Hof*; Allgemeinwortschatz; Hotellerie
- q) BRILLEN KÖNIGSDÖRFER UHREN SCHMUCK
 4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Brillen, Uhren, Schmuck*), Eigenname (*Königsdörfer*); -, Eigenname, Nachname (*Königsdörfer*); Schmuck
- r) Willis Hütt'n, Untertitel: Gaststätte
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Willi*); Nomen (*Hütt'n*); -, Eigenname, Vorname (*Willi*), wegen Dialekt keine Zuordnung zu Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Hütt'n ist wegen der e-Tilgung als bairisch einzustufen (vgl. Zehetner 2013: Lautlehre-Vokale).
- s) ERZIEHEN FÜR DIE ZUKUNFT, Untertitel: Komm und fühl Dich wohl bei uns!, Gemeindecindergarten Rennertshofen
 4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Erziehen, Zukunft*), Präposition (*für*), Artikel (*die*); -, Allgemeinwortschatz; Bildung
- t) KörperTreu, Untertitel: Schneiderei Atelier
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Adjektiv (*körpertreu*); Kompositum aus *Körper+treu*; Allgemeinwortschatz; Handwerk / Industrie
- u) Josef Mayer [sic!], Untertitel: Wagnerei, Bau- u. Möbel-Schreinerei
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Josef Mayer*); -, Eigenname, Vorname (*Josef*), Nachname (*Mayer*); Handwerk / Industrie
- v) haarmoden metzker
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Haarmoden*), Eigenname (*Metzker*); Kompositum aus *Haar+Moden*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Metzker*); Friseur
- w) Johannes-Drogerie, Untertitel: Hermes
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Drogerie*); -, Name aus der Religion (heiliger *Johannes*), Allgemeinwortschatz; Drogerie
- x) SÖNMEZ, Untertitel: DÖNERMANUFAKTUR
 Ein Wort, einsprachig türkisch; Eigenname (*Sönmez*); -, Eigenname, Nachname (*Sönmez*); Gastronomie
- y) Johann Bader, Untertitel: Kfz-Werkstätte, Fahrräder und Zubehör
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Johann Bader*); -, Eigenname, Vorname (*Johann*), Nachname (*Bader*); Autos
- z) Haarscharf, Untertitel: Ihr Friseur
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Adjektiv (*haarscharf*); Kompositum aus *Haar+scharf*; Wortspiel; Friseur
Haarscharf ist ein Wortspiel, weil das Wort in der Umgangssprache für „so nah; so dicht, dass es beinahe zu einer [gefährlichen] Berührung gekommen wäre“ (vgl. Duden online: s.v. *haarscharf*) steht. Der Friseur verwendet das Wort jedoch in einem anderen Sinn, nämlich, dass er *Haar* so behandelt, dass es im Anschluss *scharf* im Sinne von ‚toll‘ aussieht.

Die Bezeichnung *Bairisch* in den Beispielen n) und r) steht für den Dialekt, der nicht nur in Teilen des politischen Gebildes Bayern, sondern auch in Österreich (außer Vorarlberg) und Südtirol gesprochen wird⁴²².

⁴²² Vgl. Schmid 2012: 13f.

3.1.3. Solnhofen

Der gleichnamige Hauptort der Gemeinde Solnhofen, zu der noch die beiden kleinen Dörfer Eßlingen und Hochholz gehören, befindet sich im bayerischen Regierungsbezirk Mittelfranken im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen an der Altmühl, im Dreieck Treuchtlingen – Eichstätt – Monheim. Er liegt auf 408 m ü. NHN im südlichen Teil der *Fränkischen Alb* in der Tourismusregion *Altmühlfranken*⁴²³. Der Ortsname geht auf den angelsächsischen Mönch *Sola* zurück, der hier um 750 eine Einsiedlerzelle gründete. *Solnhofen* wird als ‚bei den Häusern des Sola‘ interpretiert⁴²⁴.

Die Einwohnerzahl betrug am Stichtag 31.03.2021 1.744. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 10,28 %⁴²⁵. Von den 19 Schülern der Solnhofener Grundschule, die ich im Schuljahr 2016/17 unterrichtete, waren 13 deutsche und sechs aus der Türkei stammende. Dies ergibt einen Migrantenanteil von 31,6 % bei den Schülern. Aus diesem Grund wollte ich überprüfen, ob sich Türkisch in den Geschäftsnamen niederschlägt.



Die Steinbrüche, in denen die weltberühmten Plattenkalke abgebaut werden⁴²⁶, befinden sich nicht im Ortskern. Auch Firmen wie die *Solnhofer Portland-Zementwerke GmbH & Co. KG* oder *Genossenschafts-Werke für Solnhofener Platten*, sind nicht im Ortszentrum. Auffällig ist, dass das Adjektiv als Ortsbezeichnung *Solnhofer* oder *Solnhofener* heißen kann.

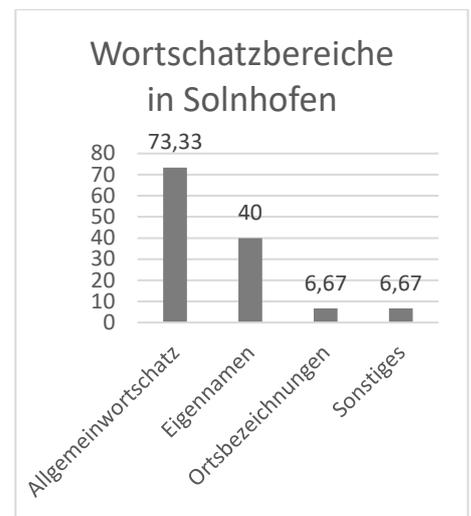
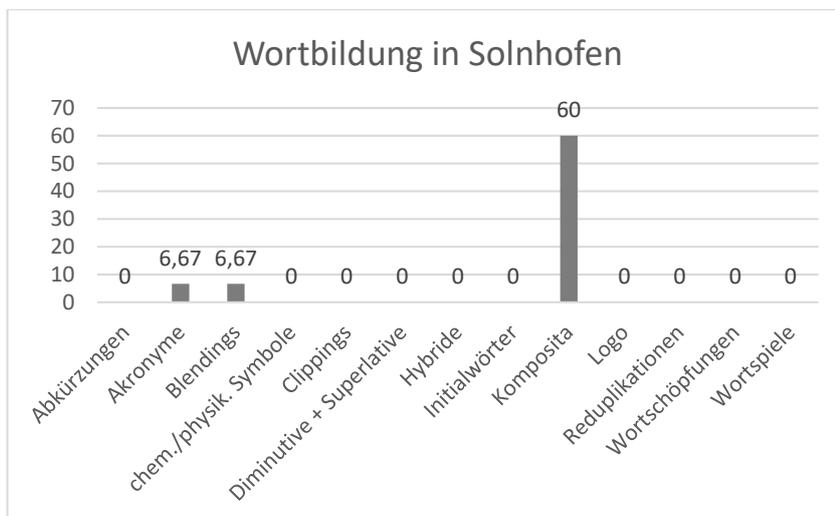
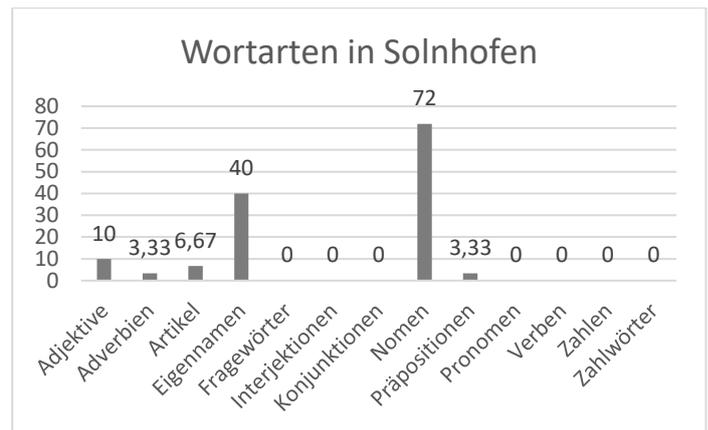
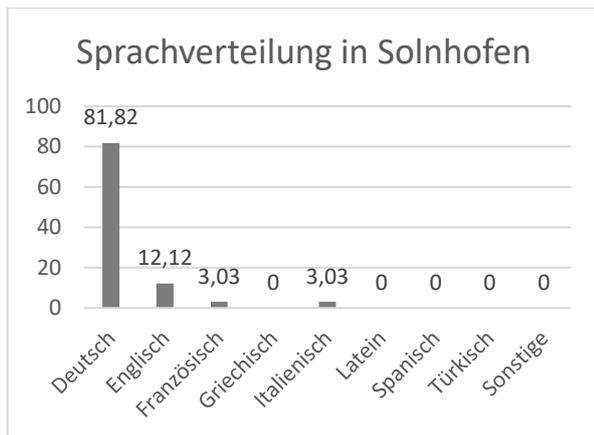
Die 30 Schilder mit 33 Sprachanteilen haben durchschnittlich 1,87 Wörter.

⁴²³ Vgl. openstreetmap o.J.; BayernAtlas 2021

⁴²⁴ Vgl. Straßner 1966: 62; Körner / Schmid 2006b: 504f., 13; Gemeinde Solnhofen 2021

⁴²⁵ Vgl. LfStat Gemeinde Solnhofen 2019: 6; UrbiStat 2023

⁴²⁶ Vgl. Gemeinde Solnhofen 2021



Beispiele Solnhofener Firmenschilder sehen wie folgt aus:

- SSG, Untertitel: Solnhofen Stone Group, Showroom
Ein Wort, zweisprachig deutsch (*S* für ‚Solnhofen‘)+ englisch (*SG* für ‚Stone Group‘; -; Akronym aus *Solnhofen Stone Group* (siehe Untertitel); -; Handwerk / Industrie
- HENLE, Untertitel: Werk II
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Henle*); -; Eigenname, Nachname (*Henle*); Handwerk / Industrie
- FRIEDEL, Untertitel: SOLNHOFENER
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Friedel*); -; Eigenname, Nachname (*Friedel*); Handwerk / Industrie
- Stiegler, Untertitel: Naturstein + Keramik
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Stiegler*); -; Eigenname, Nachname (*Stiegler*); Handwerk / Industrie
- Keramikwerkstatt, Untertitel: Keramik am Hummelberg
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Keramikwerkstatt*); Kompositum aus *Keramik+Werk+Statt*; Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltswaren
- REUTER FAHRSCHULE
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Reuter*), Nomen (*Fahrschule*); Kompositum aus *Fahr(en)+Schule*; Eigenname, Nachname (*Reuter*), Allgemeinwortschatz; Bildung
- Theater-Gasthaus Alte Schule
4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Theater, Gasthaus, Schule*), Adjektiv (*alte*); Kompositum aus *Theater+Gast+Haus*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie

- h) Metzgerei Klich
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Metzgerei*), Eigenname (*Klich*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Klich*); Lebensmittel
- i) Sparkasse
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Sparkasse*); Kompositum aus *Spar(en)+Kasse*; Allgemeinwortschatz; Bank
- j) Freiwillige Feuerwehr Solnhofen
3 Wörter, einsprachig deutsch; Adjektiv (*freiwillige*), Nomen (*Feuerwehr*); Kompositum aus *Feuer+wehr*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Solnhofen*); Sonstiges
- k) Rathaus
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Rathaus*); Kompositum aus *Rat+Haus*; Allgemeinwortschatz; Sonstiges
- l) Touristinfo
Ein Wort, zweisprachig englisch (*Tourist*) + deutsch (*Info*); Nomen; Blend aus *Tourist + Info*; -; Sonstiges
Das Blend besteht hier aus dem Vollwort *Tourist* und dem Clipping von *Information*. *Tourist* wurde im 19. Jh. aus dem Englischen entlehnt. *Information* geht auf *informieren* zurück, das seit dem 14. Jh. im Deutschen nachweisbar ist (vgl. Kluge 2011: s.v. *Tourist, informieren*).
- m) Bürgermeister-Müller-Museum
3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Bürgermeister, Museum*); Kompositum ist der gesamte Eintrag sowie *Bürger+Meister*; Name aus der Geschichte (*Müller* als Bürgermeister von Solnhofen), Allgemeinwortschatz; Bildung
- n) JURA-ZENTRUM, Untertitel: VERSTEINERUNGEN SCHMUCK
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Zentrum*); Kompositum aus *Jura +Zentrum*; Ortsbezeichnung (*Jura*, gemeint ist das Gebirge *Fränkischer Jura*), Allgemeinwortschatz; Schmuck
- o) Lebensmittel Thoma
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Lebensmittel*), Eigenname (*Thoma*); Kompositum aus *Leben+Fugen-s+Mittel*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Thoma*); Lebensmittel
- p) Getränkemarkt Hefele
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Getränkemarkt*), Eigenname (*Hefele*); Kompositum aus *Getränke+Markt*; Allgemeinwortschatz; Eigenname, Nachname (*Hefele*); Lebensmittel
- q) Zum Mühlen Wirt, Untertitel: einfach • gut • essen
3 Wörter, einsprachig deutsch; Präposition (*zum*), Nomen (*Mühlen, Wirt*); Kompositum aus *Mühle+Fugen-n+Wirt*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- r) Die Aktiv Mühle, Untertitel: Kanuzentrum Altmühltal
3 Wörter, einsprachig deutsch; Artikel (*die*), Adverb (*aktiv*), Nomen (*Mühle*); Kompositum aus *aktiv+Mühle*; Allgemeinwortschatz; Freizeit / Hobby / Sport
- s) Sola-Basilika
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Basilika*); Kompositum aus *Sola+Basilika*; Name aus der Religion (heiliger *Sola*), Allgemeinwortschatz
Dieser Eintrag hat einen Bezug zur Geschichte, *Sola* gilt als Ortsgründer (s. o.).
- t) Kloster Laden, Untertitel: Solnhofener Klosterbrot
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Kloster, Laden*); Kompositum aus *Kloster+Laden*; Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Das Kloster existiert nicht mehr (vgl. Körner / Schmidt 2006b: 504f.).
- u) Gasthaus Biergarten (offizielle Bezeichnung: Solnhofener Stüberl, dies steht jedoch nicht auf der Frontseite des Gebäudes)
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Gasthaus, Biergarten*); Kompositum aus *Gast+Haus* und *Bier+Garten*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie

- v) La Rustica, Untertitel: Holzofenpizza und „tutto italiano“
 2 Wörter, einsprachig italienisch; Artikel (*la*), Nomen (*Rustica*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
La Rusitca, ‚Die Rustikale‘, ist eine Ellipse, da hier das Wort *Pizzeria* weggelassen wurde. *Tutto italiano* heißt ‚alles italienisch‘.
- w) LEHNER-BÄCK, Untertitel: Am liebsten jeden Tag ...
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Lehner*), Nomen (*Bäck*); Kompositum aus Lehner+Bäck; Eigenname, Nachname (*Lehner*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Bäck wird als Dialektform gesehen und nicht als Clipping von ‚Bäcker‘.
- x) good fellow, Untertitel: Markenmode für den Reitsport
 2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*good*), Nomen (*fellow*); -; Mode
- y) HAIRADISE
 Ein Wort, einsprachig englisch; -; Blend aus *hair+(par)adise*; -; Friseur
 Eine Einstufung als Wortspiel ist möglich, da ‚paradise‘ anklingt.
- z) Metzgerei Wurm
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Metzgerei*), Eigenname (*Wurm*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Wurm*); Lebensmittel

Überraschenderweise schlug sich am Tag der Erhebung, dem 02.04.2018, der große Anteil an türkischstämmiger Bevölkerung mit keinem einzigen Treffer in dieser Sprache bei den Geschäften nieder. Die Anwesenheit der Türken war trotzdem deutlich spürbar, denn beim *LEHNER-BÄCK* zeigte sich bei diesem sowie einem weiteren Besuch das gleiche Bild: Innen saßen ausschließlich Türkisch sprechende Männer, im Außenbereich die übrigen Kunden, vor allem Touristen⁴²⁷. Eine mögliche Begründung für das Fehlen türkischer Schilder mag sein, dass diese Bevölkerungsgruppe sich nicht unternehmerisch betätigt, sondern meist in den Steinbrüchen arbeitet. Da Solnhofen ein Touristenort ist, will es sich vermutlich einen möglichst internationalen Touch geben. Dafür spricht auch der mit 12,12 % für Dörfer relative hohe Englischanteil auf Geschäftsschildern. Der Ort möchte auch ausländische Gäste ansprechen mit Schildern wie *Touristinfo*, *good fellow* (Mode für den Reitsport), *Hairadise* (Friseur). Auch Handwerk und Industrie streben Internationalität an, wie man bei *SSG Solnhofen Stone Group* sehen kann. Trotz deutscher Inhaber wurde eine englische Firma gewählt. Auffällig sind des Weiteren mehrere Komposita, die ohne Bindestrich als zwei Wörter getrennt stehen wie *Zum Mühlen Wirt*, *Die Aktiv Mühle* und *Kloster Laden*.

⁴²⁷ In der Türkei ist es nicht üblich ist, dass Frauen ins *kahvehane* ‚Kaffeehaus, Café‘ gehen; ein solches ist dort ein ‚Männercafé‘, in das sich ab und zu vielleicht auch Touristinnen setzen. (Information aus dem Türkisch Kurs bei Nuray Emek, WS 2015/16, KU Eichstätt. Die google-Bildersuche zu *kahvehane* am 24.09.2021 bestätigte dies.)

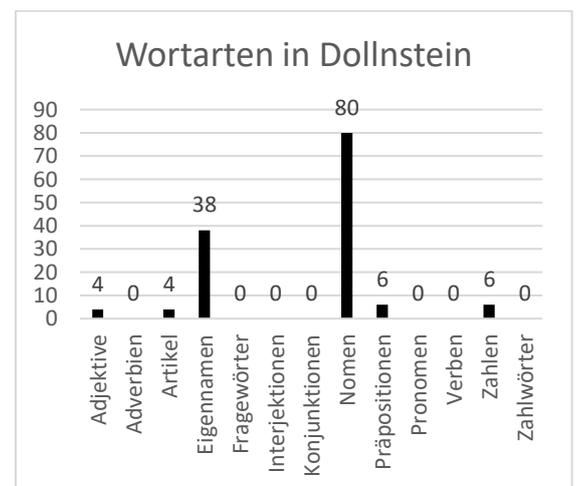
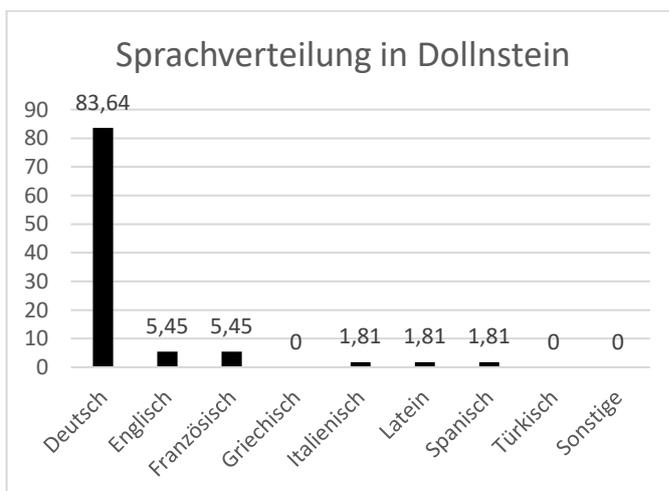
3.1.4. Dollnstein

Der gleichnamige Hauptort der Marktgemeinde Dollnstein liegt auf 402 m ü. NHN im bayerischen Regierungsbezirk Oberbayern im Landkreis Eichstätt an der Altmühl in der *Südlichen Frankenalb*. Dollnstein befindet sich im Städtedreieck Weißenburg i. Bay. – Donauwörth – Ingolstadt⁴²⁸. Der Ort ist als *Tollunstein* 1007 erstmals urkundlich erwähnt. Der Namensbestandteil *-stein* weist darauf hin, dass es damals bereits eine Art Burg gegeben haben muss, deren Herr ein gewisser *Tollu* war. Es existiert nur noch die Vorburg, das heutige Altmühlzentrum⁴²⁹.

Am 31.03.2021 waren 2.865 Einwohner in der Gemeinde gemeldet, in Dollnstein selbst waren es per 30.06.2021 1.760. Zur Gemeinde gehören fünf weitere Dörfer. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 9,39 %⁴³⁰.



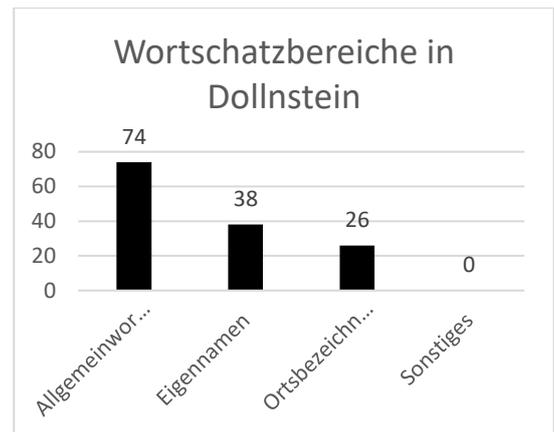
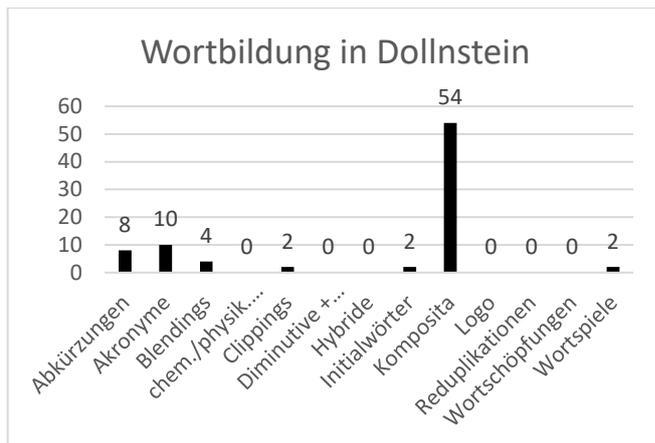
Die 50 Dollnsteiner Schilder mit 55 Sprachanteilen haben durchschnittlich 2,06 Wörter.



⁴²⁸ Vgl. openstreetmap o.J.

⁴²⁹ Vgl. Eder / Eder 2021; Hawlata et al. 1984: 181f., Reith 2017: 46

⁴³⁰ Vgl. LfStat 2019: Dollnstein; telefonische Auskunft Einwohnermeldeamt Gemeinde Dollnstein vom 12.08.2021; UrbiStat 2023



Dollnsteiner Firmenbeispiele sind die folgenden:

a) EIS STATION

2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Eis, Station*); Kompositum aus *Eis+Station*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie

Die Motivation für das Wort *Station* ist vermutlich die Lage an der Bahnstation.

b) EDEKA Riehl

2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Riehl*); Akronym und Initialwort aus ‚Einkaufgenossenschaft der Kolonialwarenhändler‘ (vgl. tz 2021: *Edeka*), Eigenname, Nachname (*Riehl*); Lebensmittel

d) AVIA

Ein Wort, einsprachig französisch; Nomen (*avia*); Clipping aus *aviation* ‚Luftfahrt‘ -; Brennstoffe / Energie- und Wasserversorgung / Tankstellen etc.

Als die Schweizer Firma 1934 gegründet wurde, wählte man die Anlehnung an ‚Luftfahrt‘, denn ‚ça faisait moderne‘ ‚das klang modern‘ (Capital 2014: *Avia*).

e) Fahrrad Paradies Otto Rehm

4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Fahrrad, Paradies*), Eigenname (*Otto Rehm*); Kompositum aus *Fahrrad+Paradies*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Vorname (*Otto*), Nachname (*Rehm*); Freizeit / Hobby / Sport

f) SANITAER WITTMANN

2 Wörter, zweisprachig französisch (*Sanitär*) + deutsch (*Wittmann*); Nomen (*Sanitär*), Eigenname (*Wittmann*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Wittmann*); Handwerk / Industrie

Sanitär wurde im 19. Jh. aus dem Französischen entlehnt (vgl. Kluge 2011: s.v. *sanitär*). Das Wort wird hier nominalisiert verwendet.

g) Metallbau Schott, Untertitel: Wir erledigen alle Metallarbeiten

2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Metallbau*), Eigenname (*Schott*); Kompositum aus *Metall+Bau*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Schott*); Handwerk / Industrie

h) anglerzentrale24.de

3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Anglerzentrale*; Kleinschreibung), Zahl (24); Kompositum aus *Angler+Zentrale*, Abkürzung (*de* für Deutschland); Allgemeinwortschatz; Freizeit / Hobby / Sport

Die 24 steht für eine vermeintliche Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit. Dieses Schild simuliert eine Internetadresse, die es nicht gibt. Das soll wohl einen weltgewandten Eindruck machen.

i) INT PIZZA

2 Wörter, zweisprachig deutsch (*int*) + italienisch (*Pizza*); Adjektiv (*int*), Nomen (*Pizza*); Clipping (*int* aus ‚internationale‘); Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Pizza ist eine italienische Entlehnung des 20. Jh.s (vgl. Kluge 2011: s.v. *Pizza*)

- j) CAMPING DOLLNSTEIN
2 Wörter, zweisprachig englisch (*Camping*) + deutsch (*Dollnstein*); Nomen (*Camping*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Dollnstein*); Hotellerie
Camping nach englisch ‚to camp‘ wird erst seit dem 19. Jh. benutzt (vgl. Kluge 2011: s.v. *Camping*).
- k) Landgasthof Bayerischer Hof
3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Landgasthof*, *Hof*); Kompositum aus *Land+Gast+Hof*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Bayerischer*); Gastronomie
- l) Café Gegg, Untertitel: Bäckerei Konditorei
2 Wörter, zweisprachig französisch (*Café*) + deutsch (*Gegg*); Nomen (*Café*), Eigenname (*Gegg*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Gegg*); Gastronomie
Café wurde im 19. Jh. aus dem Französischen entlehnt (vgl. Kluge 2011: s.v. *Café*).
- m) DOLLNSTEINER MARKTLADEN
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Marktladen*); Kompositum aus *Markt+Laden*, Wortspiel; Ortsbezeichnung (*Dollnsteiner*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Markt hat hier eine dreifache Bedeutung, ‚Markt Dollnstein‘, ‚Marktplatz‘ und ‚Markt‘ im Sinne von ‚Geschäft‘, deshalb ist es ein Wortspiel.
- n) Zur Post
2 Wörter, einsprachig deutsch; Präposition (*zur*), Nomen (*Post*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- o) Gasthof zum Kirchenschmied, Untertitel: gut bürgerliche Küche, schöne Fremdenzimmer, ruhige Terrasse
3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Gasthof*, *Kirchenschmied*), Präposition (*zum*); Kompositum aus *Gast+Hof* und *Kirche+Fuge-n+Schmied*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung; Gastronomie
Mit diesem Geschäftsnamen wird ein historischer Bezug hergestellt⁴³¹.
- p) DjK DOLLNSTEIN
2 Wörter, einsprachig deutsch; -; Akronym aus *Deutsche Jugendkraft* (vgl. DjK o.J.); Ortsbezeichnung (*Dollnstein*); Freizeit / Hobby / Sport
- q) Bgm. Wagner-Grundschule Dollnstein
4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Grundschule*), Eigenname (*Wagner*); Abkürzung (*Bgm.* für ‚Bürgermeister‘) Kompositum ist der Gesamteintrag sowie *Grund+Schule*; Eigenname (*Wagner*), Nachname (*Wagner*), Allgemeinwortschatz; Ortsbezeichnung (*Dollnstein*), Name aus der Geschichte (*Bürgermeister Wagner*); Bildung
- r) Amtsknechtshaus, Untertitel: Denkmalpreis der Hypokulturstiftung 97
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Amtsknechtshaus*); Kompositum aus *Amt+Fugen-s+Knecht+Haus*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (ehemaliges Wohngebäude des Amtsknechts); Sehenswürdigkeit, also Bildung
Dies ist wiederum ein historischer Bezug.
- s) Karl Kraut, Untertitel: Haushaltwaren u. Lebensmittel
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Karl Kraut*); -; Eigenname, Vorname (*Karl*), Nachname (*Kraut*); Lebensmittel
- t) Volksbank Raiffeisenbank Bayern Mitte eG
5 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Volksbank Raiffeisenbank*, *Mitte*), Eigenname (*Raiffeisen*); Kompositum aus *Volk+Fugen-s+Bank* und *Raiffeisen+Bank*, Akronym (*eG* ‚eingetragene Genossenschaft‘); Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname, Ortsbezeichnung (Bayern Mitte); Bank
- u) Schreibwaren – Geschenke A. & E. Wünsch
5 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Schreibwaren*, *Geschenke*), Eigenname

⁴³¹ Zum *Kirchenschmied* gibt den Ort eines ehemaligen Handwerksbetriebes gegenüber der Kirche an.

- (*Wünsch*); Kompositum aus *Schreib(en)+Waren*, Abkürzung (*A., E.*); Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Wünsch*); Schreibwaren
- v) APOTHEKE
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Apotheke*); -; Allgemeinwortschatz; Gesundheit
 Das Wort *Apotheke* ist seit dem 13. Jh. im Deutschen in Verwendung (vgl. Kluge 2011: s.v. *Apotheke*).
- w) Metzgerei
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Metzgerei*); -; Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
 Als einzige Metzgerei am Ort kann es sich der Inhaber leisten, nur seine Branche anzuschreiben, ebenso die obige Apotheke.
- x) AllianzAgentur Bernecker e.K., Untertitel: Versicherung Vorsorge Vermögen
 4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Allianz, Agentur*), Eigenname (*Bernecker*); Kompositum aus *Allianz+Agentur*, Abkürzung (*e.K.* ‚eingetragener Kaufmann‘⁴³²); Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname; Versicherung
- y) SunPro, Untertitel: Haustechnik GmbH & Co. KG
 Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*Sun*); Blend aus *sun+pro(fessional)*; -; Handwerk / Industrie
- z) EICHSTÄTTER MASCHINENBAU GmbH
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Maschinenbau*); Kompositum aus *Maschinen+Bau*, Akronym (*GmbH*); Ortsbezeichnung (*Eichstätt*), Allgemeinwortschatz; Handwerk / Industrie

Mit *Landgasthof Bayerischer Hof, Café Gegg, beim Greiner*⁴³³, Zur  *Post, Gasthaus zum Kirchenschmied, Haus der Bilder, Blaue Traube, LIEDER-KRANZ KIRCHENCHOR* weisen 8 Schilder, also 16 %, gebrochene Schrift auf⁴³⁴. Ich sehe darin eine lokale Präferenz für diese Schriftart. Die Dollnsteiner Schilderverfasser versuchen so, die Ortsgeschichte in den Vordergrund zu stellen. Abgesehen vom Schild des Chores zielen alle diese Schilder auch auf Touristen ab.

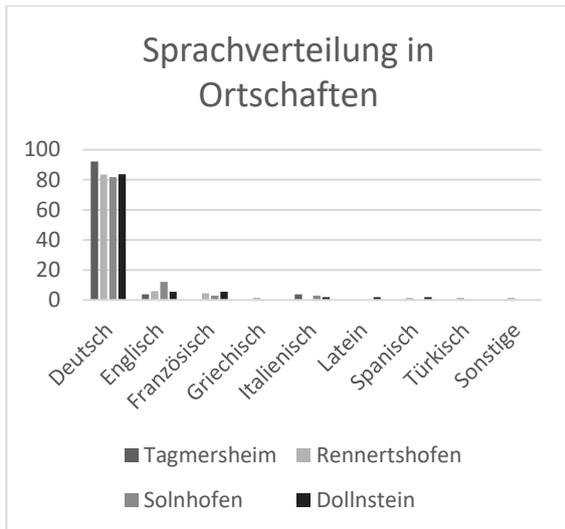
3.1.5. Vergleich der Geschäftsschilder der Ortschaften

Der Anteil Deutsch ist in den untersuchten Ortschaften sehr hoch; andere Sprachen kommen nur wenig vor. Auch hohe Anteile an Migranten einer bestimmten Nation ändern daran nichts, wie Solnhofen zeigt.

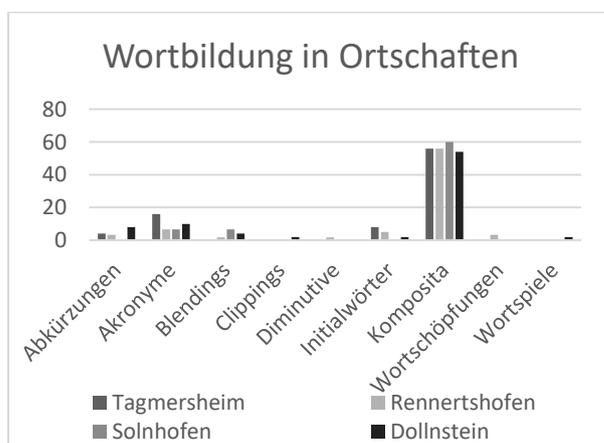
⁴³² Vgl. Gabler o.J.: s.v. e. K.

⁴³³ alte Inschrift

⁴³⁴ Ich spreche von gebrochener Schrift, um alle diese Schriftarten einzuschließen. Die Hauptschriftgruppen dieser Schriftgattung sind Textura, Rotunda, Schwabacher und Fraktur, vgl. Beinert 2019b: o.S.



Der Anteil an Eigennamen ist hoch, was daran liegen mag, dass hier jeder jeden kennt. Das Interesse, welche Person hinter einem Geschäft steht, ist hier sicher groß. Rennertshofen weist den höchsten Anteil an Eigennamen auf, wobei es hier einerseits Geschäfte gibt, die nur Eigennamen beinhalten wie *STURM & KRUCK* (Automobil Service, Kfz-Meisterbetrieb), *W. Markmiller* (Badausstellung), *KETTLITZ* (Chemie GmbH & Co. KG), *HÖRMANN* (Bäckerei Café Konditorei), *Tibor Lebhaft* (Hausarzt), *Hans Sommer* (Steuerberater) andererseits solche vom Typus ‚Geschäftsbereich + Eigenname‘ wie *GEORG RITZER BAUELEMENTE*, *Bekleidungshaus Fischer*, *Getränkemarkt Graf*, *Allianz Sylwia Grychtol*, *ELEKTRO MEITERN & KNOBLACH*, *Willis Hütt'n* (Gaststätte), *haarmoden metzker*, *EISEN MARKMILLER*, *Ernst Eisenhofer Malergeschäft*, *Kosmetikstudio Barbara Jensen*, *Joanna's Nähstübchen*, *Dres. Bein* (Zahnärzte), *Anja's Eventfloristik Blumalodn*, *Maler Körbl*. Diese Häufung lässt den Schluss zu, dass in kleinen Ortschaften ein Unternehmer hinsichtlich seiner Firma sich am anderen orientiert und ein ähnliches Muster wählt.



Die Wortbildungsart Komposita ist am häufigsten vertreten, wohl deshalb, weil ein Kompositum mehr Information enthält als ein nicht-zusammengesetztes Wort. Die Tagmersheimer Schilder haben mit 56 % den höchsten Anteil, z. B. Reifen-Kfz-Service Richter, Biene's Getränk Laden, FEUERWEHR Tagmersheim, Unser Dorfladen Tagmersheim, LUMARA's Zuckerzauberstube, Fensterbau nuber, Folienwerbung SCHLICKER etc. Dabei sind Komposita, die so weit verbreitet sind, dass sie einen Dudeneintrag haben, wie *Feuerwehr*, aber auch neugebildete, wie *Zuckerzauberstube* oder *Folienwerbung*.

In Dollnstein sind die meisten Ortsbezeichnungen zu finden, z. B. *Camping Dollnstein*, *Landgasthof Bayerischer Hof*, DOLLNSTEINER MARKTLADEN, ALT-MÜHLZENTRUM BURG DOLLNSTEIN (Touristeninformation), *Gasthaus zum Kirchenschmied*, *DjK DOLLNSTEIN*, *Amtsknechthaus*, *Volksbank Raiffeisenbank Bayern Mitte eG*, EICHSTÄTTER MASCHINENBAU GmbH, *Jura-Apotheke*. Auch diese Häufung ist eine lokale Präferenz.

3.2. Die Kleinstädte

3.2.1. Pappenheim

Die Kleinstadt Pappenheim liegt auf 407 m ü. NHN im südwestlichen Teil des bayerischen Regierungsbezirks Mittelfranken im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen zwischen Treuchtlingen und Eichstätt⁴³⁵. Der Ortsname ist ab 1802 als *Pappinheim*, *Babinheim* u. ä. belegt und bedeutet ‚Heim des Papo‘. Der Name ist eine Koseform von *Badubert*⁴³⁶.

Am 31.03.2021 hatte das Gesamtgebiet der Stadt 3.917 Einwohner, in Pappenheim selbst lebten 1.950. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 10,45 %⁴³⁷.

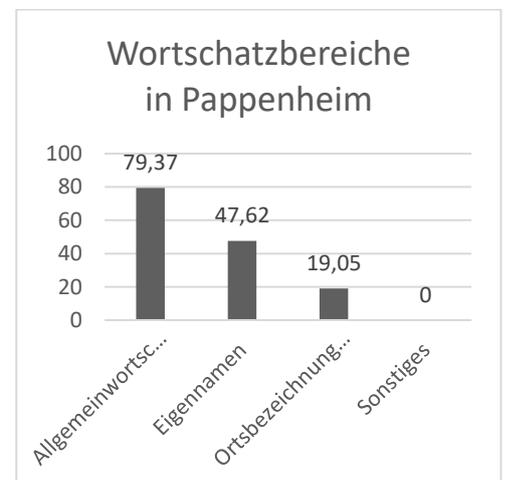
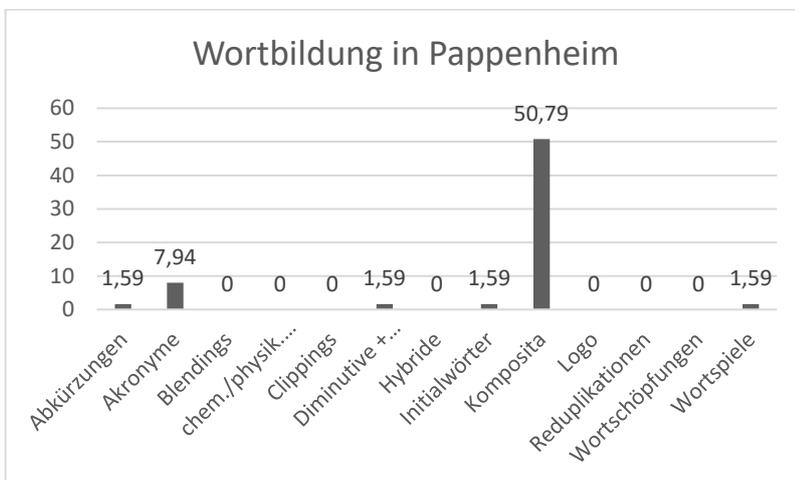
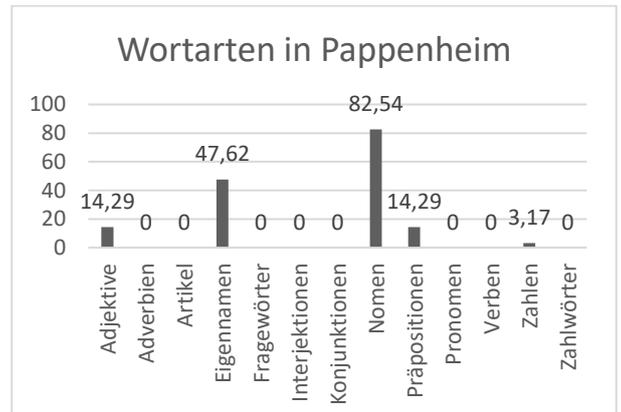
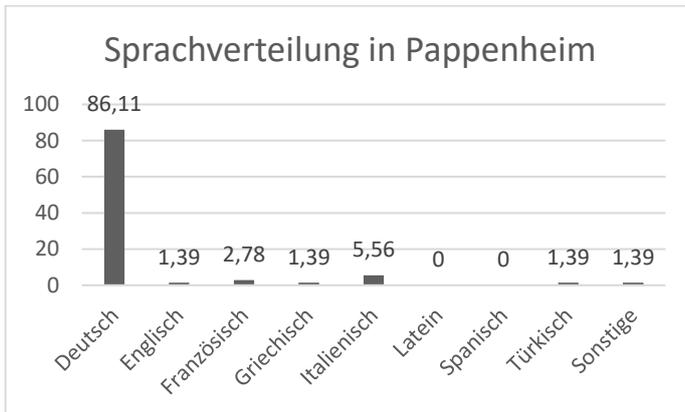


⁴³⁵ Vgl. openstreetmap o.J.

⁴³⁶ Vgl. Kugler 1873: 73

⁴³⁷ Vgl. LfStat 2018: Pappenheim; UrbiStat 2023

63 Firmenschilder wurden in Pappenheim erfasst mit 72 Sprachanteilen und durchschnittlich 2,22 Wörtern.



Pappenheimer Geschäftsschilder sind z. B. so beschriftet:

a) DÖNER BEIM DEMIR

3 Wörter, zweisprachig türkisch (Döner, Demir) + deutsch (beim); Nomen (Döner), Präposition (beim), Eigenname (Demir); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (Demir); Gastronomie

Das Wort *Döner* ist bei Kluge (2011) nicht verzeichnet. Der Duden von 1957 enthält das Wort *Döner* nicht, der von 1991 enthält *Dönerkebab*. Daher muss die Entlehnung im 20. Jh. erfolgt sein.

b) RS ANGELBEDARF, Untertitel: ALLES FÜR DEN ANGLER UND VIELES MEHR

...

2 Wörter, zweisprachig italienisch (*R*) + deutsch; Nomen (*Angelbedarf*); Akronym (*RS*, für ‚Rico Streul‘, vgl. yellowmap o.J. Rico Streul *RS Angelbedarf*.), Kompositum aus *Angel(n)+Bedarf*; Allgemeinwortschatz; Freizeit / Hobby / Sport

c) Zweirad Schleusinger

2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Zweirad*), Eigenname (*Schleusinger*); Kompositum aus *zwei+Rad*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Schleusinger*); Freizeit / Hobby / Sport

d) TURNVEREIN 1861 PAPPENHEIM, Untertitel: Turnhalle Auf der Lach

3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Turnverein*), Zahl (Jahreszahl *1861*); Kompositum aus *Turn(en)+Verein*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Pappenheim*); Freizeit / Hobby / Sport

- e) Fränkisches Kneipchen
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Kneipchen*); Diminutiv (*-chen*); Ortsbezeichnung (*Fränkisches*), die Zuordnung zum Allgemeinwortschatz unterbleibt wegen des Diminutivs; Gastronomie
- f) Zum Lindenvirt
2 Wörter, einsprachig deutsch; Präposition (*zum*), Nomen (*Lindenvirt*); Kompositum aus *Linde*+*Fugen-n*+*Wirt*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie⁴³⁸
- g) WERKMARKT, Untertitel: KUNST- & BAUSCHLOSSEREI Schindler
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Werkmarkt*); Kompositum aus *Werk*+*Markt*; Allgemeinwortschatz; Heimwerkermarkt, also DIY
- h) Gästehaus Engeler
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Gästehaus*), Eigenname (*Engeler*); Kompositum aus *Gäste*+*Haus*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Engeler*); Hotellerie
- i) Bayerisches Rotes Kreuz, Untertitel: Kreisverband Südfranken, Bereitschaft Pappenheim
3 Wörter, einsprachig deutsch; Adjektiv (*rotes*), Nomen (*Kreuz*); -, Ortsbezeichnung (*bayerisches*), Allgemeinwortschatz; Sonstiges
- j) bei Raffi, Untertitel: Pizzeria & Gelateria, Untertitel 2: italienisches Eiskaffee & Pizzeria
2 Wörter, zweisprachig deutsch (*bei*) + italienisch (*Raffi*); Präposition, Eigenname (*Raffi*); Clipping von ‚Raffaele‘; Eigenname, Vorname (*Raffi*); Gastronomie
- k) Straßmuseum Pappenheim, Untertitel: ehm. [sic!] Schuhhaus Lenk
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Straßmuseum*); Kompositum aus *Straße*+*Fugen-n*+*Museum*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Pappenheim*); Bildung
- l) DIETER KNOLL, Untertitel: FRISUREN UND TRENDS, NAGELSTUDIO
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Dieter Knoll*); -, Eigenname, Vorname (*Dieter*), Nachname (*Knoll*); Friseur
- m) STICHWERK, Untertitel: GARDINEN & POLSTER
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Stichwerk*); Kompositum aus *Stich*+*Werk*, Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltwaren
Der Eintrag spielt auf ‚Stückwerk‘ an.
- n) EUROPÄISCHES HAUS, Untertitel: TOURIST INFORMATION
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Haus*); -, Ortsbezeichnung (*europäisches*), Allgemeinwortschatz; Bildung
- o) Gräfliche Verwaltung
2 Wörter, einsprachig deutsch; Adjektiv (*gräfliche*), Nomen (*Verwaltung*); -, Allgemeinwortschatz; Sonstiges
- p) Maritas Art Café, Untertitel: KUNST & KAFFEE
3 Wörter, dreisprachig italienisch (*Marita*) + englisch + französisch (*Café*); Eigenname (Genitiv von *Marita*), Nomen (*Art, Café*); Kompositum aus *Art*+*Café*; Eigenname, Vorname (*Marita*), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Es könnte sein, dass das Wort *Art* sowohl in seiner englischen als auch in seiner deutschen Bedeutung gemeint ist, nämlich als ‚Café nach Maritas Art‘ und als ‚Maritas Kunst-Café‘. Damit ist eine Wertung als Wortspiel möglich, die hier jedoch nicht vorgenommen wird, da die erste Erklärung mit *Art* als deutsch nicht überzeugt.
- q) Schloß Apotheke
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Schloß*); Kompositum aus *Schloß*+*Apotheke*; Ortsbezeichnung (*Schloß*), Allgemeinwortschatz; Gesundheit
Der Eintrag zeigt noch die Rechtschreibung von vor der Reform ab 1996, da seither *Schloss* geschrieben wird (vgl. Duden 2006: s.v. *Schloss*). Das Kompositum hat keinen Bindestrich und ist getrennt geschrieben.

⁴³⁸ Die Eingliederung der *Linde* als Ortsbezeichnung unterbleibt, da es zu viele Linden gibt, um damit tatsächlich einen Ort angeben zu können.

- r) NOTAR BORIS PULYER
3 Wörter, zweisprachig deutsch + slawisch (*Boris Pulyer*); Nomen (*Notar*), Eigenname (*Boris Pulyer*); -, Allgemeinwortschatz, Eigenname, Vorname (*Boris*), Nachname (*Pulyer*); Rechts- und Steuerberatung
- s) Atelier Pico-bello (Gewandschneiderei für Maßanfertigungen)
2 Wörter, zweisprachig deutsch + italienisch (*bello*); Nomen (*Atelier*), Adjektiv (*picobello*); -, Allgemeinwortschatz; Handwerk / Industrie
Das Wort *picobello* entstand im 10. Jh. (vgl. Kluge 2011: s.v. *picobello*). Die Schreibung mit Bindestrich betont jedoch das italienische Wort *bello* ‚schön‘.
- t) GASTSTÄTTE I-PUNKT
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Gaststätte*, *Punkt*); Kompositum aus *Gast+Stätte* sowie *i+Punkt*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- u) Schreibwaren WINDISCH, Untertitel: PAPETERIE, DHL
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Schreibwaren*), Eigenname (*Windisch*); Kompositum aus *Schreib(en)+Waren*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Windisch*); Schreibwaren
- v) Malzfabrik L. Wurm
3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Malzfabrik*); Eigenname (*L. Wurm*); Kompositum aus *Malz+Fabrik*, Abkürzung (*L.*); Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Wurm*); Handwerk / Industrie
- w) Zum Goldenen Löwen
3 Wörter, einsprachig deutsch; Präposition (*zum*), Adjektiv (*goldenen*), Nomen (*Löwen*); -, Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- x) FriedWald
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Friedwald*); Kompositum aus *Fried(e)+Wald*; Allgemeinwortschatz; Wald für Bestattungen, also Sonstiges
- y) Gasthaus Zum Stern
3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Gasthaus*, *Stern*), Präposition (*zum*); Kompositum aus *Gast+Haus*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- z) Freiwillige Feuerwehr Pappenheim
3 Wörter, einsprachig deutsch; Adjektiv (*freiwillige*), Nomen (*Feuerwehr*); Kompositum aus *frei+willig* und *Feuer+Wehr*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Pappenheim*); Sonstiges

3.2.2. Miltenberg

Der Sitz des gleichnamigen Landkreises, die Mittelstadt Miltenberg im bayerischen Regierungsbezirk Unterfranken, liegt auf 128 m ü. NHN an einer Mainschleife, die die südwestliche Ecke des sogenannten Mainvierecks bildet. Die Stadt befindet sich südlich von Aschaffenburg zwischen Würzburg und Heidelberg an der B 469 in der Nähe der baden-württembergischen und hessischen Grenze⁴³⁹. Die Bezeichnung *Miltenberg* greift den Namen der 1226 als *Miltinburc* erstmals erwähnten *Mildenburg* auf⁴⁴⁰.

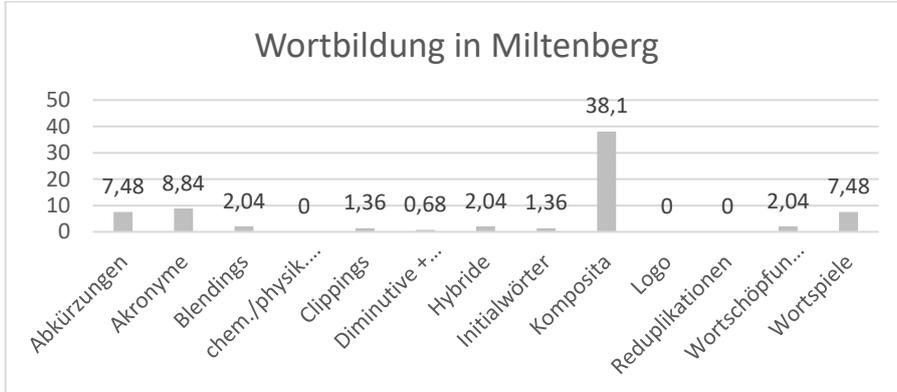
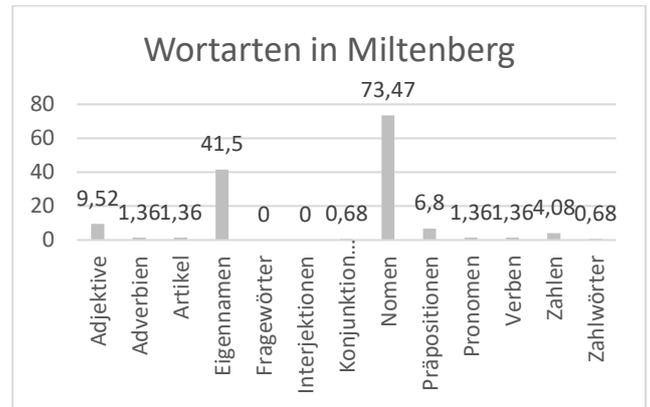
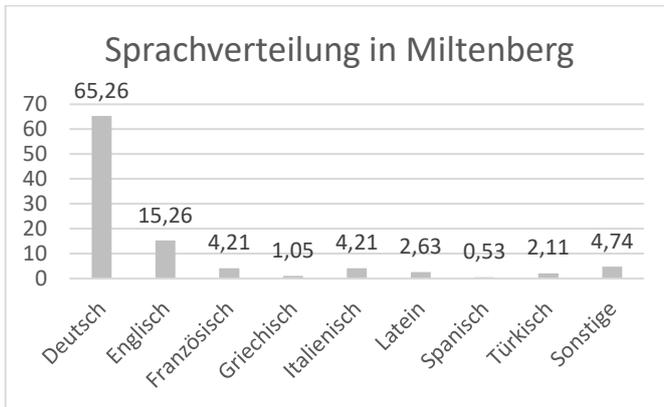
⁴³⁹ Vgl. openstreetmap o.J.

⁴⁴⁰ Vgl. Miltenberg 2021; Körner / Schmid 2006 b:345-347

Am 31.03.2021 waren im Gesamtgebiet der Stadt 9.307 Einwohner gemeldet. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 11,67 %⁴⁴¹.



In Miltenberg wurden 147 Schilder mit 190 Sprachanteilen und durchschnittlich 2,28 Wörtern erfasst.



Hier sind Beispiele der Miltenberger Geschäftsschilder:

- PUB 111, Untertitel: DIE ALTSTADTBAR
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Pub*), Zahl (*111*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*111*, s. u.); Gastronomie
Das Pub befindet sich in der Hauptstr. *111*.
- Hanh's Nail Spa
3 Wörter, zweisprachig asiatisch (*Hanh*) + englisch (*Nail Spa*); Eigenname (Genitiv von *Hanh*), Nomen (*nail spa*); Kompositum aus *nail+spa*; Eigenname, Vorname (*Hanh*), Allgemeinwortschatz; Friseur / Kosmetik
- ERGO, Untertitel: Versichern heißt verstehen.
Ein Wort, einsprachig lateinisch; Adverb (*ergo*); -; -; Versicherung
Das Adverb *ergo* ‚folglic, deshalb, daher‘ wird hier als Name verwendet.

⁴⁴¹ Vgl. LfStat 2018: Miltenberg; Miltenberg 2021, UrbiStat 2023

- d) Flo No 7 (Schreibwarengeschäft)
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Flo, No*), Zahl (7); Wortschöpfung, Abkürzung (*No* für ‚Numero‘ oder ‚Nummer‘) -; Schreibwaren
 Die Motivation für den Geschäftsnamen und die Bedeutung der 7 ließen sich nicht erkunden.
- e) In Style, Untertitel: IHR FRISEUR AM ENGELPLATZ
 2 Wörter, einsprachig englisch; Präposition (*in*), Nomen (*style*); Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Friseur
 Die Doppelbedeutung für *In Style* ist ‚im Stil‘ sowie ‚angesagter Stil‘.
- f) MIKA KAFFEERÖSTEREI
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Kaffeerösterei*); Akronym und Initialwort (*MiKa*, s. u.), Kompositum; Allgemeinwortschatz
MIKA steht für Inhaberin Katharina Schulz und ihren Geschäftspartner Michael⁴⁴².
- g) Schnitt-Stelle
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Schnittstelle*); Kompositum aus *Schnitt+Stelle*, Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Friseur
 Das Friseurgeschäft ist eine ‚Stelle, an der man einen (Haar-)Schnitt bekommen kann‘; in der Regel versteht man darunter jedoch einen ‚Punkt, an dem sich 2 Dinge schneiden‘, deshalb ist es ein Wortspiel.
- h) Mildent milde Zahnmedizin, Untertitel: Zahnarztpraxis
 3 Wörter, zweisprachig deutsch + lateinisch (*dent*); Nomen (*Zahnmedizin*), Adjektiv (*milde*); Blend (s. u.), Hybrid (s. u.), Kompositum (s. u.); Allgemeinwortschatz

 Zusammengefügt wurde ‚*mil(de) + dent*‘, letzteres von *dens, dentis* lat. für ‚Zahn‘. Zweisprachige Zusammenfügungen in einem Wort werden als Hybrid gewertet.
- i) Der Bäcker Bundschuh
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Artikel (*der*), Nomen (*Bäcker*), Eigenname (*Bundschuh*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Bundschuh*); Lebensmittel
- j) caritas Haus „Maria Regina“
 4 Wörter, zweisprachig lateinisch (*caritas* ‚Liebe‘) + deutsch; Nomen (*Haus*); Kompositum aus *caritas+Haus*; Allgemeinwortschatz, Name aus der Religion; Altenheim, also Sonstiges
- k) Sofra, Untertitel: Döner & Pizza, Baklava
 Ein Wort, einsprachig türkisch; Nomen (*sofra*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Sofra bedeutet ‚gedeckter Tisch, Tafel‘ (Langenscheidts 2015: s.v. *sofra*).
- l) IKONENRAUM, Untertitel: KUNSTHANDWERK KUNSTSCHULE GALERIE
 Ein Wort, zweisprachig russisch (*Ikone*) + deutsch (*Raum*); Nomen (*Ikonenraum*); Kompositum aus *Ikonen+Raum*, Wortspiel; Allgemeinwortschatz, Begriff aus der Religion (*Ikone*); Kunstgegenstände / Bilder / Briefmarken / Münzen etc.
 Das Wortspiel bezieht sich auf die Polysemie von *Ikone*, ein ‚Raum, der Ikonen enthält‘ und ein ‚Raum, der Platz für Ikonen hat‘. *Ikone* wurde im 19. Jh. aus dem Russischen entlehnt (vgl. Kluge 2011: s.v. *Ikone*).
- m) STRUWWELPETER
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; -; Sonstiges (Name aus der Literatur); Mode
- n) Magne Falkum exclusiv
 3 Wörter, zweisprachig norwegisch (Magne Falkum) + deutsch (exclusiv); Eigenname (*Magne Falkum*), Adjektiv (*exclusiv*); -; Eigenname, Vorname (*Magne*), Nachname (*Falkum*), Allgemeinwortschatz; Tabakgeschäft, also Tabak / Glücksspiel / Zeitungen
Exklusiv ist seit dem 18. Jh. in Verwendung (vgl. Kluge 2011: sv. *exklusiv*).

⁴⁴² E-Mail-Auskunft vom 26.03.2018

- o) **FIGUR IN FORM COOPERATION**, Untertitel: 25 Jahre saftisch & knaggisch
 4 Wörter, zweisprachig deutsch + englisch (*cooperation*); Nomen (*Figur, Form, Cooperation*), Präposition (*in*); -; Allgemeinwortschatz; Fitnessstudio, also Freizeit / Hobby / Sport
 Der Untertitel ist im hessischen Dialekt verfasst.
- p) **tragbar.**, Untertitel: FÜR JUNGS UND MÄDCHEN
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Adjektiv (*tragbar*); Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Mode
KOSTBAR, Untertitel: essen. trinken. catering
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Adjektiv (*kostbar*), Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Philharmonie Essbar
 2 Wörter, zweisprachig französisch (*Philharmonie*) + deutsch; Nomen (*Philharmonie*), Adjektiv (*essbar*); Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz
 Diese drei Wortspiele ergeben sich aus der gewollten Doppelbedeutung von *-bar*, zum einen die deutsche Silbe, die mit ‚man kann...‘ umschrieben werden kann, zum anderen das englische Wort *bar*, das hier für das Geschäft verwendet wird. Die fettgedruckten Teile sind auf den Schildern farblich abgesetzt.
- q) **Wolke 7**, Untertitel: Vape Store
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Wolke*), Zahl (7); Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Tabak / Glücksspiel / Zeitungen
 Die Doppelbedeutung des Wortspiels beruht einerseits auf dem Ausspruch ‚auf Wolke 7 sein‘ und andererseits auf der ‚Wolke‘, die beim Tabak-Dampfen entsteht.
- r) **Kimi**, Untertitel: The gifts with love
 Ein Wort, einsprachig asiatisch; Eigenname (*Kimi*); -; Eigenname, Vorname (*Kimi*); Einrichtung / Haushaltswaren
 Die Inhaberin heißt Kim Thoa Reincke und hat ihren ersten Vornamen durch das *-i* zum Spitznamen umfunktioniert (vgl. Martinimarkt o.J.: Ausstellerliste).
- s) **R & M**, Untertitel: Ihr Fachgeschäft seit 1976, Mineralien Fossilien Edelsteine Dekorationsartikel
 2 Wörter, einsprachig englisch; -; Abkürzung (*R, M*); Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltswaren
 Bei meinem Besuch in diesem Geschäft am 24.03.2018 erklärte mir einer der beiden Inhaber, Herr Reuling, R & M stehe für ‚rocks & minerals‘, könnte aber auch für ihn und seine Geschäftspartnerin stehen ‚Reuling & Metzger‘. Er fügte hinzu, es sei im Grunde egal, wie man sein Geschäft benenne, es müsse nur eindeutig sein, um dem Gesetz Genüge zu leisten. Die Leute sagen seiner Meinung nach ohnehin „Da gehst du zum Reuling!“, bezeichnen das Geschäft also nicht mit seinem im Handelsregister eingetragenen Namen, sondern mit dem Namen der Geschäftsinhaber.
- t) **Hut-Wirth**
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Hut*), Eigenname (*Wirth*); Kompositum aus *Hut+Wirth*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Wirth*); (Mode)
 Laut Aussage des Inhabers des *Bären-Allerlei* in der gleichen Straße vom 24.03.2018 gibt es dieses Geschäft seit langem nicht mehr. Die Stadt Miltenberg wünsche jedoch, dass alte Inschriften erhalten bleiben. Die zuständige Behörde hätte auch von ihm verlangt, dass er den Namen der Metzgerei seiner Vorfahren über seinem Gummibärchenladen stehen lasse bzw. restauriere. Er habe sich jedoch geweigert und konnte sich schließlich durchsetzen.
- u) **LebensArt**, Untertitel: fashion & deco
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Lebensart*); Kompositum aus *Leben+Fugen-s+Art*, Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Mode
EigenART, Untertitel: Floristik und Kunsthandwerk
 Ein Wort, zweisprachig deutsch + englisch (*art*); Nomen; Kompositum, Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Blumengeschäft, also Sonstiges

Die Inhaberin, Frau Giese, erklärte mir am 24.03.2018, das Wort *-art* sei sowohl deutsch als auch englisch gemeint. Sie habe ihre ‚eigene Art‘, Blumen zu arrangieren. Diese sei durchaus ‚Kunst‘, sie habe auch Kunst studiert. Bereits die Oma mütterlicherseits hatte dieses Blumengeschäft, in dem sie neue Schwerpunkte setze. Für *LebensArt* dürfte das Gleiche gelten. Deshalb wurde die Sprache einmal als deutsch und einmal als englisch gewertet⁴⁴³.

- v) Guntram's Malerarche, Untertitel: Zentrum der Mal- und Zeichenkunst von Miltenberg
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Guntram*), Nomen (*Malerarche*); Kompositum aus *Maler+Arche*; Eigenname, Vorname (*Guntram*), Allgemeinwortschatz, Begriff aus der Religion (*Arche Noah*); Kunstgegenstände / Bilder / Briefmarken / Münzen etc.
- w) Churfränkisches Brauhaus Faust, Untertitel: seit 1875, Institut zur Bekämpfung akuter Unterhopfung
3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Brauhaus*); Eigenname (*Faust*); Kompositum aus Brau(en)+Haus; Ortsbezeichnung (*churfränkisches*), Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Faust*); Brauerei, also Handwerk / Industrie
- x) MÄANDER APOTHEKE
2 Wörter, zweisprachig griechisch + deutsch; Nomen (*Apotheke*); Kompositum aus *Mäander+Apotheke*; Ortsbezeichnung (*Mäander*, s. u.), Allgemeinwortschatz
Mit *MÄANDER* ist die Mainschleife gemeint, an der Miltenberg liegt. Das Wort ist weder bei Kluge 2011, noch bei Mackensen 1966, noch bei Weigand 1876 verzeichnet. Es wird als Griechisch gewertet, da es vom griechischen Fluss *Maiandros* stammt (vgl. Duden online o.J.: s.v. *Mäander*).
- y) Bote vom Unter-Main
4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Bote*), Präposition (*vom*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Untermain*); Zeitung =>Tabak / Glücksspiel / Zeitungen
Die Schreibung von *Unter-Main* mit Bindestrich gehört zu dem Phänomen, dass Komposita oft getrennt geschrieben werden, möglicherweise im Zusammenhang mit der sogenannten Leichten oder Einfachen Sprache (vgl. *bpp* 2014b).
- z) OSMANLI MARKET, Untertitel: Geschenkartikel, Teppiche
2 Wörter, einsprachig türkisch; Nomen (*market*); Kompositum aus *osmanlı +market*; Ortsbezeichnung (*osmanlı*, s. u.), Allgemeinwortschatz; Kaufhaus
OSMANLI MARKET ‚Osmanen-Markt‘ oder ‚Türken-Markt‘

3.2.3. Eichstätt

Die Kleinstadt Eichstätt ist Sitz des gleichnamigen Landkreises im bayerischen Regierungsbezirk Oberbayern. Der Ortskern liegt auf 386 m ü. NHN am Donauzufluss Altmühl. Die Stadt befindet sich in einem Tal des Mittelgebirges *Fränkische Alb* oder *Fränkischer Jura* im Dreieck Weißenburg in Bayern – Neuburg / Donau – Ingolstadt an der B 13⁴⁴⁴. Die Etymologie ist nicht letztlich geklärt. Mit

⁴⁴³ In Paderborn gibt es ein Geschäft namens *Gang-art*, das Schuhe verkauft (nicht als Beispiel gelistet).

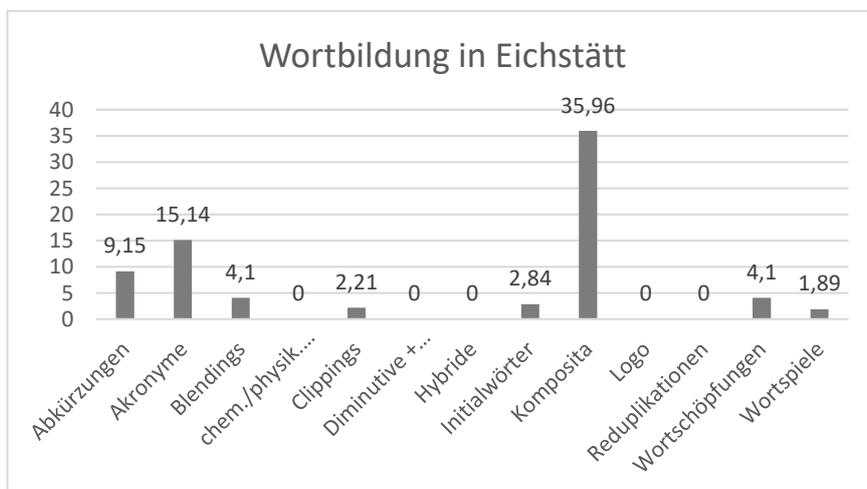
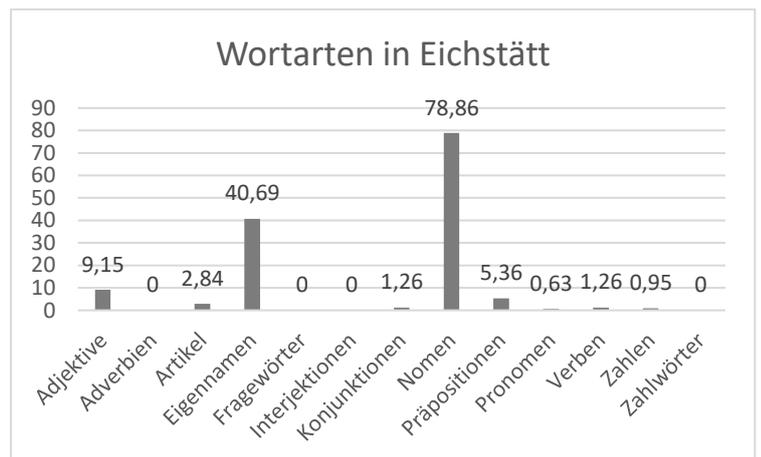
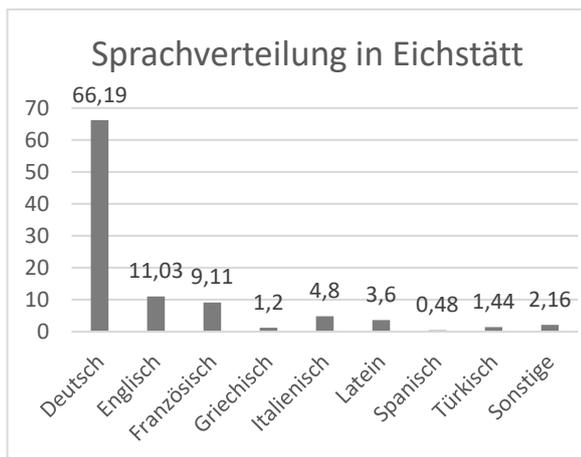
⁴⁴⁴ Vgl. *openstreetmap* o.J.

‚Eichen‘ hat der Ortsname vermutlich jedoch nichts zu tun, sondern bedeutet eher ‚Wasserufer‘ oder ‚Flusslände‘⁴⁴⁵.

In der Stadt waren am 31.03.2021 13.320 Einwohner gemeldet. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 9,56 %⁴⁴⁶.



Die 317 in Eichstätt erfassten Geschäftsschilder mit 417 Sprachanteilen enthalten durchschnittlich 2,25 Wörter.



⁴⁴⁵ Buckl 2022: o.S. Zitiert wird Professor Alfred Bammesberger.

⁴⁴⁶ Vgl. LfStat 2019: Stadt Eichstätt; UrbiStat 2023

⁴⁴⁷ Das hochfrequentierte Industriegebiet ist lila gekennzeichnet. Dies gilt auch für die folgenden Grafiken.

Beispiele der Eichstätter Geschäftsschilder sind die folgenden:

- a) AWG Mode Center, Untertitel: Alle werden glücklich
3 Wörter, zweisprachig deutsch + englisch (*Center*); Nomen (*Mode, Center*);
Akronym (*AWG*, s. u.), Kompositum aus *Mode+Center*; Allgemeinwortschatz;
Mode
Mit dem Untertitel erfolgt eine Doppelbelegung des Akronyms. Offiziell lautet die
Firma ‚Allgemeine Warenvertriebs GmbH‘ (vgl. AWG o.J.).
- dm
Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym (dm aus ‚Drogeriemarkt‘, vgl. dm
2021); Allgemeinwortschatz; Drogerie
THW, Untertitel: Bundesanstalt Technisches Hilfswerk
Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym (s. u.); -; Sonstiges
Das Akronym *THW* ist im Untertitel ‚Technisches Hilfswerk‘ erklärt.
- b) Takko FASHION
2 Wörter, zweisprachig deutsch + englisch (*fashion*); Nomen (*Fashion*); Akronym
und Initialwort (s. u.); Allgemeinwortschatz; Mode
Eine Anfrage bezüglich der Bedeutung von *Takko* blieb wie hunderte anderer un-
beantwortet. Eine mögliche Erklärung ist, dass das Wort in Anlehnung an die Ad-
resse des Firmensitzes in Telgte, Alfred-Krupp-Straße 21, kreiert wurde und *Ko*.
für ‚Kompagnie‘, eine Entlehnung aus dem 16. Jh. (vgl. Kluge 2011: s.v.
Kopagnie), angefügt wurde.
- c) SCHNELLERs BACKSTUB’N; Untertitel: seit 1845
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Backstub’n*), Eigennamen (*Schneller*); -; Ei-
gennamen, Nachnamen (*Schneller*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Die Firma hat das Genitiv-s in kleinerer Schrift geschrieben. So ist klar, dass der
Familiennamen der Unternehmerfamilie *Schneller* ist und nicht *Schnellers*.
Die bairische Form *Backstub’n* zeigt die e-Tilgung (vgl. Zehetner 2013: Lautlehre-
Vokale).
- d) OBI®
Ein Wort, einsprachig französisch; Nomen (*obi* von ‚Hobby‘, s. u.); -; da es sich
um kein eigentliches Wort handelt, erfolgte keine Zuordnung zum
Allgemeinwortschatz; Baumarkt, also DIY
Laut der Homepage gibt *OBI* die Aussprache des französischen Wortes *hobby* wie-
der. Es handelt sich nicht um ein Akronym⁴⁴⁸.
- e) AVIE APOTHEKE SOLLNAU
3 Wörter, zweisprachig französisch (*vie*) + deutsch; Nomen (*Apotheke*); Blend
(s. u.), Hybrid (s. u.); Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (Sollnau);
Gesundheit
AVIE setzt sich zusammen aus *A* wie ‚Apotheke‘ und *vie* französisch für ‚Leben‘
(vgl. AVIE Apothekenkooperation 2018).
- f) LEDVANCE (zusammengesetzt aus LED + advance)
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen; Akronym und Initialwort; -; Handwerk /
Industrie
LED ‚light emitting diode‘ + *advance*; *Advance* steht für neue Technologien (vgl.
LEDVANCE 2016).
- g) Euro★Bar, Untertitel: BILLARD • CAFE • BAR
2 Wörter, zweisprachig deutsch + englisch (*Bar*); Nomen (*Bar*); Clipping (*Euro*
aus ‚Europa‘.); Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- h) Top Hair, Untertitel: Mein Friseur
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*top, hair*); -; Allgemeinwortschatz; Friseur
Die Motivation für die Wahl von *Top Hair* als Firma war, dass keine Personalisie-
rung stattfinden sollte und der Name in jeder Sprache verständlich und sofort als

⁴⁴⁸ Vgl. OBI 2018: Geschichte

Friseur erkenntlich sein sollte (E-Mail des Geschäftsführers Rainer Held vom 23.04.2018).

- i) Boilie-Benz
2 Wörter, zweisprachig englisch (*Boilie*) + deutsch (*Benz*); Nomen (*Boilie*), Eigenname (*Benz*); Kompositum aus *Boilie*+*Benz*; Fachwortschatz (*Boilie*), Eigenname, Nachname (*Benz*); Handwerk / Industrie
Firmengründer Benz ist passionierter Karpfenangler und wollte *Boilies*, gekochte Fischköder, auf einfache Art herstellen. Es gelang ihm, Maschinen für kugelförmige Massen zu entwickeln (vgl. Boilie-Benz o.J.).
- j) Schneider's Bistro-Café
3 Wörter, zweisprachig deutsch + französisch (*Bistro, Café*); Eigenname (Genitiv von *Schneider*), Nomen; -; Eigenname, Nachname (*Schneider*), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- k) B. Stitched, Untertitel: PIERCING & TATTOO
2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*stitched*); Abkürzung (*B.*, s. u.); Allgemeinwortschatz; Sonstiges
Die Firma ist zu lesen als ‚Be stitched!‘ ‚Lass dich stechen‘, entweder mit einem Tattoo oder mit einem Piercing.
- l) Dal-fufo, Untertitel: Crocuc-Pizza Bar
2 Wörter, einsprachig italienisch; Präposition (*dal*), Eigenname (*Fufo*); -; Eigenname, Vorname (*Fufo*, s. u.); Gastronomie
Mit *Crocuc* ist *Croque* gemeint, eine französische Brotform für Sandwiches (vgl. PR 2014: s.v. *Croque-Monsieur*). Geschäftsführer Agron Nuretini erklärte mir am 27.03.2019, *Fufo* sei sein Spitzname.
- m) W & W wüstenrot, Untertitel: Wüstenrot & Württembergische, Der Vorsorge-Spezialist.
3 Wörter, einsprachig deutsch; -; Abkürzung (*Wüstenrot Württembergische*); Ortsbezeichnung; Bausparkasse, also Bank
Wüstenrot ist der Name des Ortes, in dem die Bausparkasse gegründet wurde (vgl. Bauspar-Museum Wüstenrot o.J.).
- n) KDSStV ALCIMONIA, Untertitel: Katholische Deutsche Studentenverbindung
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Alcimonia*); Akronym (*KDSStV*, s. u.); Ortsbezeichnung (*Alcimonia*); Freizeit / Hobby / Sport
Der Untertitel erklärt das Akronym. *Alcimonia* ist pseudolateinisch für ‚Altmühl‘ (vgl. Schieweck-Mauk 2008: 67).
- o) SW INSELBAD, Untertitel: STADTWERKE EICHSTÄTT
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Inselbad*); Akronym (*SW*, s. o.), Kompositum aus *Insel*+*Bad*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Stadt, Insel*)
- p) Stiftungsverwaltung, Untertitel: Foundation Administration; Stiftung Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt; University Foundation
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Stiftungsverwaltung*); Kompositum aus *Stiftung*+*Fugen-s*+*Verwaltung*; (Allgemeinwortschatz); Bildung
- q) Einrichtung für Abschiebehaft Eichstätt
4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Einrichtung, Abschiebehaft*), Präposition (*für*); Kompositum aus *Abschiebe(n)*+*Haft*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Eichstätt*); Sonstiges
- r) Kaffee-Rösterei Saerve 1895
4 Wörter, zweisprachig deutsch + nicht zuzuordnen (*Saerve*); Nomen (*Kaffee, Rösterei*), Eigenname (*Saerve*), Zahl (*1895*); Kompositum aus *Kaffee*+*Rösterei*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Saerve*); Lebensmittel
Die Zahl gibt das Gründungsjahr der Firma wieder. Dies dient dazu, beim Kunden Vertrauen zu erwecken.
- s) fiddler's green, Untertitel: Irish-Pub
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (Genitiv von *fiddler*; *green*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie

- Der Name des Pubs ist in irischer Schrift. *Fiddler's Green* ist ein traditionelles irisches Volkslied, nach dem sich auch eine Erlanger Band benannt hat, die irische Volksmusik spielt (vgl. azlyrics o.J.: Fiddler's Green; fiddlers 2021).
- t) caPPresso®, Untertitel: Maschinen Kaffee Zubehör eigene Werkstatt
Ein Wort, einsprachig italienisch; -; Blend aus *Cappuccino+Espresso*; -; Gastronomie
- u) Chocolatique
Ein Wort, einsprachig französisch; Nomen; Blend aus *Chocola(t)+(bou)tique*; -; Lebensmittel
- v) Eva's Kinderladen
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigennamen (*Eva*), Nomen (*Kinderladen*); Kompositum aus *Kinder+Laden*, Eigennamen, Vorname (*Eva*), Allgemeinwortschatz; Mode⁴⁴⁹.
- w) Kanuuh, Untertitel: KANUVERMIETUNG; FAHRRADVERMIETUNG
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Kanu*); -; Allgemeinwortschatz; Freizeit / Hobby / Sport
Das Wort wurde durch das doppelte <u> sowie das angefügte <h> hervorgehoben.
- x) gelati del vicolo
3 Wörter, einsprachig italienisch; Nomen (*gelati*), Präposition (*del*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*vicolo*); Gastronomie
,Eis aus der Gasse', ,Eis' ist dabei im Plural, *Gasse* ist die Herzogasse.
- y) İMARET CAMİİ
2 Wörter, einsprachig türkisch; Nomen (beide Wörter); -; Allgemeinwortschatz; Religion
İMARET CAMİİ heißt ,Wohltätigkeitsmoschee'⁴⁵⁰.
- z) NORMA
Ein Wort, zweisprachig lateinisch (*Noricum*) + deutsch (*Markt*); -; Blend aus *Noricum+Markt*, Hybrid; -; Lebensmittel
Noricum bedeutet ,Nürnberg(er)' (vgl. Norma 2022, Wikipedia: s.v. *NORMA*).

3.2.4. Weißenburg in Bayern

Die Kleinstadt Weißenburg in Bayern⁴⁵¹ ist Sitz des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen im bayerischen Regierungsbezirk Mittelfranken. Sie liegt auf 422 m ü. NHN am Nordrand der Fränkischen Alb zwischen Nürnberg und Augsburg an der B 2 sowie an der B 13⁴⁵². *Wizenburc*, 867 erstmals erwähnt, bedeutet möglicherweise ,Burg des Wizzo', letzteres eine Koseform von ,Withold'⁴⁵³. Alternativ ist auch ,weiße Burg' denkbar, womit Überreste des aus weißem Kalkstein gebauten römischen Kastells *Biricianis* gemeint sind⁴⁵⁴.

⁴⁴⁹ Zum Apostroph bei Eigennamen im Genitiv siehe Kapitel 4.3.

⁴⁵⁰ Die i-Punkte auf den Majuskeln sind im Türkischen notwendig, da es ein I mit und eines ohne Punkt gibt, die verschiedene Laute wiedergeben, siehe auch Kapitel 4.3.

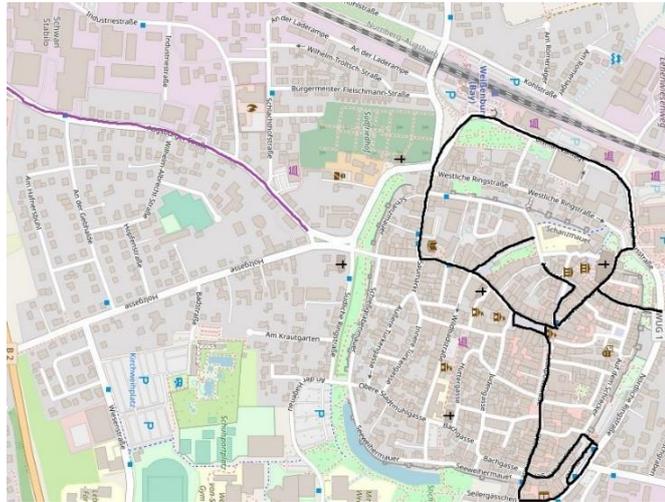
⁴⁵¹ offiziell: i. Bay.

⁴⁵² Vgl. openstreetmap o.J.

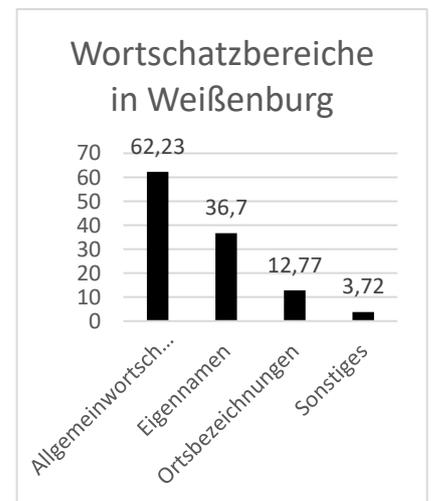
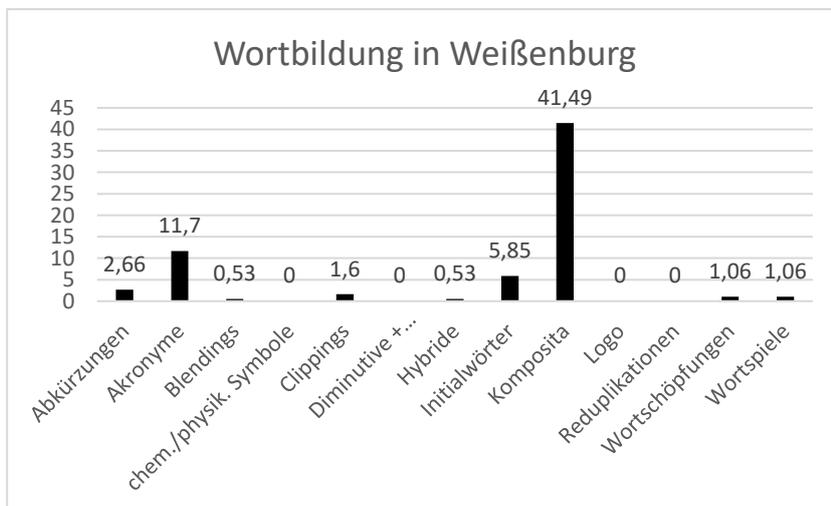
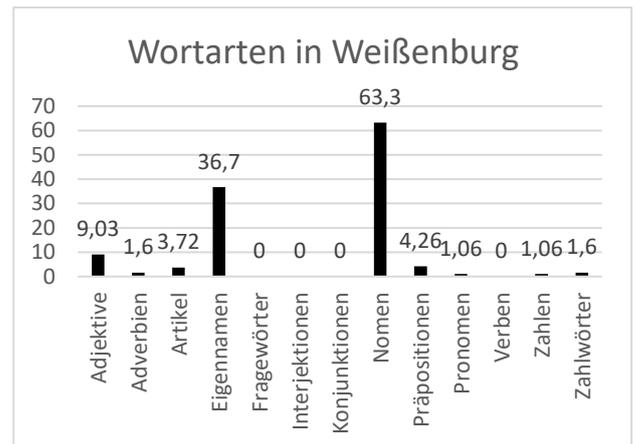
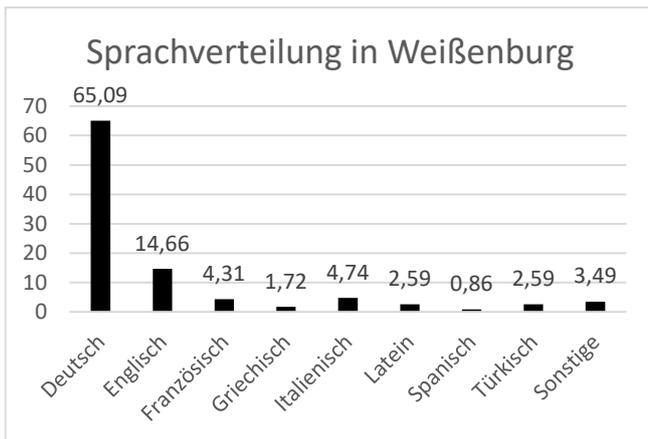
⁴⁵³ Vgl. Kugler 1873: 147; Körner / Schmid 2006 b: 578-580, 604f.

⁴⁵⁴ Vgl. Straßner 1966: 77

In der Stadt waren am 31.03.2021 18.527 Einwohner gemeldet. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 9,95 %⁴⁵⁵.



In Weissenburg wurden 188 Geschäftsschilder mit 232 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,81 Wörtern erfasst.



⁴⁵⁵ Vgl. LfStat 2018: Große Kreisstadt Weissenburg; UrbiStat 2023

Beispiele der Weißenburger Geschäftsschilder sind die folgenden:

- a) Plaka, Untertitel: Griechisches & deutsche Küche
Ein Wort, einsprachig griechisch; -; -; Ortsbezeichnung; Gastronomie
Plaka ist die ‚Altstadt von Athen‘ (vgl. *Plaka* o.J.).
- b) CAFÉ PIPS
2 Wörter, zweisprachig französisch (*Café*) + deutsch (*Pips*); Nomen (*Café*); Wortschöpfung (*Pips*); Allgemeinwortschatz; Gastronomie
PIPS beruht auf einem Druckfehler in der Zeitung, der übernommen wurde⁴⁵⁶.
- c) Regina Camera Mini, Untertitel: Komm, wir geh'n ins KINO
3 Wörter, zweisprachig lateinisch (*Regina, Camera*) + deutsch (*mini*); Nomen, Adjektiv; -; Allgemeinwortschatz; Kino, also Freizeit / Hobby / Sport
Bei *Regina* handelt es sich um das lateinische Wort für ‚Königin‘. *Camera* oder *Kamera* wurde im 19. Jh. aus dem Latein entlehnt. Das Präfix *mini* für ‚sehr klein‘ wird schon seit Jahrhunderten im Deutschen verwendet, z. B. *Minimum* seit dem 18. Jh. (vgl. Kluge 2011: s.v. *Kamera, Minimum*).
- d) Hemingsway's, Untertitel: Bar Café
Ein Wort, einsprachig englisch; -; -; Name aus der Geschichte (Genitiv von *Hemingway*); Gastronomie
- e) Wagemann, Untertitel: Lotto Zeitschriften Schreibwaren Spielwaren
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Wagemann*); -; Eigenname, Nachname (*Wagemann*); Schreibwaren
- f) Drei Mohren
2 Wörter, einsprachig deutsch; Zahlwort (*drei*), Nomen (*Mohren*⁴⁵⁷); -; Allgemeinwortschatz; Brauerei, also Handwerk / Industrie
- g) vodafone
Ein Wort, einsprachig englisch; -; Akronym, (s. u.) Initialwort; -; Sonstiges
Das Akronym setzt sich zusammen aus ‚*voice+data+fone*‘, wobei das griechische *phone* zu *fone* vereinfacht wurde (vgl. vodafone 2021).
- h) Rafiye's BEAUTY LOUNGE
3 Wörter, zweisprachig türkisch (*Rafiye*) + englisch (*beauty, lounge*); Eigenname (Genitiv von *Rafiye*), Nomen (*beauty, lounge*); Kompositum aus *beauty+lounge*; Eigenname, Vorname (*Rafiye*), Allgemeinwortschatz; Friseur / Kosmetik
- i) OPA'S ÄNDERUNGSSCHNEIDEREI
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (Genitiv von *Opa*; *Änderungsschneiderei*); Kompositum aus *Änderung+Fugen-s+Schneiderei*; Allgemeinwortschatz; Handwerk / Industrie
- j) la Borsa, Untertitel: Lederwaren – Accessoires
2 Wörter, einsprachig italienisch; Artikel (*la*), Nomen (*borsa*); -; Allgemeinwortschatz; Schuhe / Lederwaren
Die Inhaberin Regine Riondino ist Italienerin, daher die Motivation für die Wahl der Sprache (vgl. *la Borsa* o.J.). *La borsa* heißt ‚die Tasche‘.
- k) CanCún, Untertitel: Restaurant
Ein Wort, einsprachig spanisch; -; -; Ortsbezeichnung
CanCún ist eine Stadt in Mexiko (vgl. *AHD* 2000: s.v. *Cancún*).
- l) SCHMUCKZEIT
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Schmuckzeit*); Kompositum aus *Schmuck+Zeit*; Allgemeinwortschatz; Schmuck
- TEEZEIT
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Teezeit*); Kompositum aus *Tee+Zeit*; Allgemeinwortschatz; Lebensmittel

⁴⁵⁶ Bei einem Telefongespräch am 18.04.2019 zu seinem Geschäftsnamen befragt, erklärte Inhaber Udo Rauh, ursprünglich hätte der Name *Café PILS* lauten sollen. Die Zeitung druckte dann versehentlich *Café PIPS*, woraufhin er sich entschloss, diesen Namen zu behalten.

⁴⁵⁷ Zu „Mohren“ siehe *Mohren-Apotheke*, Nürnberg, Kapitel 3.4.3.

- Beide Geschäftsnamen beinhalten *Zeit*, wahrscheinlich um zu sagen, es sei Zeit für Schmuck bzw. Tee. Dies sind Anlehnungen an *Freizeit* und *Hochzeit*.
- m) SEUN, Untertitel: SCHMUCK WHISKY
 Ein Wort, einsprachig schottisches Gälisch; Nomen; -; aufgrund der Seltenheit des schottischen Gälisch kann hier keine Eingruppierung in Allgemeinwortschatz erfolgen; Schmuck
Seun bedeutet ‚Charme‘ (vgl. SEUN o.J.).
- n) S. Oliver
 2 Wörter, einsprachig englisch; -; Abkürzung (*S.*); Name aus der Literatur (*Oliver*); Mode
 ‚Sir Oliver‘ geht auf Charles Dickens‘ ‚*Oliver Twist*‘ zurück (vgl. S. Oliver 2021).
- o) Sun Flower, Untertitel: Blumenladen
 2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*sun, flower*); Kompositum aus *sun+flower*; Allgemeinwortschatz; Sonstiges
 Die Getrennschreibung von *Sun Flower* soll vermutlich den Inhalt ‚Blumen‘ verdeutlichen.
- p) Klamotte & more
 2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Klamotte*) + englisch (*more*); Nomen (*Klamotte*), Pronomen (*more*); -; Allgemeinwortschatz; Mode
- q) Schlemmerstube zur blauen Glocke, Untertitel: Metzgerei
 4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Schlemmerstube, Glocke*), Präposition (*zur*), Adjektiv (*blauen*); Kompositum aus *Schlemmer+Stube*; Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
- r) Passion Hair, Untertitel: Lifestyle zum Festpreis
 2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Passion, Hair*); Kompositum aus *Passion+Hair*; Allgemeinwortschatz; Friseur
 Alternativ wäre auch eine Ellipse aus *Passion for Hair* denkbar.
- s) Karin’s Handarbeits Laden, Untertitel: Wolle & Handarbeit
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Eigennamen (Genitiv von *Karin*), Nomen (*Handarbeitsladen*); Kompositum aus *Handarbeit+Fugen-s+Laden*; Eigennamen, Vorname (*Karin*), Allgemeinwortschatz; Freizeit / Hobby / Sport
 Hier ist die Getrennschreibung des Kompositums besonders auffällig, da nach dem Fugenelement abgetrennt wurde.
- t) BLACK CAT, Untertitel: SPORTSBAR CAFE
 2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*black*), Nomen (*cat*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- u) kreHAARtiv, Untertitel: by Marina
 Ein Wort, zweisprachig englisch (*kreativ*) + deutsch; Adjektiv; Hybrid, Wortspiel; -; Friseur
 Das Adjektiv *kreativ* klingt fast wie die hier gewählte Form, die Einfügung von *Haar* bringt den Bezug zur Branche Friseur. *Kreativ* wurde im 19. Jh. aus dem amerikanischen Englisch entlehnt (vgl. Kluge 2011: s.v. *kreativ*).
- v) CVJM
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym aus *CVJM* ‚Christlicher Verein junger Menschen‘ (vgl. CVJM o.J.); -; Sonstiges
- w) Loma Sport
 2 Wörter, zweisprachig deutsch + englisch; Nomen (*Sport*); Akronym und Initialwort (s. u.); Allgemeinwortschatz; Mode
 Das Akronym steht für den Geschäftsinhaber Lothar Ma^{ck} (vgl. *lomasport* o.J.).
- x) ahead PERSONAL
 2 Wörter, zweisprachig englisch (*ahead*) + deutsch (*Personal*); Adverb (*ahead*), Nomen (*Personal*); -; Allgemeinwortschatz; Sonstiges
- y) Arslan Mini Market
 3 Wörter, zweisprachig türkisch (*Arslan*) + englisch (*mini market*); Eigennamen

(*Arslan*), Nomen (*Minimarket*); Kompositum aus *mini*+*Market*; Eigenname, Nachname, Allgemeinwortschatz

z) *velovita*, Untertitel: RAD. SPORT.

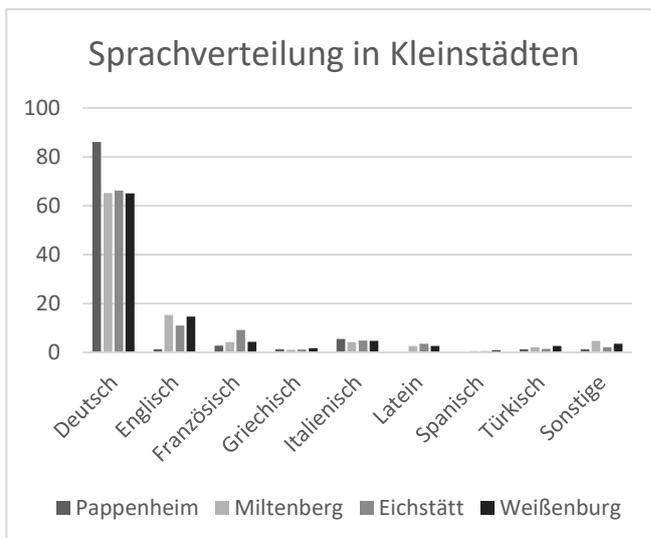
Ein Wort, zweisprachig französisch (*velo*) + italienisch (*vita*); Nomen; Kompositum (s. u.), Hybrid; -; Fahrradgeschäft, also Freizeit / Hobby / Sport

Das Kompositum besteht aus französisch *vélo* ‚Fahrrad‘ + italienisch *vita* ‚Leben‘.

Das Beispiel o) zeigt die Getrenntschreibung von Komposita, die im Folgenden noch öfter vorkommt. Ich sehe darin ein Phänomen, das mit der sog. Leichten und Einfachen Sprache zusammenhängt. *Leichte Sprache* zielt auf Menschen mit Behinderung ab, *Einfache Sprache* auf sogenannte funktionale Analphabeten. Bei diesen Sprachformen werden, neben anderen Besonderheiten, Komposita mit Bindestrichen oder getrennt geschrieben⁴⁵⁸.

3.2.5. Vergleich der Geschäftsschilder der Kleinstädte

Die Pappenheimer Geschäftsschilder weisen mit 1,39 % den mit Abstand niedrigsten Englischanteil auf. Es handelt sich um einen einzigen Eintrag, dieser ist dreisprachig italienisch + englisch + französisch: *Maritas Art Café*. Mit *Art* ist hier Kunst gemeint, deshalb wurde das Wort dem Englischen zugeordnet. Zwar gibt es in Pappenheim Touristen und auch Angebote für diese wie das *Gästehaus Dengler* und das *Gästehaus Engeler*, die Zielgruppe scheint sich jedoch auf den innerdeutschen Raum zu beschränken, wie das deutsche Wort *Gästehaus* zeigt.



⁴⁵⁸ Vgl. bpb 2014b: o.S.

Der höchste Englischanteil unter den deutschen Kleinstädten liegt bei den Miltenberger Schildern mit 15,26 %. Sieht man sich die Einträge an, kann man zum einen die bewusste Wahl von Englisch feststellen wie bei *PUB 111*, *Hanh's Nail Spa*, *In Style*, *select*, *FIGUR IN FORM COOPERATION*, *GO IN*, zum zweiten wegen angestrebter Internationalität englisch gewählte Kettennamen wie *Ernsting's family*, *CECIL*, *Street One*, zum dritten aber auch aus dem Englischen übernommene Lehnwörter wie bei *Libos Fertig Touristik*, *Schuhe + Sport*, *EHRLICH TOURISTIK GmbH & Co. KG*. Bei letzteren sind sich die Firmeninhaber sicherlich nicht bewusst, dass sie englische Bezeichnungen gewählt haben. Im Übrigen liegt bei diesen die Eingruppierung als englisch an der von mir gewählten Definition⁴⁵⁹.

Den höchsten Französischanteil haben die Eichstätter Schilder mit 9,11 %. Dies ist der höchste im Deutschlandteil meines Korpus'. Darunter fallen der Baumarkt *OBI*®, das Lebensmittelgeschäft *Chocolatique*, das Modegeschäft *Lisette*, das *CAFE-BISTRO Journal*, das Modegeschäft *Charles Vögele*. Unerwartet mag das Elektronikgeschäft *expert arndt* in dieser Kategorie anmuten, aber das Wort *Experte* wurde erst im 19. Jh. aus dem Französischen übernommen. Hinzu kommen einige *Cafés*, *Restaurants* sowie Autohändler, da auch das Wort *Automobil* am Anfang des 20. Jh.s aus dieser Sprache übernommen wurde.

Die meisten Adjektive auf den von mir für Deutschland untersuchten Schildern finden sich in Pappenheim. Dies liegt daran, dass im Ortszentrum auch Einrichtungen wie *Bayerisches Rotes Kreuz*, *Freiwillige Feuerwehr Pappenheim*, *Gräfliche Verwaltung* und *Gräflich-Pappenheimsche Hofgärtnerei* vorkommen. Die übrigen Adjektive finden sich bei gastronomischen Betrieben wie *Zum Goldenen Löwen* oder *Landgasthof zum Grünen Baum*.

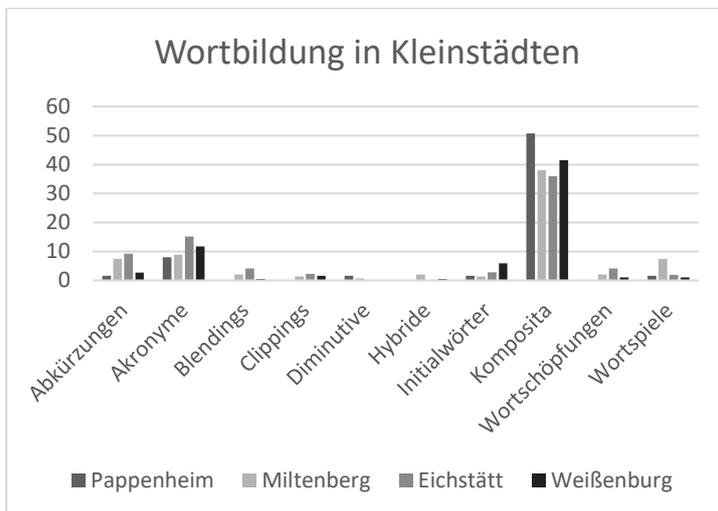
In Miltenberg ist erstmalig eine Konjunktion (Zipf's WEIN- UND GASTHOF STEUER), ein Zahlwort (*Street One*) sowie ein Hybrid (*Eiscafé Cortina*) belegt. *Eiscafé* setzt sich zusammen aus dem deutschen Wort *Eis* und dem französischen Wort *Café*. *Café* wird nicht wegen seiner französischen Schreibung mit Akzent dieser Sprache zugeordnet, sondern weil es in der jetzigen Bedeutung erst seit

⁴⁵⁹ In der Alternativauszählung in Kapitel 3.12. werden solche Wörter als deutsch bewertet, sofern sie häufig sind.

dem 19. Jh. im Deutschen Verwendung findet⁴⁶⁰. Durch die zusätzlichen Wortarten wird das Bild variantenreicher.

Die Pappenheimer Schilder haben den höchsten Anteil an Präpositionen, wofür hauptsächlich die Gastwirtschaften verantwortlich sind: *DÖNER BEIM DEMIR*; *Gasthaus Zum Stern, Zum Lindenkirt, bei Raffi, Gasthof zum Goldenen Hirschen, Gasthof zur Sonne, Zum Goldenen Löwen*. Die einzige Ausnahme ist die *Praxis für Logopädie*. Auch hierin sehe ich eine Präferenz der Pappenheimer für Präpositionen bei Gastwirtschaften, die als lokale Besonderheit gelten kann, ähnlich wie die Vorliebe der Dollnsteiner für gebrochene Schriftarten.

Die meisten Akronyme finden sich in Eichstätt, z. B. *AWG Mode Center* (Allgemeine Warenvertriebsgesellschaft), *dm* (Drogeriemarkt), *A.Z.E.* (Auto Zentrum Eichstätt), *JÄGLE VERKEHRBETRIEBE GmbH*, *SB Car Wash Center* (Selbstbedienung), *TÜV SÜD* (Technischer Überwachungsverein), *GIMA® ABHOLLAGER* (Gips- und Malerbedarf), *WW MobiTec AUTOVERMIETUNG* (Wüst & Weigand) etc. Darunter sind nicht nur Ketten wie *dm*, sondern auch lokale Betriebe wie *Wüst & Weigand*. Daher interpretiere ich diese Häufung als Eichstätter Präferenz, wobei allerdings nicht unberücksichtigt bleiben darf, dass mehrfach Gesellschaftsformen wie *GmbH* vorkommen. Bei Firmenschildern sind diese Angaben jedoch keine Vorschrift.



Dasselbe gilt für die Besonderheiten der Wortbildung, da bei den Schildern der Kleinstädte erstmals ein Hybrid zu sehen ist, *Mildent milde Zahnmedizin* (Miltenberg)⁴⁶¹. Der Trend zu einer größeren Bandbreite an Wortbildungsarten

⁴⁶⁰ Vgl. Kluge 2011: s.v. *Café*

⁴⁶¹ Vgl. Kapitel 3.2.2., Beispiel h)

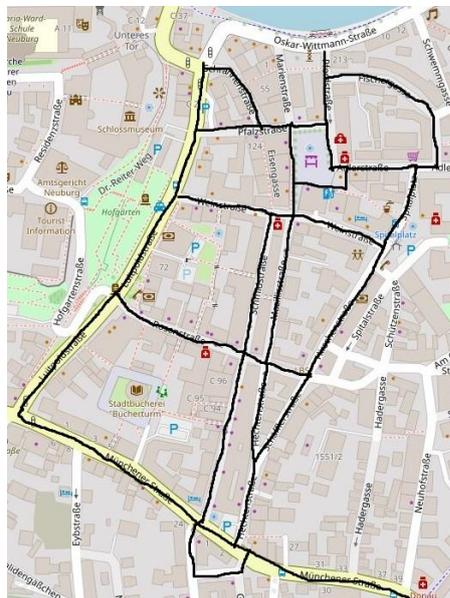
setzt sich bei den Mittelstädten fort. Der Anteil der Eigennamen geht im Bereich der Kleinstädte ebenso kontinuierlich zurück wie derjenige des Allgemeinwortschatzes.

3.3. Die Mittelstädte

3.3.1. Neuburg an der Donau

Die Mittelstadt Neuburg an der Donau⁴⁶² ist Sitz der Kreisverwaltung des Landkreises Neuburg-Schrobenhausen im bayerischen Regierungsbezirk Oberbayern. Sie liegt auf 403 m ü. NHN am Südrand der *Fränkischen Alb* zwischen Ingolstadt und Donauwörth an der B 16 sowie zwischen Eichstätt und Schrobenhausen⁴⁶³. Es gab eine alte Burg, die ca. 5 km westlich der heutigen Stadt lag. Deren Neugründung auf dem strategisch günstig gelegenen Jurafelsen brachte die Bezeichnung *Neuburg* mit sich⁴⁶⁴.

In der Stadt waren am 31.03.2021 29.714 Einwohner gemeldet. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 11,13 %⁴⁶⁵.



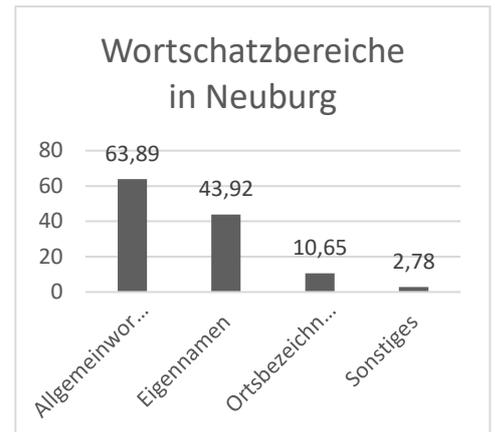
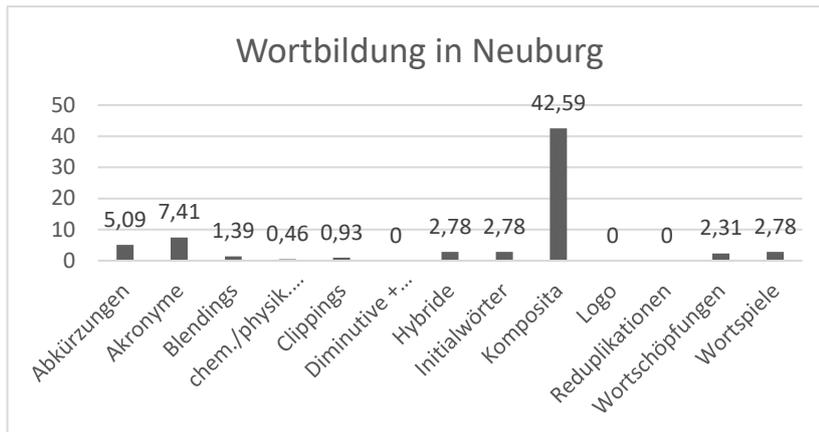
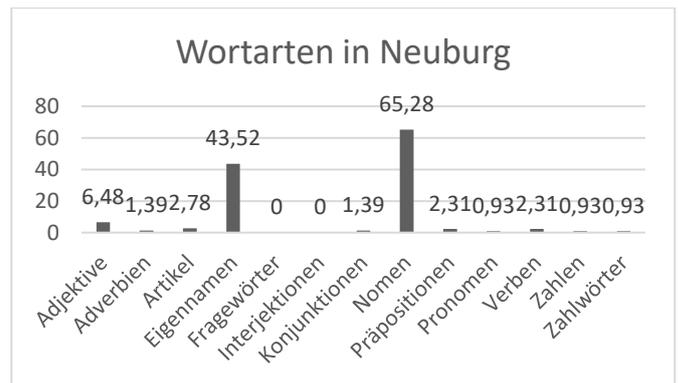
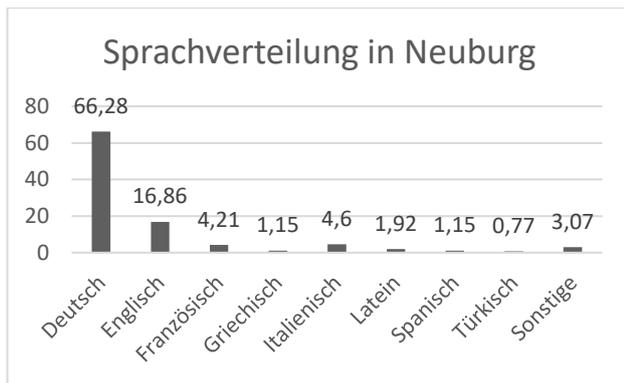
In Neuburg wurden 216 Geschäftsschilder mit 261 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,18 Wörtern erfasst.

⁴⁶² offiziell: a. d. Donau

⁴⁶³ Vgl. openstreetmap o.J.; Körner / Schmid 2006a: 549-553; Neuburg an der Donau 2021; BayernAtlas 2021

⁴⁶⁴ Vgl. Körner / Schmid 2006a: 549-553; Neuburg an der Donau 2021; Strassberger 2014; BayernAtlas 2021

⁴⁶⁵ Vgl. LfStat 2018: Große Kreisstadt Neuburg an der Donau; UrbiStat 2023



Beispiele der Neuburger Geschäftsschilder sind die folgenden:

- ATLANTIS, Untertitel: GRIECHISCHE SPEZIALITÄTEN
Ein Wort, einsprachig griechisch; -; -; Begriff aus der Mythologie (vgl. *AHD* 2000: s.v. *Atlantis*); Gastronomie
- Rob's Bar, Untertitel: kleinste Bar der Stadt
2 Wörter, einsprachig englisch (*Bar*); Eigenname (Genitiv von *Rob*), Nomen (*Bar*); -; Eigenname, Vorname (*Rob*, Kurzform von ‚Robert‘), Allgemeinwortschatz
- Cafe Luitpold
2 Wörter, zweisprachig französisch (*Cafe*) + deutsch (*Luitpold*); Nomen (*Cafe*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (s. u.)
Das Café befindet sich in der Luitpoldstraße 66.
- schuler, Untertitel: Sanitär Heizung Lüftung
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Schuler*); -; Eigenname, Nachname (*Schuler*); Handwerk / Industrie
- IL PINGUINO
2 Wörter, einsprachig italienisch; Artikel (*il*), Nomen (*pinguino*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Il pinguino ‚Der Pinguin‘
- BILTECH, Untertitel: bildung und technik
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Biltech*); Blend aus *Bildung*+*Technik* (siehe Untertitel); -; Bildung
- acus filumetforfex, Untertitel: Der Tuchhändler, Schlossfeststoffe, Gewandschneiderei & allerley Kurzweyl
2 Wörter, einsprachig lateinisch; Nomen (*acus*, *filum*, *forfex*), Konjunktion (*et*); Kompositum bzw. Blend aus *filum*+*et*+*forfex*; -; Handwerk / Industrie
‚Nadel, Faden und Schere‘; Das Zusammenschreiben von *filumetforfex* greift die im Kapitel 2.3 erwähnte Schreibung ohne Wortabstände auf, die zur Zeit des *Imperium Romanum* üblich war. Die Wahl der Sprache weist ebenso weit zurück. Das

- Geschäft stellt Kleidung für das Neuburger Schlossfest her, das allerdings die Renaissance wiederaufleben lässt (vgl. Neuburger Schlossfest 2023: o.S.).
- h) Da Angelo's, Untertitel: Pizzeria
 2 Wörter, einsprachig italienisch; Präposition (*da*), Eigenname (Genitiv von *Angelo*); -; Eigenname, Vorname (*Angelo*); Gastronomie
 Bei diesem Schild wurden zwei übliche Formen, ein Geschäft mit einem Namen zu benennen, kombiniert, nämlich *Da Angelo* ‚Bei Angelo‘ und *Angelo's* als elliptische Form für ‚Angelos Pizzeria‘.
- i) Cafe Wort.Schatz
 3 Wörter, zweisprachig französisch (*Cafe*) + deutsch (*Wortschatz*); Nomen (*Cafe*, *Wortschatz*); Kompositum aus *Wort+Schatz*, Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz, Gastronomie
 Die erwähnte Getrennschreibung von Komposita sieht man hier erneut, wobei diese vermutlich den Zweck erfüllen soll, dass das Wort *Schatz* eine Betonung erfährt. Dies wird als Wortspiel bewertet. Der Punkt hinter *Wort* betont dies noch.
- j) WERKFACH, Untertitel: PROJECT, bistrot, kunst & handwerk
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Werkfach*); Kompositum aus *Werk+Fach*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
 Das *WERKFACH* ist eine Kombination aus Gastronomie und der Möglichkeit, selbsthergestellte Waren zu verkaufen (vgl. Werkfach 2021).
- k) Reise-Insel
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Reiseinsel*); Kompositum aus *Reise+Insel*; Allgemeinwortschatz; Reisebüro, also Freizeit / Hobby / Sport
- l) HP., Untertitel: Mediendesign + Druck
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Abkürzung (s. u.); -; Handwerk / Industrie
HP steht für den Inhaber ‚Helmut Pöschl‘ (vgl. HP 2019).
- m) Weberei AMMLER, Untertitel: Teppiche nach Maß
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Weberei*), Eigenname (*Ammler*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Ammler*); Einrichtung / Haushaltswaren
- n) Très chic KK, Untertitel: Fashion for women, men & dogs
 3 Wörter, zweisprachig französisch (*très chic*) und nicht zuzuordnen (*KK*, s. u.); Adverb (*très*), Adjektiv (*chic*); Abkürzung (*KK*); Allgemeinwortschatz; Mode
KK steht für die Inhaberin ‚Kamila Kotrych‘ (vgl. neuburg.com o.J.: Firmen).
- o) ISABEL PATEL – Ideenquell
 3 Wörter, zweisprachig deutsch (*Isabel*) + indisch (*Patel*); Eigenname (*Isabel Patel*), Nomen (*Ideenquell*); Kompositum aus *Ideen+Quell(e)*; Eigenname, Vorname (*Isabel*), Nachname (*Patel*), Allgemeinwortschatz; Kunstpostkarten und Accessoires, also Kunstgegenstände / Bilder / Briefmarken / Münzen etc.
 Der Vorname, der Nachname und der Zusatz *Ideenquell* reimen sich.
- p) Break Time, Untertitel: Bakery Bistro
 2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Breaktime*); Kompositum aus *break+time*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
 Der Eintrag ist vergleichbar mit *Schmuckzeit* und *Teezeit* aus Kapitel 3.2.4.
- q) anziehend, Untertitel: die besondere Mode für die Frau
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Adjektiv (*anziehend*); Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Mode
Anziehend spielt mit der Doppelbedeutung ‚hübsch‘ und ‚etwas, das zum Anziehen geeignet ist‘.
- r) msn, Untertitel: MUSIKSCHULE NEURBURG
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym (siehe Untertitel); -; Bildung
- s) AVjS, Untertitel: Personal
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym (s. u.); -; Personalvermittlung, also Sonstiges
Arbeitsvermittlung, Gründer: Johann Streitberger (vgl. AVjS o.J.)

- t) [hairkiller®], Untertitel: Mit der Lizenz zum Stylen
 Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (hairkiller); Kompositum aus hair+killer; Allgemeinwortschatz; Friseur
 Der Untertitel weist darauf hin, dass der Titel als Anspielung auf den Film *James Bond 007 – Lizenz zum Töten* gemeint ist (vgl. moviepilot o.J.).
- u) www.wittmann-reisecenter.de
 4 Wörter, zweisprachig englisch (*www*, *Center*) + deutsch; Eigenname (*Wittmann*), Nomen (*Reisecenter*); Akronym (*www* für ‚world wide web‘), Kompositum aus *Reise*+*Center*, Hybrid aus deutsch *Reise* + englisch *Center*, Abkürzung (*de* für ‚Deutschland‘); Eigenname, Nachname (*Wittmann*), Allgemeinwortschatz; Reisebüro, also Freizeit / Hobby / Sport
 Das Reisebüro hat eine Internetadresse für sein Schild gewählt, wohl wegen des internationalen Touchs. Die Adresse existiert als: <https://wittmann-reisecenter.de/>
- v) Cafe Zeitlos, Untertitel: Café Bistro Bar
 2 Wörter, zweisprachig französisch (*Cafe*) + deutsch; Nomen (*Cafe*), Adjektiv (*zeitlos*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- w) GANESHA, Untertitel: INDISCHES RESTAURANT
 Ein Wort, einsprachig indisch; -; -; Name aus der Religion (vgl. *AHD* 2000: s.v. *Ganesha*); Gastronomie
- x) schuhboutick
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Schuhboutick*); Kompositum aus *Schuh*+*Boutique*, Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Schuhe⁴⁶⁶.
- y) ShishCo, Untertitel: SHISHALOUNGE & COCKTAILBAR
 Ein Wort, zweisprachig arabisch (*Shisha*) + deutsch (*Co.*); Nomen; Blend aus ‚*Shisha* + *Compagnie*‘, Hybrid; -; Gastronomie
- z) Dea Vitrum, Untertitel: Glaskunst in Vollendung
 2 Wörter, einsprachig lateinisch; Nomen (*dea*, *vitrum*); -; Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltswaren
 Der Eintrag kann nicht als Kompositum interpretiert werden, da lediglich die beiden Wörter ‚Göttin‘, und ‚Glas‘ nebeneinandergestellt sind. Als Kompositum müsste es *dea vitri* = ‚Göttin des Glases, Glasgöttin‘ oder *deae vitrum* ‚der Göttin Glas, Glas der Göttin‘ heißen.

3.3.2. Ansbach

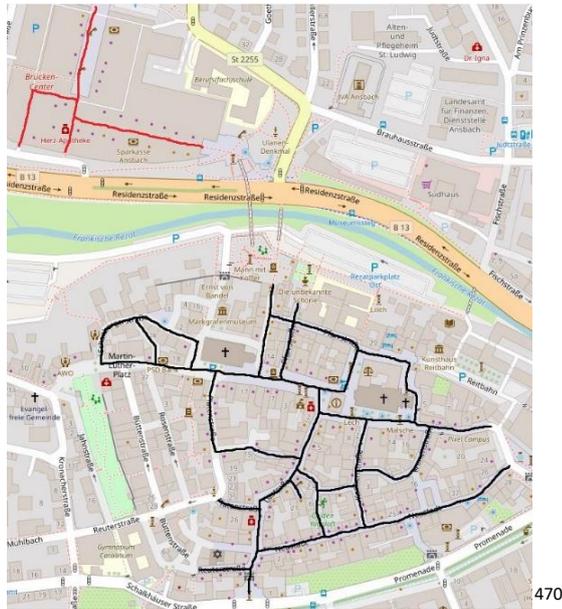
Der Sitz des bayerischen Regierungsbezirks Mittelfranken befindet sich in der kreisfreien Stadt Ansbach. Die Stadt liegt auf 404 m ü. NHN an der Fränkischen Rezat, an der B 13 etwa auf halber Strecke zwischen Würzburg und Ingolstadt sowie unweit der A 6 zwischen Nürnberg und Heilbronn⁴⁶⁷. Als die Franken im 8. Jh. das Gebiet besiedelten, soll ein Sippenoberhaupt namens *Onold* den heutigen Ort begründet haben. Nach ihm wurde der *Onoldsbach* benannt, der hier in die *Fränkische Rezat* fließt, und später auch der Ort *Ansbach*⁴⁶⁸.

⁴⁶⁶ Mit der ungewöhnlichen Schreibweise werden *Boutique* + *Tick* verbunden. Dies spielt auf den *Schuh*tick an, den man Frauen mitunter nachsagt, vgl. Quarks & Co. 2017: *Schuh*tick.

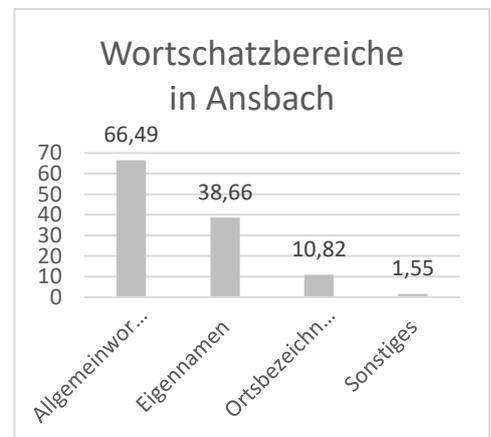
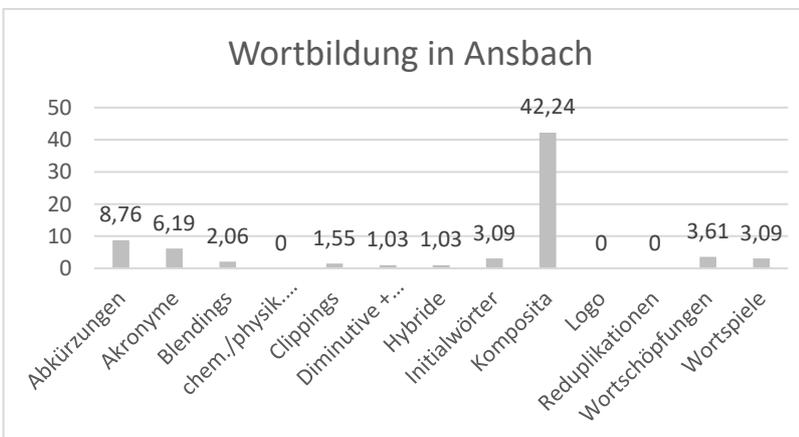
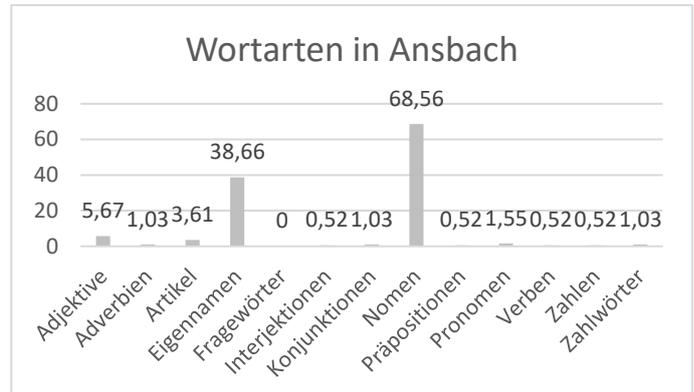
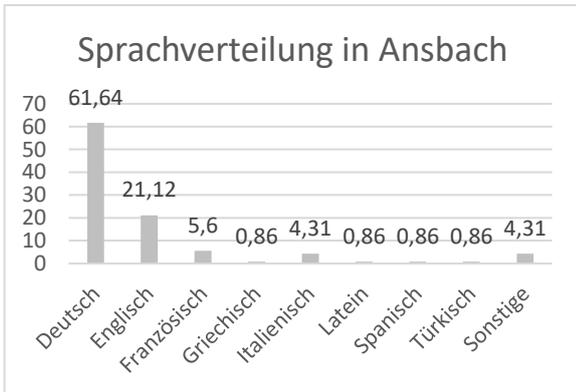
⁴⁶⁷ Vgl. openstreetmap o.J.

⁴⁶⁸ Vgl. Stadt Ansbach o.J.; Ansbach-Stadtjubiläum o.J.: Meilensteine

In der Stadt waren am 31.03.2021 41.588 Einwohner gemeldet. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 15,05 %⁴⁶⁹.



Die 194 erfassten Ansbacher Geschäftsschilder mit 232 Sprachanteilen haben durchschnittlich 1,81 Wörter.



⁴⁶⁹ Vgl. LfStat 2020: Ansbach; UrbiStat 2023

⁴⁷⁰ Rot gekennzeichnet sind Einkaufszentren. Dies gilt ebenso für nachfolgende Grafiken.

Beispiele der Ansbacher Geschäftsschilder sind die folgenden:

- a) Ansbacher Kräuter u. Teeladen, Untertitel: Tee- u. Zubehör, Heilkräuter, Gewürze
4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Kräuter*, *Teeladen*), Konjunktion (*und*);
Abkürzung (*u.* für ‚und‘), Kompositum aus *Tee+Laden*; Allgemeinwortschatz,
Ortsbezeichnung (*Ansbacher*)
- b) THE FLYER PUB
3 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*), Nomen (*flyer*, *pub*); -; Allgemein-
wortschatz; Gastronomie
Der Name des Pubs ist im Zusammenhang mit den lange Zeit in Ansbach bzw. in
der Nähe stationierten amerikanischen Soldaten zu sehen.
- c) la famiglia, Untertitel: RESTAURANT BAR CAFÉ
2 Wörter, einsprachig italienisch; Artikel (*la*), Nomen (*famiglia*); Allgemeinwort-
schatz; Gastronomie
- d) BOX, Untertitel: LOTTO HERMES
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*box*); -; Allgemeinwortschatz; Tabak /
Glücksspiel / Zeitungen
- e) Die WERKSTATT N2
3 Wörter, einsprachig deutsch; Artikel (*die*), Nomen (*Werkstatt*); Abkürzung (*N*
für ‚Neustadt‘); Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Neustadt*); Sonstiges
Die Adresse des Motorradclub-Vereinsheims ist Neustadt 2 (vgl. Facebook: Werk-
statt N2).
- f) Jägerndorfer Heimatstuben
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Heimatstuben*); Kompositum aus *Hei-*
mat+Stuben; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Jägerndorfer*); Sonstiges
Jägerndorf ist ein Ort im Sudetenland, für den Ansbach die Patenschaft übernom-
men hat. Dies hängt mit den Ansbacher Sudeten zusammen (vgl. Jägerndorf 2020).
- g) BÜCHER PUSTET.de
3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Bücher*), Eigenname (*Pustet*); Abkürzung
(*de*); Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Pustet*); Bücher
Das Schild ist wie eine Internetadresse geschrieben, die tatsächliche Homepage der
Buchladenkette ist <https://www.pustet.de/>.
- h) TC Buckenmaier, Untertitel: Mode erleben
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Buckenmaier*); Akronym (*TC*. s. u.);
Eigenname, Nachname (*Buckenmaier*); Mode
TC für ‚Täschner Crailsheim‘ ist der Name des Vorläufergeschäftes (vgl. Südwest-
presse 2019).
- i) efendi, Untertitel: turkish food, Döner & more
Ein Wort, einsprachig türkisch; Nomen (*efendi*); -; Allgemeinwortschatz; Gastro-
nomie
Efendi heißt ‚Herr‘.
- j) C & A
2 Wörter, einsprachig deutsch; -; Abkürzung (s. u.); -; Mode
‚Clemens & August‘ Brenninkmeyer waren die aus Westfalen stammenden Fir-
mengründer (vgl. FAZ 2005).
- k) BROTHAUS, Untertitel: Bäcker seit 1616
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Brothaus*); Kompositum aus *Brot+Haus*;
Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
- l) CAP’S & CO., Untertitel: by EXPLICIT
2 Wörter, zweisprachig englisch (*cap’s*) + deutsch (*Co.*); Nomen (*caps*); Abkür-
zung (*Co.* für ‚Compagnie‘, vgl. Duden 2006: s.v. *Co.*); Allgemeinwortschatz;
Kopfbedeckungen, also Mode
Der Apostroph ist hier eigentlich fehl am Platz, da es sich um eine Pluralform und
nicht um einen Genitiv handelt.

- m) FRISÖR X-PRESS
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Frisör, Express*); Kompositum aus *Frisör+Express*; Allgemeinwortschatz; Friseur
 Das Wort *X-PRESS* weist eine ungewöhnliche Schreibweise auf, die möglicherweise eine Anlehnung an amerikanische Vereinfachungen wie *X-mas* darstellt. Das Adjektiv *express*, hier nominalisiert, wird bereits seit dem 13. Jh. im Deutschen verwendet (vgl. Kluge 2011: s.v. *express*).
- n) florales, Untertitel: sonja kormann
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Florales*, durch die Endung eindeutig nominalisiert; Entlehnung aus dem 17. Jh., vgl. Kluge 2011: s.v. *floral*); -; Allgemeinwortschatz; Blumengeschäft, also Sonstiges
- o) escandella, Untertitel: fashion made in Italy
 Ein Wort, einsprachig italienisch; -; Wortschöpfung; -; Mode
 Die Bedeutung bzw. Motivation für den Geschäftsnamen konnte nicht geklärt werden.
- p) City Sportsbar Ansbach
 3 Wörter, zweisprachig deutsch (*City, Ansbach*) + englisch (*Sport, Bar*); Nomen (*City, Sportsbar*); Kompositum aus *Sports+Bar*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*City, Ansbach*); Gastronomie
 Während *City* schon im 18. Jh. aus dem Englischen entlehnt wurde, fand dies bei *Sport* erst im 19. Jh. statt, vgl. Kluge 2011: s.vv. *City, Sport*.)
- q) My Repair Store
 3 Wörter, einsprachig englisch; Possessivpronomen (*my*), Nomen (*Repair Store*); Kompositum aus *Repair+Store*; Allgemeinwortschatz; Elektronik
- r) Sai-Thai, Untertitel: Imbiss und Restaurant, Authentic Thai food
 2 Wörter, zweisprachig thai (*Sai*) + deutsch (*Thai*); Eigenname (*Sai*); -; Eigenname, Vorname (*Sai*), Ortsbezeichnung (*Thai*); Gastronomie
- s) probierbar, Untertitel: BAR CAFE STORE
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Adjektiv (*probierbar*); Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Gastronomie
 Das Suffix *-bar* wird hier auch im Sinne des Substantivs *Bar* verwendet.
DER Haarbaron, Untertitel: Haar & Bar Kultur
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Artikel (*der*), Nomen (*Haarbaron*); Kompositum aus *Haar+Baron*, Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Friseur
 Das Geschäft ist eine Kombination aus Gastronomie und Friseurbetrieb, was durch die andersfarbige Schreibung von *-bar-* betont wird. Es handelt sich also um eine *Bar*, deren Inhaber sich als *Baron* bezeichnet. Auch hier sind im Untertitel Komposita getrennt geschrieben.
- t) Danys Cupcakery, Untertitel: CUPCAKES & CATERING
 2 Wörter, einsprachig englisch; Eigenname (Genitiv von *Dany*), Nomen (*Cupcakery*); Kompositum aus *cup+cake+ry*; Eigenname, Vorname (*Dany*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
 Trotz der englischen Sprache wird hier beim Genitiv kein Apostroph verwendet.
- u) Lustobjekte !
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (Lustobjekte); Kompositum aus *Lust+Objekte*; Allgemeinwortschatz; Mode
 Das abgesetzte Ausrufezeichen soll wohl besondere Aufmerksamkeit erregen.
- v) Street One
 2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Street*), Zahlwort (*one*); -; Allgemeinwortschatz; Mode
- w) VR Immo-Service
 3 Wörter, zweisprachig deutsch (*VR, Immo*) + englisch (*Service*); Nomen (*Service*); Akronym (*VR* ‚Volkbank-Raiffeisenbank‘), Clipping (*Immo* aus ‚Immobilien‘); Allgemeinwortschatz; Immobilienmakler / Architekten / Ingenieure

x) NEUSTADT APOTHEKE

2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Apotheke*); Kompositum aus *Neu+Stadt+Apotheke*; Ortsbezeichnung (*Neustadt* bezieht sich auf die Adresse: Neustadt 25-27), Allgemeinwortschatz; Gesundheit

y) GINA LAURA

2 Wörter, einsprachig italienisch; -; Wortschöpfung; -; Mode
Die Eingruppierung erfolgte als Wortschöpfung, weil die Motivation für die beiden Vornamen nur auf der Sprache, dem Geschlecht und dem als angenehm empfundenen Klang beruht. Die Firma wurde nämlich in Oldenburg in Norddeutschland gegründet (vgl. Wikipedia: s.v. *Gina Laura*).

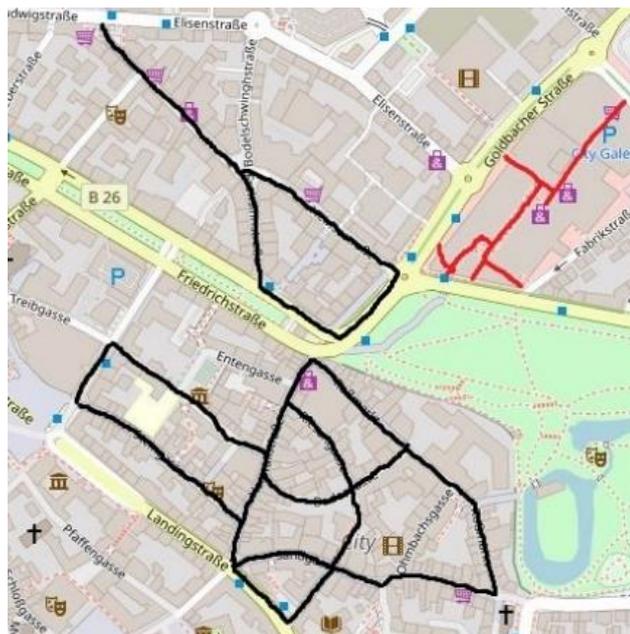
z) LEGO C.F: WEBER

3 Wörter, zweisprachig dänisch (*Lego*) + deutsch (*C.F. Weber*); Eigenname (*C.F. Weber*); Akronym und Initialwort (s. u.), Abkürzung (*C, F*); Eigenname, Nachname (*Weber*); Freizeit / Hobby / Sport
Lego kommt von dänisch *leg godt* ‚spiel gut‘ (vgl. kunst-worte 2022: s.v. *Lego*).

3.3.3. Aschaffenburg

Die kreisfreie Stadt Aschaffenburg befindet sich im bayerischen Regierungsbezirk Unterfranken. Sie liegt auf 138 m ü. NHN am nordwestlichen Teil des Mainvierecks zwischen Würzburg und Frankfurt an der A 3⁴⁷¹. Namensgeber der Stadt ist das Flüsschen *Aschaff*, das zwischen Aschaffenburg und Mainaschaff in den Main mündet, sowie die über der Stadt befindliche Burg⁴⁷².

In der Stadt waren am 31.03.2021 70.996 Einwohner gemeldet. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 17,42 %⁴⁷³.

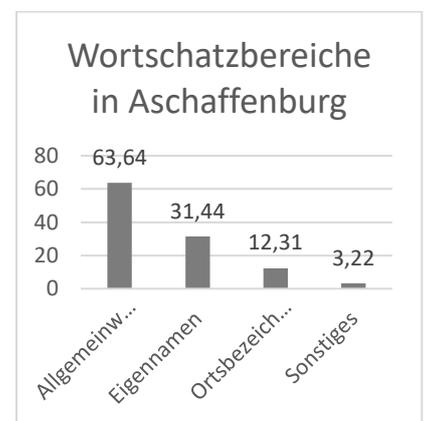
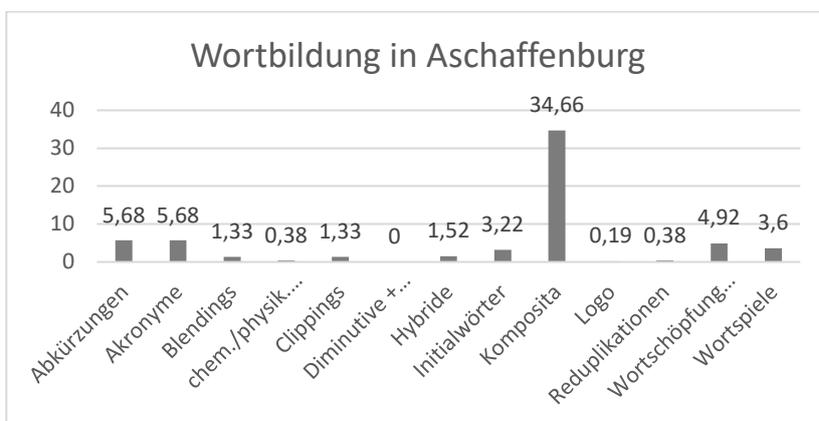
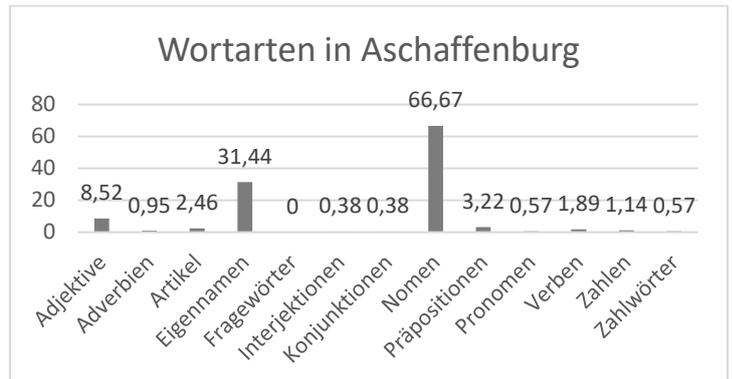
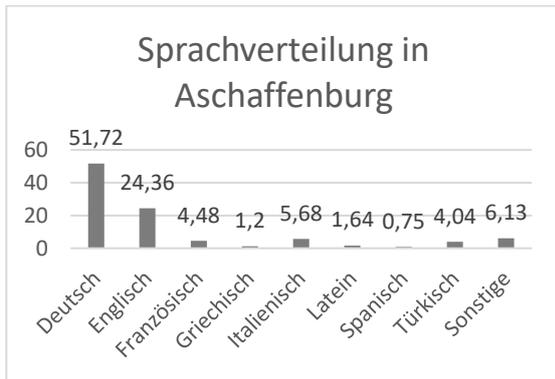


⁴⁷¹ Vgl. openstreetmap o.J.; BayernAtlas 2021

⁴⁷² Vgl. Körner / Schmid 2006b: 19-26

⁴⁷³ Vgl. LfStat 2020: Aschaffenburg; UrbiStat 2023

In Aschaffenburg wurden 528 Geschäftsschilder mit 667 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,69 Wörtern erfasst.



Beispiele der Aschaffener Geschäftsschilder sind die folgenden:

- adam & eva; • Wäsche • Strümpfe • Bademoden
2 Wörter, einsprachig deutsch; -; -; Namen aus der Religion (vgl. 1. Buch Mose); Mode
- VOGL
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigename (*Vogl*); -; Eigename, Nachname (*Vogl*); Schmuck
- FrauenZimmer
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Frauenzimmer*); Kompositum aus *Frauen+Zimmer*, Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Mode
Das eigentlich pejorative Wort *Frauenzimmer* wird hier umgedeutet, und zwar als ‚Zimmer für Frauen‘ mit der Bedeutung ‚Geschäft für Frauen‘.
- UNITED COLORS OF BENETTON.
4 Wörter, zweisprachig englisch (*united colors of*) + italienisch (*Benetton*); Adjektiv (*united*), Nomen (*colors*), Präposition (*of*), Eigename (*Benetton*); -; Allgemeinwortschatz, Eigename, Nachname (*Benetton*); Mode
Die Verwendung des Punktes dürfte eher einer Art Statement gleichkommen als einer historischen Verwendung⁴⁷⁴.
- Marc O'Polo
2 Wörter, einsprachig italienisch; -; Wortspiel (s. u.); Name aus der Geschichte (*Marco Polo*); Mode
Einer der drei Gründer der schwedischen Firma, der einzige Amerikaner, Jerry O.

⁴⁷⁴ Zur Bedeutung von beidem siehe Kapitel 4.3 und 4.5.

- Sheets, hat bei der umgeformten Schreibung des Forschers *Marco Polo* vermutlich seinen zweiten Vornamen mit eingebracht (vgl. Marc O'Polo o.J.).
- f) Dölger's, Untertitel: EHRlich. FRISCH. SELBSTGEMACHT.
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (Genitiv von *Dölger*); -; Eigenname, Nachname (*Dölger*); Lebensmittel
- g) wurstbendel, Untertitel: wirtshaus
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Wurst*), Eigenname (*Bendel*); Kompositum aus *Wurst+Bendel*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Bendel*); Gastronomie
- h) pano, Untertitel: Brot & Kaffee
Ein Wort, einsprachig esperanto; Nomen (*pano*); -; Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Pano heißt in Esperanto ‚Brot‘ (vgl. *pano* o.J.).
- i) Charbell, Untertitel: JUNGE MODE ACCESSOIRES
Ein Wort, einsprachig französisch; Eigenname (*Charbell*); -; Eigenname, Nachname (*Charbell*); Mode
- j) SUSHI BA
2 Wörter, einsprachig japanisch; Nomen (*Sushi*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Die Anfrage zur Bedeutung von BA vom 31.10.2019 blieb unbeantwortet.
- k) GMS, Untertitel: Schlüsseldienst Schuhreparatur
Ein Wort, dreisprachig türkisch (*G* für ‚Gilmer‘) + lateinisch (*multi* für ‚viele‘) + englisch (*Service*); -; Akronym (*GMS*); -; Sonstiges
GMS steht für ‚Gilmer's Multi Service‘ (vgl. *GMS* o.J.).
- l) BiG FUN SPIELHALLE
3 Wörter, zweisprachig englisch (*big fun*) + deutsch (*Spielhalle*); Adjektiv (*big*), Nomen (*fun*, *Spielhalle*); Kompositum aus *Spiel+Halle*; Allgemeinwortschatz; Tabak / Glücksspiel / Zeitungen
Die Mischung aus Majuskeln und Minuskeln dient hier dazu, eine einheitliche Buchstabengröße zu erreichen:

- m) ANUSCH, Untertitel: Teppich-Restaurierungen, Wäscherei & Verkauf
Ein Wort, einsprachig armenisch; Eigenname (*Anusch*); -; Eigenname, Vorname (*Anusch*); Einrichtung / Haushaltwaren⁴⁷⁵
- n) Eternal Art, Untertitel: Tattoo & Piercing
2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*eternal*), Nomen (*art*); -; Allgemeinwortschatz; Sonstiges
- o) KUNSTLANDING
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Kunstlanding*); Kompositum aus *Kunst+Landing*, Wortschöpfung; Ortsbezeichnung (s. u.); Kunstgegenstände etc.
Der Kunstverein *KUNSTLANDING* hat die Adresse Landingstraße 16.
- p) LEBENSWERT, Untertitel: GASTHAUS & BAR
Ein Wort, einsprachig deutsch; Adjektiv (*lebenswert*); Kompositum aus *Leben+Fugen-s+wert*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- q) Die Brücke, Untertitel: Bücher • Edelsteine • Aloe Vera
2 Wörter, einsprachig deutsch; Artikel (*die*), Nomen (*Brücke*); -; Allgemeinwortschatz; Bücher
- r) OBERLE, Untertitel: Strumpfmode
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Oberle*); -; Eigenname, Nachname (*Oberle*); Mode

⁴⁷⁵ Genaueres hierzu siehe Kapitel 4.2.1.

- s) WollMÄDCHEN, Untertitel: MODE MIT WOLLE
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Wollmädchen*); Kompositum aus *Woll(e)+Mädchen*; Allgemeinwortschatz; Mode
- t) STORY Stage, Untertitel: Märchentheater
 2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*story, stage*); Kompositum aus *Story+Stage*; Allgemeinwortschatz; Freizeit / Hobby / Sport
- u) MARBYLL
 Ein Wort, zweisprachig italienisch (*Maritta*) + deutsch (*Sybille*); -; Blend (*Maritta + Sybille*); -; Schuhe
 Die Firmengründerinnen fügten ihre Vornamen zusammen (E-Mail Auskunft vom 15.02.2019).
- v) ART & FLOOR, Untertitel: by Kaschani
 2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*art, floor*); -; Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltswaren
- w) Cestino di Carmen
 3 Wörter, einsprachig italienisch; Nomen (*cestino*), Präposition (*di*), Eigenname (*Carmen*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Vorname (*Carmen*); Lebensmittel *Cestino di Carmen* ‚Korb von Carmen‘ oder ‚Carmens Korb‘
- x) HAUS SCHÄDLICH
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Haus*), Eigenname (*Schädlich*⁴⁷⁶); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Schädlich*); Mode
- y) S salon, Untertitel: suppen sandwiches salate
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Salon*); Abkürzung (*S*), Kompositum aus *S+Salon*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
 Das <S> erfüllt einen doppelten Zweck, als Abkürzung für die angebotenen Speisen ‚Suppen, Sandwiches, Salate‘ (siehe Untertitel), und es steht für ‚Ess-‘.
- z) hairlounge francesco, Untertitel: hairstylist
 2 Wörter, zweisprachig englisch (*hairlounge*) + italienisch (*Francesco*); Nomen (*hairlounge*), Eigenname; Kompositum aus *hair+lounge*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Vorname (*Francesco*); Friseur

3.3.4. Hanau

Die Mittelstadt Hanau ist Sitz des Main-Kinzig-Kreises. Die Kinzig mündet hier am nordwestlichen Ende des Mainvierecks in den Untermain. Hanau liegt im hessischen Regierungsbezirk Darmstadt auf 106 m ü. NHN nordöstlich von Frankfurt am Main an der B 45 und der B 8. Letztere führt von Würzburg über Aschaffenburg nach Frankfurt am Main⁴⁷⁷. Der Ortsname geht auf *Hagenowa* ‚Hag mit einer Au‘ zurück⁴⁷⁸.

⁴⁷⁶ Einen solchen Eigennamen in den Geschäftsnamen einzubringen, mag einigen Mut erfordern. Vor der Handelsrechtsreform von 1998 war es jedoch Pflicht, den Eigennamen in der Firma zu führen.

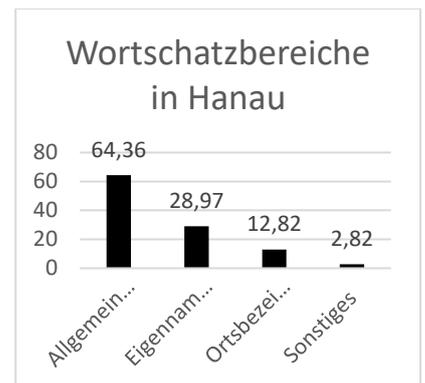
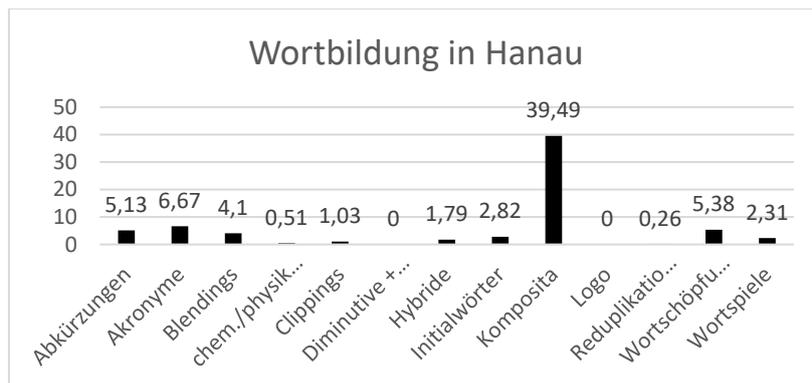
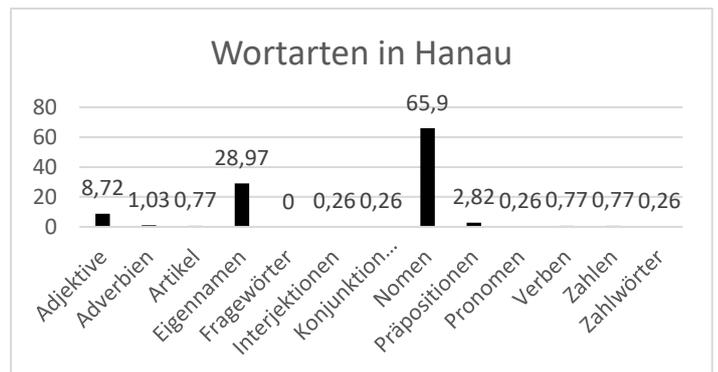
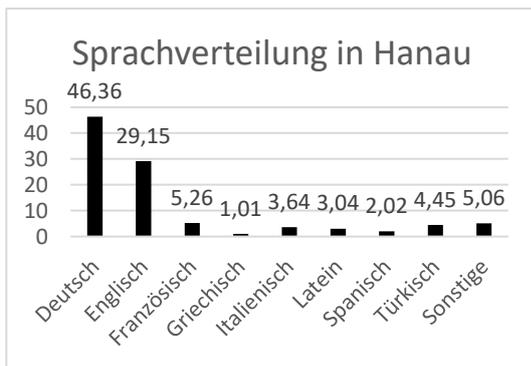
⁴⁷⁷ Vgl. openstreetmap o.J.; Hessenatlas o.J., BayernAtlas 2021

⁴⁷⁸ Vgl. Stadt Hanau o.J.: Geschichte; Sante 1976: 199-202

99.679 Einwohner waren am 30.06.2021 in der Stadt gemeldet⁴⁷⁹. 2020 lag der Ausländeranteil bei 27,03 %⁴⁸⁰.



In Hanau wurden 390 Geschäftsschilder mit 494 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,76 Wörtern erfasst.



Beispiele der Hanauer Geschäftsschilder sind die folgenden:

a) EuroShop

Ein Wort, zweisprachig deutsch (*Euro*) + englisch (*shop*); Nomen (*Euroshop*); Hybrid aus deutsch + englisch, Clipping aus *Europa*, Kompositum aus *Euro+Shop*; Allgemeinwortschatz; Kaufhaus

⁴⁷⁹ Vgl. Stadt Hanau, Statistik 2022: 1979-2013; Beck 2013: 356

⁴⁸⁰ Vgl. Stadt Hanau 2020; UrbiStat 2023

- b) **prooptik**, Untertitel: IST GÜNSTIG
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Präposition (*pro*), Nomen (*Optik*); Kompositum aus *pro+Optik*; Allgemeinwortschatz; Optik
- c) **Vertiko**
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Vertiko*); -; Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltswaren
- d) **Brüder Grimm Apotheke**
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Apotheke*); Kompositum (Gesamteintrag); Name aus der Geschichte (*Brüder Grimm*), Allgemeinwortschatz; Gesundheit
- e) **Koriander**, Untertitel: Kaffee, Bar, Restaurant
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Koriander*); -; Allgemeinwortschatz
- f) **Bushra**, Untertitel: Kosmetikstudio
 Ein Wort, einsprachig arabisch; Eigenname (*Bushra*); -; Eigenname, Vorname (*Bushra*); Friseur / Kosmetik
- g) **lernstudio barbarossa**, Untertitel: SPRACHKURSE NACHHILFE
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Lernstudio*); Kompositum aus *Lern(en)+Studio*; Allgemeinwortschatz, Name aus der Geschichte (s. u.); Bildung *Barbarossa* ist der Beiname des Kaisers Friedrich I. und heißt ‚Rotbart‘. Da der Kaiser im 12. Jh. lebte, ist das aus dem Italienischen stammende Wort *Barbarossa* inzwischen als deutsch zu werten (vgl. Duden 2006: s.v. *Barbarossa* und AHD 2000: s.v. *Frederik I*).
- h) **Galerie Faruk**, Untertitel: EXKLUSIVE WOHNACCESSOIRES; HEIMDEKOR
 2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Galerie*) + türkisch (*Faruk*); Nomen (*Galerie*), Eigenname (*Faruk*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Vorname (*Faruk*); Einrichtung / Haushaltswaren
- i) **Tam Tam Foods**, Untertitel: ZUR YUNICE; KENIANISCHES SPEZIALITÄTEN RESTAURANT
 3 Wörter, zweisprachig französisch (*Tamtam*) + englisch (*foods*); Nomen (*foods*); Reduplikation (*tam tam*), Kompositum (ganzer Eintrag); Allgemeinwortschatz; Gastronomie⁴⁸¹
- j) **TIP TOP**, Untertitel: Reinigung & Waschsalon
 2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*tip top*); -; Allgemeinwortschatz; Sonstiges
Tiptopp wurde im 19. Jh. aus dem Englischen entlehnt (vgl. Kluge 2011: s.v. *tiptopp*).
- k) **Ceylin Porzellan**, Untertitel: KÜTAHYA PORSELEN; Porzellan Haushaltswaren Geschenkartikel
 2 Wörter, zweisprachig türkisch (*Ceylin*) + deutsch (*Porzellan*); Eigenname (*Ceylin*), Nomen (*Porzellan*); Kompositum aus *Ceylin+Porzellan*; Eigenname, Nachname (*Ceylin*), Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltswaren
- l) **weltladen**
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Weltladen*); Kompositum aus *Welt+Laden*; Allgemeinwortschatz; Kaufhaus
- m) **Friseurteam hair line**, Untertitel: MICHAEL DÖRR
 3 Wörter, zweisprachig deutsch (*Friseur*) + englisch (*team, hair, line*); Nomen; Kompositum aus *Friseur+Team* und *hair+line*; Allgemeinwortschatz; Friseur
- n) **BRINKHOFF'S Marktstuben**
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (Genitiv von *Brinkhoff*), Nomen (*Marktstuben*); Kompositum aus *Markt+Stuben*; Eigenname, Nachname (*Brinkhoff*), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- o) **GEBR. OTT GMBH**
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Ott*); Abkürzung (*Gebr.* ‚Gebrüder‘), Akronym (*GmbH*); Eigenname, Nachname (*Ott*); Handwerk / Industrie

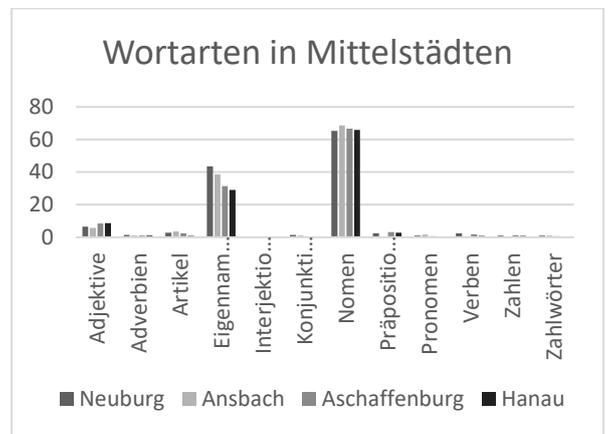
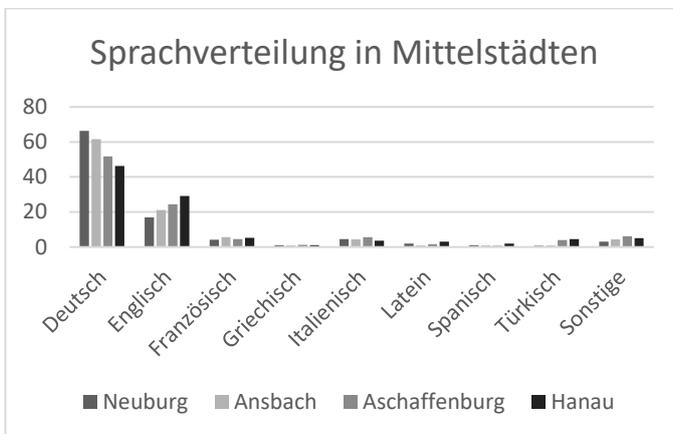
⁴⁸¹ Näheres zur Sprachzuordnung siehe Kapitel 4.2.2.

- p) Baumbach HörCom, Untertitel: der Hörakustiker Ihres Vertrauens
2 Wörter, zweisprachig deutsch + englisch (*com*); Eigenname (*Baumbach*); Blend aus *Hören+commerce* (vgl. AHD 2000: s.v. *com*), Hybrid (HörCom); Eigenname, Nachname (*Baumbach*); Optik / Hörakustik
- q) Equipe GmbH
2 Wörter, zweisprachig französisch (*Equipe* ‚Mannschaft‘) + deutsch (*GmbH*); Nomen (*Equipe*); Akronym (*GmbH*); Allgemeinwortschatz; Unternehmensberatung, also Sonstiges
Equipe ist eine französische Entlehnung des 20. Jh.s (vgl. Kluge 2011: s.v. *Equipe*).
- r) K. G. INTERNET & HANDYSHOP, Untertitel: ay yıldız, Lycamobile
3 Wörter, zweisprachig deutsch (*K.G.*, *Handy*) + englisch (*Internet*, *Shop*); Nomen (*Internet*, *Handyshop*); Abkürzung (*K*, *G*), Kompositum aus *inter+net* und *Handy+Shop*; Allgemeinwortschatz⁴⁸²
- s) Schülerhilfe!, Untertitel: Das Original. Seit 1974.
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Schülerhilfe*); Kompositum aus *Schüler+Hilfe*; Allgemeinwortschatz; Bildung
- t) Charlie Coiffeur, Untertitel: grenzenlose Schönheit
2 Wörter, zweisprachig englisch (*Charlie*) + französisch (*Coiffeur*); Eigenname (*Charlie*), Nomen (*Coiffeur*); -; Eigenname, Vorname (*Charlie*), Allgemeinwortschatz; Friseur
- u) Butik MELİS
2 Wörter, einsprachig türkisch; Nomen (*butik*), Eigenname (*Melis*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Vorname (*Melis*); Mode
- v) NAZLI GİYİM, Untertitel: COLLECTION
2 Wörter, einsprachig türkisch; Adjektiv (*nazlı*), Nomen (*giyim*); -; Allgemeinwortschatz; Mode
‚Kokette Kleidung‘
- w) Vitaminbar, Untertitel: Smoothies frische Säfte Suppensmoothies, 100 % NATURAL FRESH JUICE
Ein Wort, zweisprachig lateinisch (*Vitamin*) + englisch (*Bar*); Nomen (*Vitaminbar*); Kompositum aus *Vitamin+Bar*, Hybrid Latein+Englisch; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Vitamin ist eine Neubildung aus dem 20. Jh., die auf lateinisch *vita* ‚Leben‘ + *Amin* (organische Stickstoffverbindung) basiert (vgl. Kluge 2011: s.v. *Vitamin*).
- x) foncompany ay yıldız
3 Wörter, zweisprachig türkisch (*fon*, *ay*, *yıldız*) + englisch (*company*); Nomen (alles); Blend aus *telefon+company*; Allgemeinwortschatz; Sonstiges;
Mit *ay yıldız* ‚Mond, Stern‘ sind der Halbmond und der Stern auf der türkischen Fahne gemeint (vgl. Wikipedia: s.v. *Flagge der Türkei*).
- y) MAPUCCI INK, Untertitel: HANAU, GERMANY; SINCE 2016
2 Wörter, zweisprachig nicht zuzuordnen + englisch; Nomen (*ink*); Kompositum (gesamter Eintrag); Ortsbezeichnung (*Mapucci*), Allgemeinwortschatz; Tattoostudio, also Sonstiges
Mapuche bezeichnet ein südamerikanisches Indianervolk (vgl. AHD 2000: s.v. *Mapuche*). *Mapucci* ist wohl eine Schreibvariante.
- z) MİLLİ BERBER, Untertitel: Zekeriya Yıldırım, Spezieller türkischer Herrenfriseur
2 Wörter, einsprachig türkisch; Nomen (*Milliberber*); Kompositum aus *milli+berber*; Allgemeinwortschatz; Friseur
milli berber ‚Nationalfriseur‘

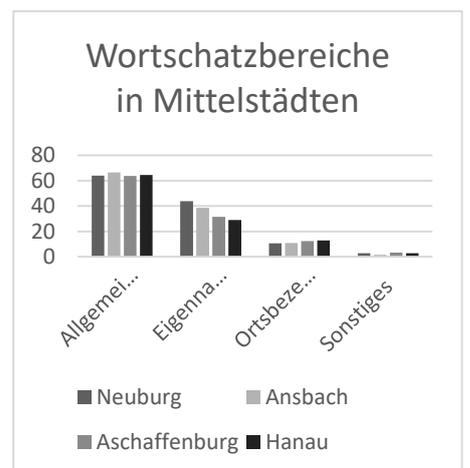
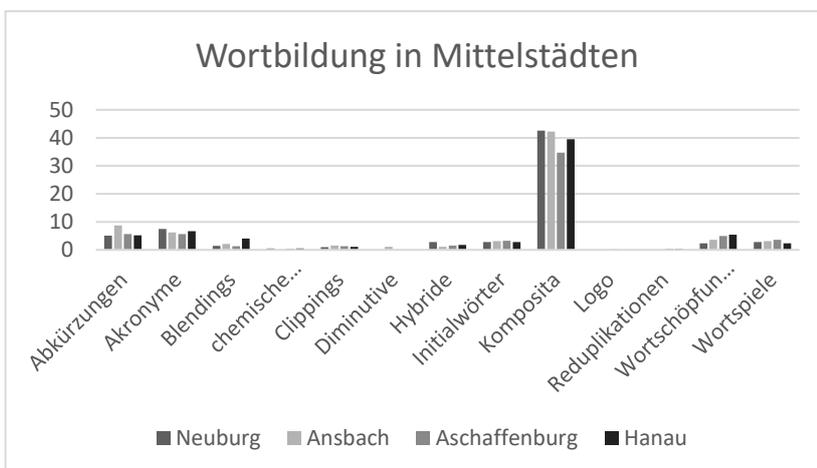
⁴⁸² Bei der Zuordnung der Abkürzung, die sich zweifelsohne auf einen Namen bezieht, zu Deutsch handelt es sich um eine Vermutung. Das Geschäft hat keine Homepage und existiert vermutlich nicht mehr, da eine Recherche am 26.02.2022 an dieser Stelle (Nürnberger Straße 11) einen Kebab-Imbiss anzeigte.

3.3.5. Vergleich der Geschäftsschilder der Mittelstädte

Innerhalb der Mittelstädte sinkt der Anteil an Deutsch auf Geschäftsschildern etwa im gleichen Verhältnis, wie derjenige von Englisch ansteigt. Dabei zeigen die Hanauer Schilder den niedrigsten Deutschanteil in den von mir untersuchten deutschen Orten. Bei den Wortarten kommen nun auch Interjektionen vor, deren Anteil insgesamt niedrig bleibt. Logos sind ebenfalls insgesamt selten, in Aschaffenburg sieht man sie in diesem Korpus das erste und einzige Mal bei den Mittelstädten. Ähnlich verhält es sich mit Reduplikationen. Ab der Ortsgröße von Aschaffenburg finden wir diese in geringer Anzahl in jeder weiteren untersuchten Stadt.



Chemische / physikalische oder andere Symbole finden sich in Neuburg erstmalig, der Prozentsatz bleibt gering. Meist handelt es sich dabei um das Telekommunikationsunternehmen O₂.



Der Anteil der Eigennamen nimmt im Bereich der Mittelstädte zwar kontinuierlich ab, die Neuburger Schilder zeigen jedoch einen höheren Prozentsatz als Miltenberg, Eichstätt und Weißenburg. Dies fiel mir bereits beim Fotografieren

auf. Die Zählung ergab 43,92 %, was für die Größe der Stadt tatsächlich viel erscheint. Der Ansbacher Anteil an Eigennamen ist leicht höher als der Eichstätter, was an lokalen Präferenzen liegen kann, auf die schon hingewiesen wurde.

Der Anteil des Türkischen ist mit 4,45 % in Hanau innerhalb meiner Statistik der deutschen Orte an höchsten. Dort fällt auch auf, dass diese Sprache hinsichtlich des verwendeten Wortschatzes eine größere Bandbreite zeigt. Am häufigsten kommt Türkisch in meinem Korpus vor als Eigennamen, Ortsbezeichnungen oder Bezeichnung von Lebensmitteln wie man an folgenden Beispielen aus Stuttgart erkennen kann: *ÇİĞKÖFTEM*[®] ‚meine Fleischbällchen‘, *Ceylan Ateş* (Vorname, Nachname), *COIFFEUR FILIZ* (Vorname), *MARIEN DÖNERIA* (Ortsbezeichnung für Marienstraße, Lebensmittel), *Birkan Kebab* (Eigename, Lebensmittel), *Blumen Gezer* (Nachname), *Assos Juwelier* (Nachname), *Aslan Reisebüro* (Nachname), *KUBI COIFFEUR* (Abkürzung von *Kubilay*, türk. Vorname). In Hanau hingegen finden wir auch andere Einträge wie die oben erwähnten *nazlı giyim* ‚kokette Kleidung‘, *porcelen* ‚Porzellan‘, *butik* ‚Geschäft‘, *milli berber* ‚Nationalfriseur‘ oder *DOSTLAR BERBERİ* ‚Freunde-Friseur‘, *ÇİLEK ROOM* ‚Erdbeer-raum‘ (Möbelgeschäft), *GAZIANTEP SOFRASI* ‚Gaziantep-Tisch‘ (Stadt in der Türkei), *Meydan* ‚Platz‘, *Altin Döner* ‚Goldener Döner‘, *Saray pastanesi* ‚Palast-Konditorei‘. Vergleichbare Treffer kommen nur in Ingolstadt vor, wo z. B. der Juwelier *elaa* ‚gelblich-braune Augenfarbe‘ vermutlich auf die Farbe von Gold anspielt, das ‚flache Gefäß‘ *tas* in der Parfümerie wohl eine Schale für edle Inhalte darstellt, der Friseur *IMAJ* seinen Kunden ein gutes ‚Image‘ zukommen lassen möchte oder *ARKADAŞ DÖNER* ebenfalls ‚Freunde-Döner‘ heißt. Ingolstadt hat den zweithöchsten Anteil Türkisch im Deutschlandvergleich der erhobenen Orte⁴⁸³. Es ließen sich keine statistischen Zahlen zu den Anteilen von Personen mit türkischem Migrationshintergrund in den beiden Städten finden. Von daher kann hier kein Vergleich erfolgen. In Kapitel 3.10. findet sich jedoch eine Zusammenstellung der Ausländeranteile, ergänzt um Migrantenanteile, um zu untersuchen, ob diese einen Einfluss auf die Sprachenwahl haben.

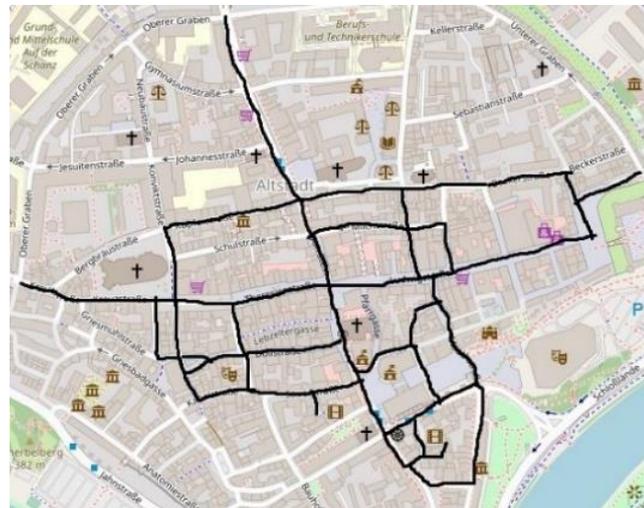
⁴⁸³ Vgl. Langenscheidts 2015: s.vv. *elaa*, *tas*, *imaj*, *döner*, *arkadaş*

3.4. Die Großstädte

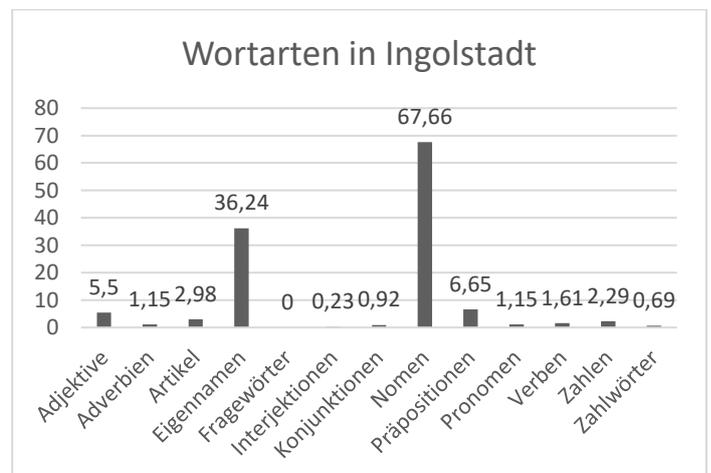
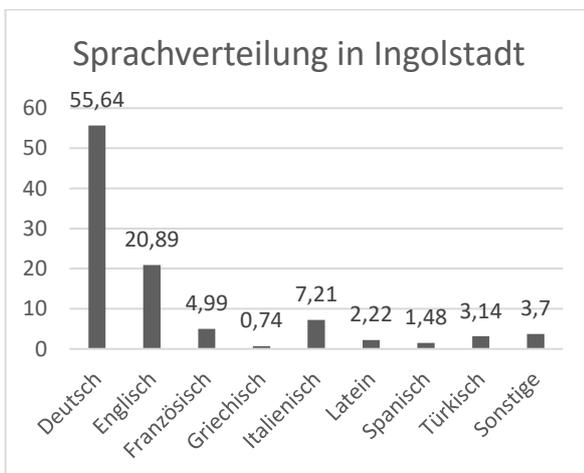
3.4.1. Ingolstadt

Die kreisfreie Stadt Ingolstadt befindet sich auf 372 m ü. NHN im bayerischen Regierungsbezirk Oberbayern an der Donau. Sie liegt an der A 9 etwa auf halber Strecke zwischen Nürnberg und München⁴⁸⁴. Die erste urkundliche Erwähnung der *villa Ingoldestat*, vermutlich ‚Landgut des Ingold‘, erfolgte 841. Ab 1806 war Ingolstadt Landesfestung und erhielt ab 1828 Schanzen. Daher stammt der Spitzname *Schanzer* für ‚Ingolstädter‘⁴⁸⁵.

137.314 Einwohner waren am 30.06.2021 in der Großstadt gemeldet. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 19,25 %⁴⁸⁶.



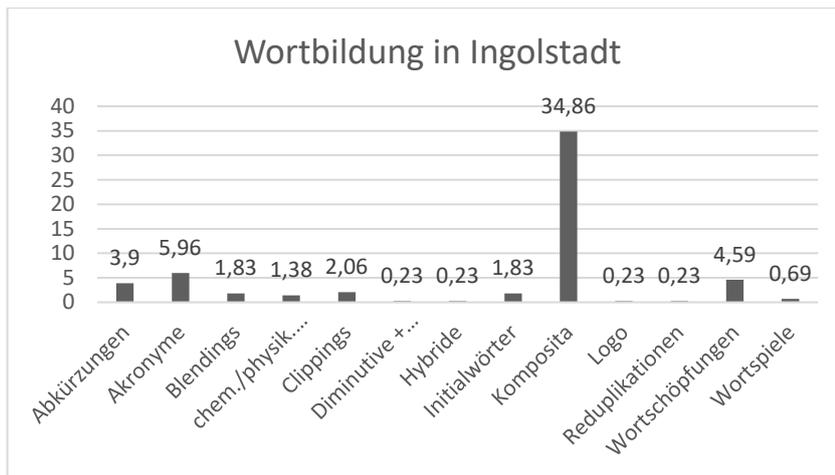
In Ingolstadt wurden 436 Geschäftsschilder mit 541 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,83 Wörtern erfasst.



⁴⁸⁴ Vgl. openstreetmap o.J.; BayernAtlas 2021, Stadt Ingolstadt 2021

⁴⁸⁵ Vgl. Körner / Schmid 2006a: 345-351; Stadt Ingolstadt 2021

⁴⁸⁶ Vgl. LfStat: Ingolstadt, UrbiStat 2023



Beispiele der Ingolstädter Geschäftsschilder sind die folgenden:

- a) Glock'n am Kreuztor
3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Glock'n*), Präposition (*am*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Kreuztor*); Gastronomie
Glock'n ist eine dialektale Form.
- b) freddy's toys
2 Wörter, einsprachig englisch; Eigenname (*Freddy*), Nomen (*toys*); -; Eigenname, Vorname (Genitiv von *Freddy*), Allgemeinwortschatz; Spielwarengeschäft, also Freizeit / Hobby / Sport
- c) Leprechaun's Höhle
2 Wörter, zweisprachig englisch (Genitiv von *Leprechaun*) + deutsch (*Höhle*); Nomen; -; Begriff aus der Mythologie (vgl. AHD 2000: s.v. *Leprechaun*), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- d) MACH ONE, Untertitel: classics, Scheibendreher, highfidelity, homecinema, car fidelity, professional light & sound
2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Mach*) + englisch (*one*); Zahlwort (*one*); physikalische Einheit (*Mach*); -; Elektronik
Die physikalische Einheit ist nach dem Wissenschaftler *Ernst Mach* benannt (vgl. Duden 2006: s.v. *Mach*, AHD 2000: s.v. *Mach*, *Ernst*).
- e) RESTAURANT APHRODITE
2 Wörter, zweisprachig französisch (*Restaurant*) + griechisch (*Aphrodite*); Nomen (*Restaurant*); -; Allgemeinwortschatz, Name aus der Mythologie (vgl. Duden 20006: s.v. *Aphrodite*); Gastronomie
- f) HAIR by EISELE INTERNATIONAL, Untertitel: WELTMEISTER
4 Wörter, zweisprachig englisch (*Hair*, *by*) + deutsch (*Eisele*, *international*); Nomen (*hair*), Präposition (*by*), Eigenname (*Eisele*), Adjektiv (*international*); Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (Nachname); Friseur
- g) SPITZENWERK, Untertitel: FRISEUR
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Spitzenwerk*); Kompositum aus *Spitzen+Werk*, Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Friseur
Das Wortspiel liegt in der Doppelbedeutung ‚Werk an den Haarspitzen‘ und ‚Werk sehr guter Qualität‘.
- h) due, Untertitel: bar cucina
Ein Wort; einsprachig italienisch; Zahlwort (*due* ‚zwei‘, also wie der Untertitel sagt ‚Bar und Küche‘); -; -; Gastronomie
- i) smyle, Untertitel: by A. Jahn, Mode und Accessoires
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*smile*); -; Allgemeinwortschatz; Mode
Die Schreibung ist ungewöhnlich, vermutlich um Aufmerksamkeit zu erregen.

- j) Pampel-Suse, Untertitel: spielspass für kinder, karin späth
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Pampelsuse*); Wortspiel (s. u.); -; Freizeit / Hobby / Sport
 Das Wortspiel liegt im Anklang an *Pampelmuse*, *Suse* für ‚Susanne‘.
- k) SALATKIND
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Salatkind*); Kompositum aus *Salat+Kind*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- l) baby & bombe
 2 Wörter, zweisprachig englisch (*baby*) + deutsch (*Bombe*); Nomen (*Baby*, *Bombe*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- m) GEPÄCKAUSGABE, Untertitel: Koffer Taschen Rucksäcke, Schulranzen Schuhe
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Gepäckausgabe*); Kompositum aus *Ge-päck+Ausgabe*, Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Schuhe / Lederwaren
 Eine *Gepäckausgabe* in der lexikalisierten Bedeutung des Wortes ist definiert als ‚Schalter, Stelle, wo aufbewahrtes oder weiterbefördertes Gepäck ausgegeben wird‘ (vgl. Duden online: s.v. *Gepäckausgabe*). Das Kompositum ist hier gemeint als ‚eine Stelle, an der Gepäckutensilien verkauft werden‘.
- n) FILATI
 Ein Wort, einsprachig italienisch; Nomen (*Filati* ‚Garne‘); -; Allgemeinwortschatz; Wollgeschäft, also Freizeit / Hobby / Sport
- o) Trauring-Himmel, Untertitel: Schmuck-Depot, Die Unvergleichlichen (lt. Vergleich)
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Trauring*, *Himmel*); Kompositum aus *Trau(en)+Ring+Himmel*; Allgemeinwortschatz; Schmuck
 Die Bedeutung des Untertitels ist unklar.
- p) Hand IN Hand (2. Wort *Hand* in Spiegelschrift)
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Hand*), Präposition (*in*), Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Laden der Lebenshilfe, verkauft Spielwaren u. ä., also Freizeit / Hobby / Sport
 Die Schildaufschrift enthält das Ingolstädter Autokennzeichen *IN* und daher eine Ortsbezeichnung. Durch den darübersetzten i-Punkt wird diese betont.
- INGOOPTIK
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Optik*); Clipping (*Ingo* von *Ingolstadt*), Kompositum aus *Ingo+Optik*; Ortsbezeichnung (*Ingo* für ‚Ingolstadt‘), Allgemeinwortschatz; Optik
 Hier ist die Ortsbezeichnung zwar auch integriert, aber deutlich sichtbar.
- q) JOHN, Untertitel: nudie Jeans co, THE NAKED TRUTH ABOUT DENIM
 Ein Wort, einsprachig englisch; Eigenname (*John*); -; Eigenname, Vorname (*John*); Mode⁴⁸⁷.
- r) s’Zuckerl
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Artikel (*s’*), Nomen (*Zuckerl*); -; Allgemeinwortschatz; Süßwarengeschäft, also Lebensmittel
 Das Schild zeigt die bairische Form des Artikels und die bairische Dimutivendung -erl (vgl. Giegerich 2017: Artikel und Giegerich 2017: Merkmale).
- s) tin tin
 2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*tin*); Reduplikation (*tin tin*), Wortspiel (s. u.); Name aus der Literatur (*Tintin*, s. u.); Gastronomie
 Inhaber Hans-Dieter Zinser wird hier die erste Hälfte seines Nachnamens auf Englisch übersetzt haben. Aus der Reduplikation ergibt sich die Comicfigur *Tintin* ‚Tim‘ aus ‚Tim und Struppi‘ (vgl. tin tin o.J.).
- t) BASTA PASTA
 2 Wörter, einsprachig italienisch; Verb (von *bastare* ‚genügen‘), Nomen (*Pasta*);

⁴⁸⁷ Vermutlich ist Firmengründer Johann Renkl nicht bekannt, dass *John* nicht nur die englische Form seines Vornamens ist, sondern auch umgangssprachlich für ‚Toilette‘ stehen kann, vgl. *OALD*: s.v. *John*

- ; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Basta pasta ‚Es genügt (an) Nudeln‘. Die Wörter reimen sich.
- u) Le Café, Untertitel: Restaurant Bistro
 2 Wörter, einsprachig französisch; Artikel, (*le*) Nomen (*Café*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- v) MARITY, Untertitel: SLN OF BTY
 Ein Wort, einsprachig englisch; -; Wortspiel; -; Friseur / Kosmetik
 Die Inhaberin schuf ein Wortspiel über ihrem Vornamen *Merve*, an dessen erste Silbe sie eine englische Endung anhängte. Der Vorname wurde so geschrieben, als sei er englisch. Der Untertitel bedeutet ‚Salon of Beauty‘ und reimt auf den Titel.
- w) Haar₂O by m. meißberger
 4 Wörter, zweisprachig deutsch (*Haar, Meißberger*) + englisch (*by*); Nomen (*Haar*), Präposition (*by*), Eigenname (*M. Meißberger*); Abkürzung (*M.*) chemisches Symbol (₂O), Wortspiel (s. u.); Eigenname, Nachname (*Meißberger*); Friseur
 Das Wortspiel beruht auf der Anlehnung an H₂O für ‚Wasser‘.
- x) hookah & beats
 2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*hookah, beats*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Hookah steht für ‚Wasserpfeife‘ oder ‚Shisha‘ (vgl. *AHD* 2000: s.v. *hookah*).
- y) SCHANZER WERBETECHNIK
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Werbetechnik*); Kompositum aus *Werbe(n)+Technik*; Ortsbezeichnung (*Schanzer*), Allgemeinwortschatz; Sonstiges
 Schanzer Steakhouse
 2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Schanzer*) + englisch (*Steakhouse*); Nomen (*Steakhouse*); Kompositum aus *Steak+House*; Ortsbezeichnung (*Schanzer*), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
 In beiden Fällen wurde das Wort *Schanzer* für ‚Ingolstädter‘ verwendet.
- z) N|3
 2 Wörter, einsprachig französisch; Zahl⁴⁸⁸ (3); Abkürzung (*N*); -; Foto- und Video-Dienstleistungen, also Freizeit / Hobby / Sport
 Inhaberin Nicole Hanisch erklärt, *N* stehe für ‚Nicole‘ und 3 für ihre ‚3 Töchter‘ (vgl. N|3 o.J.).

3.4.2. Paderborn

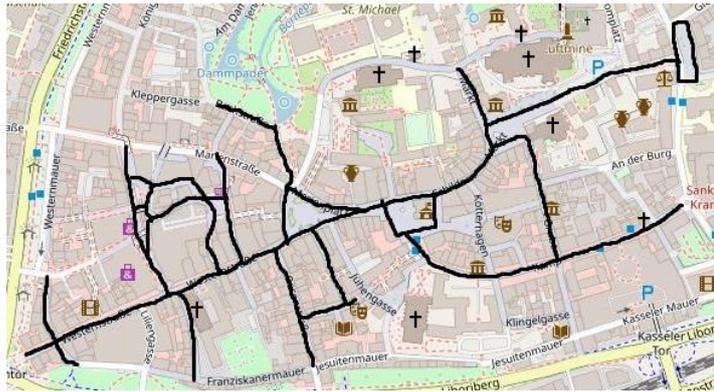
Paderborn ist eine Großstadt und Landkreissitz auf 120 m ü. NHN im nordrhein-westfälischen Regierungsbezirk Detmold. Der Ortsname bedeutet ‚Quelle(n) der Pader‘; tatsächlich finden sich in der Stadt etwa 200 Quellen dieses Flusses. Die Stadt liegt an der B 1 Dortmund – Braunschweig und der B 64 Münster – Höxter⁴⁸⁹.

Per 31.05.2021 betrug die Einwohnerzahl 153.643. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 9,48 %⁴⁹⁰.

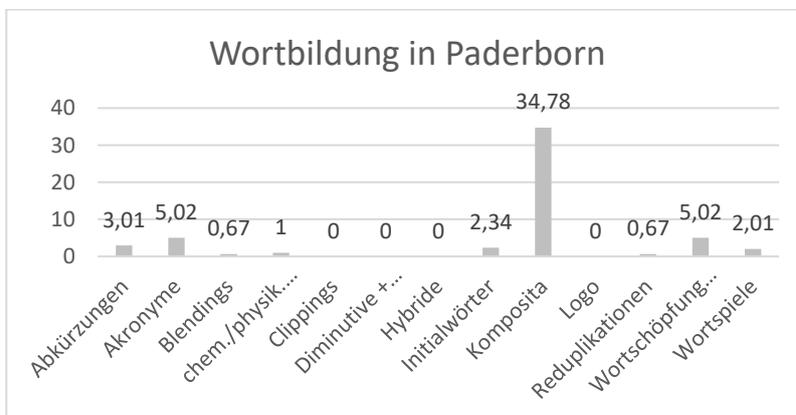
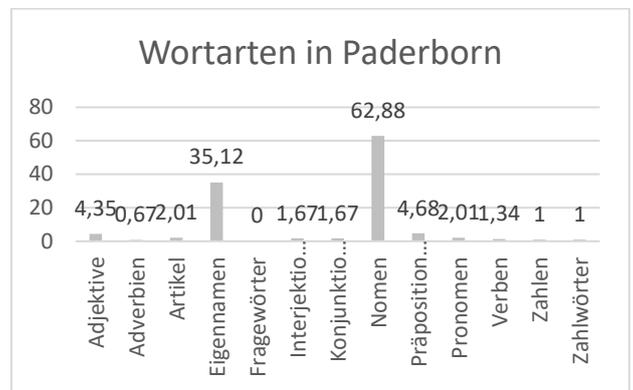
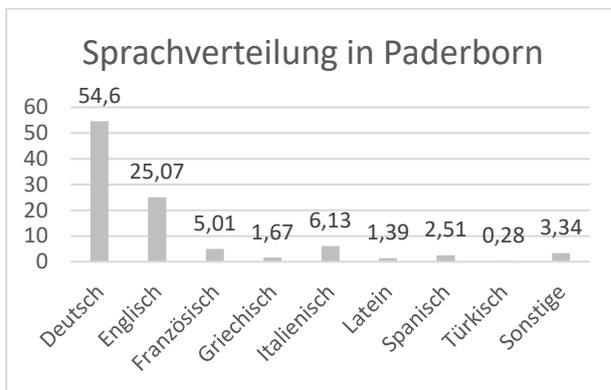
⁴⁸⁸ Die hier verwendete Bezeichnung *Zahl* ist in Kapitel 2.7. definiert.

⁴⁸⁹ vgl. Paderborn o.J.: Stadtportrait; openstreetmap o.J.

⁴⁹⁰ Vgl. Paderborn o.J.: Statistisches Jahrbuch 2020; UrbiStat 2023



In Paderborn wurden 299 Geschäftsschilder mit 359 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,76 Wörtern erfasst.



Beispiele der Paderborner Geschäftsschilder sind die folgenden:

- Benslips**, Untertitel: BIO-KAFFEE
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Benslips*; kein Genitiv); -; Eigenname, Nachname (*Benslips*); Lebensmittel
- CONTIGO**, Untertitel: fairtrade shop
Ein Wort, einsprachig spanisch; Präposition (*con*) + Personalpronomen (*ti*); Kompositum; Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Contigo ist spanisch für ‚mit dir‘ (vgl. Langenscheidt 1977: s.v. *contigo*).
- BACK-FACTORY**, Untertitel: CAFE
2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Back-*) + englisch (*Factory*); Verb (*back* von ‚backen‘), Nomen (*factory*); Hybrid, Kompositum aus *back(en)+Factory*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie

- d) SCHUHKAY
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Schuh*), Eigenname (*Kay*); Kompositum aus *Schuh*+*Kay*; Eigenname, Nachname (*Kay*, vgl. *Schuhkay* o.J.); Schuhe
- e) Peek & Cloppenburg
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Peek, Cloppenburg*); -; Eigenname, Nachname (*Peek, Cloppenburg*); Mode
- f) DREI HASEN APOTHEKE
3 Wörter, einsprachig deutsch; Zahlwort (*drei*), Nomen (*Hasen, Apotheke*); Kompositum (Gesamteintrag); Allgemeinwortschatz; Gesundheit
- g) Susi's Unverschämt
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (Genitiv von *Susi*), Adjektiv (*unverschämt*); -; Eigenname, Vorname (*Susi*), Allgemeinwortschatz; Bar, also Gastronomie⁴⁹¹
- h) VAIDE
Ein Wort; einsprachig lettisch; Nomen (*Vaide*); -; Allgemeinwortschatz; Mode
Vaide heißt auf lettisch ‚Herausforderung‘; die Firma verkauft Damenmode aus Lettland (vgl. VAIDE 2021).
- i) Marys, Untertitel: FINE SPIRITS & COFFEE (Bar)
Ein Wort, einsprachig englisch; -; -; Ortsbezeichnung (s. u.); Gastronomie
Das Lokal befindet sich am Marienplatz 16, daher *Mary*. Im Gegensatz zum Eintrag unter g) fehlt hier der Apostroph, obwohl die englische Sprache zum Einsatz kommt.
- j) Taya Thai, Untertitel: Massage & Spa
2 Wörter, zweisprachig thai (*Taya*) + deutsch (*Thai*); -; -; Ortsbezeichnung (*Taya*); Gesundheit
- k) La petite Galerie, Untertitel: Restaurant Café
3 Wörter, zweisprachig französisch (*la petite*) + deutsch (*Galerie*); Artikel (*la*), Adjektiv (*petite*), Nomen (*Galerie*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Die Einstufung des Wortes *Galerie* als deutsch erfolgte wegen der Verwendung seit dem 16. Jh. im Deutschen und der Großschreibung, die im Französischen nicht üblich ist (vgl. Kluge 2011: s.v. *Galerie*).
- l) LebensLust, Untertitel: GENIESSEN & SCHENKEN
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Lebenslust*); Kompositum aus *Leben*+Fugen-*s*+*Lust*; Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltswaren
Auffällig ist das Majuskel-*L* im Wort.
- m) LIEBESKIND Berlin
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Liebeskind*); Kompositum aus *Liebe*+Fugen-*s*+*Kind*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Berlin*); Schuhe / Lederwaren
Bei *LIEBESKIND* handelt es sich nicht um einen Eigennamen, sondern um einen Fantasienamen (vgl. Rabold 2014).
- n) CONSULTING enpit
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Consulting*); Akronym und Initialwort (s. u.); Allgemeinwortschatz; Sonstiges
Enpit steht für ‚enable pragmatik IT‘ (vgl. Consulting enpit 2022).
- o) GUSTO ROBERTO, Untertitel: Wine-Bar Bistro
2 Wörter, einsprachig italienisch; Nomen (*gusto* ‚Geschmack‘), Eigenname (*Roberto*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Vorname (*Roberto*); Gastronomie
- p) brother® SINGER® PFAFF®
3 Wörter, zweisprachig englisch (*brother*) + deutsch (*Singer, Pfaff*); Nomen (*brother*), Eigenname (*Singer, Pfaff*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Singer, Pfaff*); Elektronik
Die Brüder Yasui gründeten 1908 in Japan ihre Nähmaschinenfabrik. Seit 1928

⁴⁹¹ Hier wird bei einem deutschen Namen ein Apostroph verwendet. Siehe hierzu Kapitel 4.3.

gibt es die Marke *brother*. Warum das Wort im Singular steht, ist nicht klar (vgl. *brother* 2021).

q) VAUDE

Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Wortschöpfung; -; Outdoor-Sportmodegeschäft, also Mode

Die Firma wird wegen des Gründers Albrecht von Dewitz [fau'de] gesprochen (vgl. *avd-stiftung* 2021).

r) Pader Juwelier, Untertitel: Diamonds & More

Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Juwelier*); Kompositum aus *Pader*+*Juwelier*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Pader*); Schmuck

s) Goeken backen ..., Untertitel: coffee & more am Rosentor, Ital. Eis

2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Goeken*), Verb (*backen*); -; Eigenname, Nachname (*Goeken*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel

t) MARKT 5, Untertitel: CAFÉ

2 Wörter, einsprachig deutsch; -; -; Ortsbezeichnung (s. u.); Gastronomie

Der Name des Cafés entspricht seiner Adresse.

SCHREIBKULTUR AM DOM, Untertitel: BÜROBEDARF PAPETERIE GESCHENKARTIKEL SOUVENIRS

3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Schreibkultur*), Präposition (*am*); Kompositum aus *Schreib(en)*+*Kultur*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Dom*)

Dieses Geschäft findet sich unter der Adresse: Markt 6, also unweit des eben erwähnten Cafés. Beide wählten eine Ortsbezeichnung.

u) MAH H

2 Wörter, einsprachig deutsch; -; Abkürzung (*H* für ‚Hambrock‘), Akronym und Initialwort (*Mah*, s. u.); -; Herrenmode, also Mode

Firmeninhaber sind Maximilian Hambrock und Franz-Josef Hambrock (vgl. *monamie* o.J.).

v) PARAMENTE, Untertitel: warmeling paramente, Meisterbetrieb für kirchliche Textilkunst

Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Paramente*); -; Begriff aus der Religion; Religion

Parament stammt aus dem Mittellateinischen, so dass von einer Verwendung vor 1800 auszugehen ist (vgl. *Duden online* und *DWDS* o.J.: s.v. *Parament*).

w) KOPF bis FUSS, Untertitel: NATURKOSMETIK

3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Kopf*, *Fuß*), Präposition (*bis*); -; Allgemeinwortschatz; Drogerie⁴⁹²

x) Dhokan, Untertitel: SCHMUCK; KUNST & WOHNEN

Ein Wort, einsprachig asiatisch; Nomen; -; -; Schmuck

Dhokan bedeutet in mehreren asiatischen Sprachen ‚kleiner Laden‘⁴⁹³.

y) Cha Cha Cha Tanzmode, Untertitel: fine collection

4 Wörter, zweisprachig spanisch (*cha cha cha*) + deutsch (*Tanzmode*); Nomen; Replikation (*cha cha cha*), Kompositum aus *Tanz(en)*+*Mode*; Allgemeinwortschatz; Mode

z) by Bea (Haushaltwaren)

2 Wörter, zweisprachig englisch (*by*) + deutsch (*Bea*); Präposition (*by*), Eigenname (*Bea*); Clipping (s. u.); Eigenname, Vorname (*Bea*); Einrichtung / Haushaltwaren

Die Inhaberin Beate Mazek kürzte ihren Vornamen (vgl. *by Bea* o.J.).

⁴⁹² Wegen der Großbuchstaben wurde das <ß> in <SS> umgewandelt. Dies war früher die übliche Vorgehensweise. Näheres hierzu siehe Kapitel 4.3.

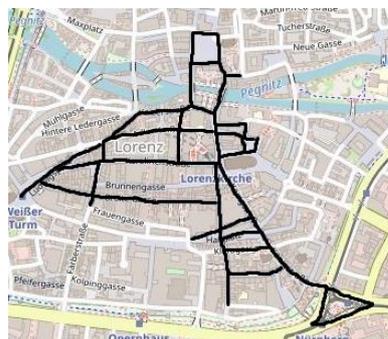
⁴⁹³ Auskunft der Inhaberin Ilona Kordes am 16.04.2019 anlässlich der telefonischen Nachfrage. Genau den ‚kleinen Laden‘ betreibt sie. Sie verkauft Produkte aus Indonesien, Nepal, Indien, Afrika u. a., was die Sprachwahl erklärt.

In Paderborn bildet die Straße *Grube* eine Besonderheit, denn hier gibt es keine Geschäfte, die Ketten angehören. Alle Läden dort sind inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte. Um diese Einzigartigkeit zu erhalten, kämpft eine Interessengemeinschaft dafür, dass die Mieten für die Pächter erschwinglich bleiben⁴⁹⁴.

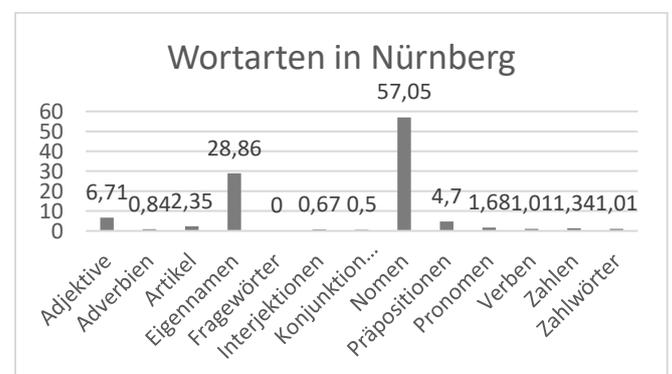
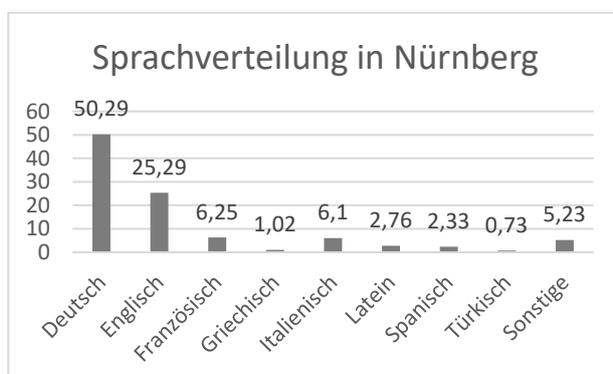
3.4.3. Nürnberg

Die kreisfreie Stadt Nürnberg befindet sich auf 309 m ü. NHN im bayerischen Regierungsbezirk Mittelfranken. Sie liegt an der A 9 München – Berlin und den Bundesstraßen, B 2, B 4, B 8 und B 14⁴⁹⁵. Erstmals urkundlich erwähnt ist *Novrenberg*, vermutlich ‚Berg / Burg des Noru‘, im Jahr 1050, das wohl damals bereits eine Siedlung mit einer Burg war⁴⁹⁶.

530.553 Einwohner waren am 31.05.2021 in der Großstadt gemeldet. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 23,58 %⁴⁹⁷.



In Nürnberg wurden 596 Geschäftsschilder mit 688 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,65 Wörtern erfasst.

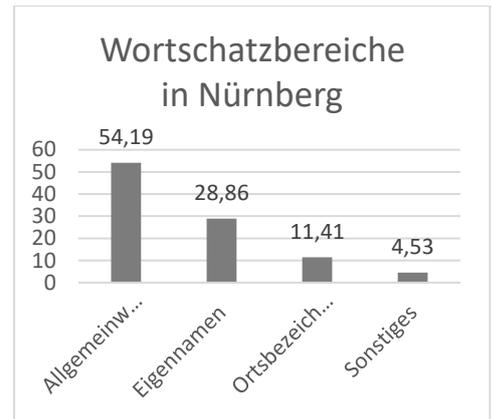
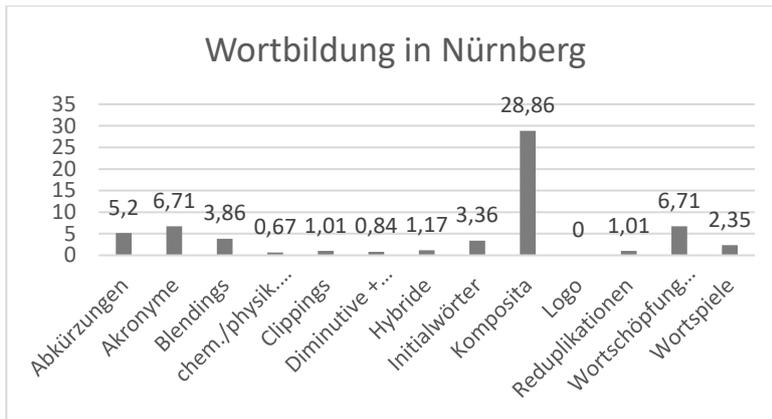


⁴⁹⁴ Vgl. Grube Paderborn 2016

⁴⁹⁵ Vgl. openstreetmap o.J.; BayernAtlas 2021, Nürnberg 2021

⁴⁹⁶ Vgl. Körner / Schmid 2006b: 378-399; Nürnberg 2021

⁴⁹⁷ Vgl. LfStat 2019: Nürnberg, UrbiStat 2023



Beispiele der Nürnberger Geschäftsschilder sind die folgenden:

- a) T
Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Abkürzung; -; Telekom, also Sonstiges
- b) Sparda-Bank
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen; Akronym (*Sparda*, *Spar-* und *Darlehens-* *kasse*‘, vgl. Sparda-Bank o.J.), Initialwort, Kompositum; Allgemeinwortschatz; Bank
- c) ZAHNÄRZTLICHE TAGESKLINIK
2 Wörter, zweisprachig deutsch + lateinisch; Adjektiv (*Zahnärztliche*), Nomen (*Tagesklinik*); Kompositum aus *Zahn+ärztliche* und *Tages+Klinik*; Allgemeinwortschatz; Gesundheit
- d) adidas
Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym, Initialwort; -; Schuhe *adidas*, *Adi Dassler*‘; Der Vorname ist die Koseform von *Adolf*‘ (vgl. adidas o.J.).
- e) VERO MODA
2 Wörter, einsprachig italienisch; Adjektiv (*vero*), Nomen (*moda*); -; Allgemeinwortschatz; Mode
Vero moda ‚wahre Mode‘. Die Kombination von *vero* + *moda* ist ungewöhnlich, da ‚wahre Mode‘ *vera moda* heißen würde. Hier wurde ein männliches Adjektiv mit einem weiblichen Nomen kombiniert.
- f) HUMANIC
Ein Wort, einsprachig englisch; Adjektiv; -; Allgemeinwortschatz; Schuhe
- g) Subdued
Ein Wort, einsprachig englisch; Adjektiv; -; Allgemeinwortschatz; Mode
- h) parfumerie seifenzahn
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Parfümerie*), Eigenname (*Seifenzahn*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Seifenzahn*); Drogerie
- i) BoConcept
Ein Wort, zweisprachig dänisch (bo) + englisch (concept); Nomen (concept); Kompositum aus *bo+concept*, Hybrid; Allgemeinwortschatz; Designermöbel, also Einrichtung / Haushaltswaren
Bo ist dänisch für ‚wohnen‘, also ergibt sich ‚Wohn-Konzept‘.
- j) samsara, Untertitel: samsara YOGA
Ein Wort, einsprachig Sanskrit; -; -; Begriff aus der Religion; Möbel, Accessoires, Yogakurse, also Einrichtung / Haushaltswaren
Samsara ist im Hinduismus und Buddhismus ‚der ewige Kreislauf von Geburt, Leiden, Tod und Wiedergeburt‘ (vgl. *AHD* 2000: s.v. *samsara*).
- k) N° 14, Untertitel: PARTY & PEOPLE; Veuve Clicquot REIMS FRANCE
2 Wörter, einsprachig deutsch; Zahl (14); Abkürzung (No); Ortsbezeichnung; Gastronomie
Das Wort *Numero* bzw. die Abkürzung davon bereits im 16. Jh. aus den Italienern.

schen ins Deutsche übernommen (vgl. Kluge 2011: s.v. *Nummer*). Die Ortsbezeichnung erklärt sich durch die Adresse der Bar: Adlerstraße 14.

- l) *sassé*, Untertitel: LOUNGE BAR
Ein Wort, einsprachig französisch, Adjektiv; -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Sassé ‚gesiebt‘, gemeint ist hier wohl ‚beste Qualität‘ (vgl. Pons 2006: s.v. *sassé*).
- m) *Bat Dat*, Untertitel: Asia Snacks
2 Wörter, einsprachig asiatisch; Zahlwort, Nomen; -; -; Gastronomie
Laut der Homepage des Restaurants bedeutet *Bát* ‚acht‘ und *Dat* ‚Erfolg‘. Dies beziehe sich auf acht Bereiche im Leben, in denen man Erfolg anstreben sollte: „Gesundheit, Familie, Freunde, Geld, Karriere, soziale Beziehung, gutes Herz und Rechtschaffenheit.“ (Bat Dat o.J.)
- n) *wax IN THE CITY*
4 Wörter, einsprachig englisch; Nomen, Präposition, Artikel; Wortspiel; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung; Friseur / Kosmetik
Das Schild ist eine Anspielung auf ‚Sex and the City‘ (vgl. IMDb 2023: *Sex and the City*).
- o) *WELLENSTEYN*
Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Wortschöpfung; -; Mode
Die Bedeutung von *Wellensteyn* wird so erklärt: „[D]ie Welle [steht] für Bewegung, der Stein für Konstanz und die schweizerische Optik ist ein Qualitätsversprechen“ (WeLT 2008).
- p) *luma*
Ein Wort, einsprachig nicht zuzuordnen; -; Wortschöpfung; -; Gastronomie⁴⁹⁸.
- q) *typosphäre*
Ein Wort, einsprachig griechisch; Nomen; Kompositum aus *typ*+Fugen-*o*+*Sphäre*, Wortspiel; -; Mode
Das Wort ist an ‚Atmosphäre, Stratosphäre‘ etc. angelehnt.
- r) *das PAUL*, Untertitel: restaurant café bar hotel
2 Wörter, einsprachig deutsch; Artikel (*das*), Eigenname (*Paul*); -; Eigenname, Vorname (*Paul*); Gastronomie
- s) *CAM ON*, Untertitel: SCHÖNES & LECKERES AUS ASIEN
2 Wörter, einsprachig englisch; Verb (*come*), Präposition (*on*); -; -; Lebensmittel
Die Zuordnung zu Allgemeinwortschatz unterbleibt wegen der veränderten Schreibung des Wortes, die wohl der Erregung von Aufmerksamkeit dient.
- t) *MARRYING*; Untertitel: TRAURINGE
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen; Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Schmuck
Durch die Einfügung des zusätzlichen <i> und der Fettschreibung von *RING* entsteht die Doppelbedeutung ‚heiraten‘ und ‚Ring‘.
- u) *CAFE & BAR CELONA*
3 Wörter, dreisprachig französisch + englisch + spanisch; Nomen; Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Das verkürzte *CELONA* ergibt zusammen mit dem Wort *BAR* davor die spanische Stadt *Barcelona*. Da die Stadt jedoch nicht *expressis verbis* da steht, erfolgte keine Zuordnung zu Ortsbezeichnungen.
- v) *NORMA + RODI*
2 Wörter, zweisprachig lateinisch + deutsch; -; Akronym, Initialwort; -; Lebensmittel
Norma ist kurz für *Noricum Markt* ‚Nürnberger Markt‘; *Rodi* für ‚Roth-Diskont‘ nach dem Firmengründer Georg Roth (vgl. Kummerow 2014).
- w) *buonissimo*, Untertitel: gelato cafe snacks
Ein Wort, einsprachig italienisch; Adjektiv; Superlativ (oder Elativ); Allgemein-

⁴⁹⁸ Laut E-Mail des Inhabers vom 09.10.2018 ist *luma* ein Fantasiewort, über das er in Florida gestolpert ist. Da es gut klingt, kurz ist und sich nicht fränkisch aussprechen lässt, wählte er es für sein Lokal.

wortschatz; Gastronomie

Buonissimo ‚sehr gut‘, ‚am besten‘ oder ‚super‘. Diese Form gibt es nur in der Verbindung *essere buonissimo* ‚super sein‘. Die normale Superlativform von *buono* ‚gut‘ ist *il migliore* ‚das Beste‘ (vgl. leo.org, italienisch: s.vv. *essere buonissimo, il migliore*).

x) SORAT HOTEL SAXX

3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen; Kompositum; Allgemeinwortschatz, Name aus der Geschichte; Hotellerie

Laut Auskunft des Hotels per Mail am 25.03.2019 ist *Sorat* frei erfunden; *Saxx* lehnt sich an den Nürnberger Dichter *Hans Sachs* an, dessen Name jedoch geschützt ist.

y) MOHREN-APOTHEKE

2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen; Kompositum; Allgemeinwortschatz; Gesundheit

Zur Diskussion, ‚Mohren‘ sei ein diskriminierendes Wort, äußerte der Inhaber Wilhelm Bouhon 2016 in einem Interview, er sehe den Namen seiner Apotheke als „Wertschätzung der maurischen Bevölkerung, die uns die moderne Pharmazie gebracht hat“ (DAZ 2016). Das heißt, es sind nicht *Mohren*, sondern *Mauren* gemeint. Das *AHD* gibt nur diese Deutungsmöglichkeit für *Moor* an (vgl. *AHD* 2000: s.v. *Moor*).

z) FRÄNK'NESS, Untertitel: THE URBAN FRÄNKISCH TASTE

Ein Wort, zweisprachig deutsch (Fränk) + englisch (-ness); -; Wortspiel (s. u.); Ortsbezeichnung; Gastronomie

Das Wort ist homophon zum englischen *frankness*, beinhaltet jedoch eine Anspielung auf ‚Fränkisch‘. Eine genauere Analyse erfolgt in Kapitel 4.2.2.

3.4.4. Stuttgart

Die Stadt Stuttgart befindet sich auf 235 m ü. NHN im baden-württembergischen Regierungsbezirk Stuttgart und ist Hauptstadt des Regierungsbezirks und des Bundeslandes. Sie liegt an der A 81 Heilbronn – Herrenberg und der A 8 München – Karlsruhe⁴⁹⁹. Der Ortsname stammt von dem Gestüt *Stuotgarten*, standardsprachlich heute ‚Stutengarten‘⁵⁰⁰.

603.120 Einwohner waren am 01.07.2021 in der Großstadt gemeldet. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 24,95 %⁵⁰¹.

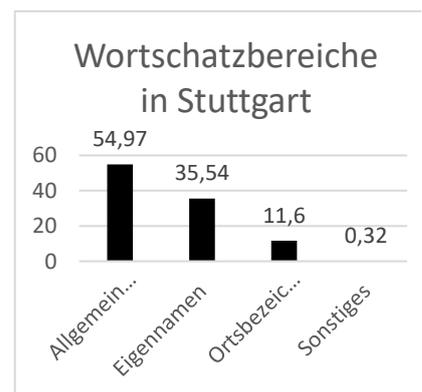
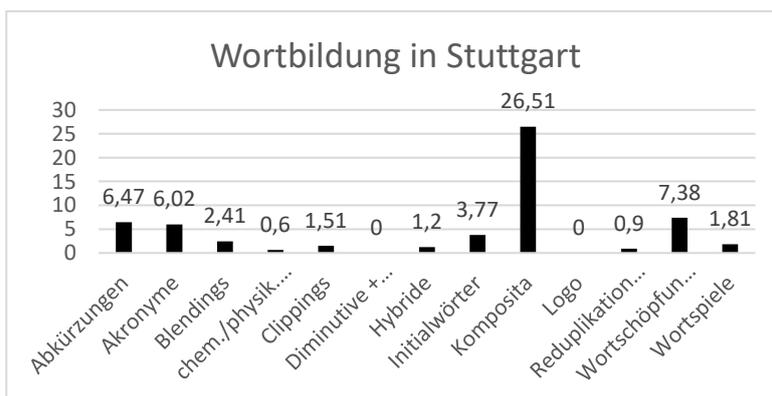
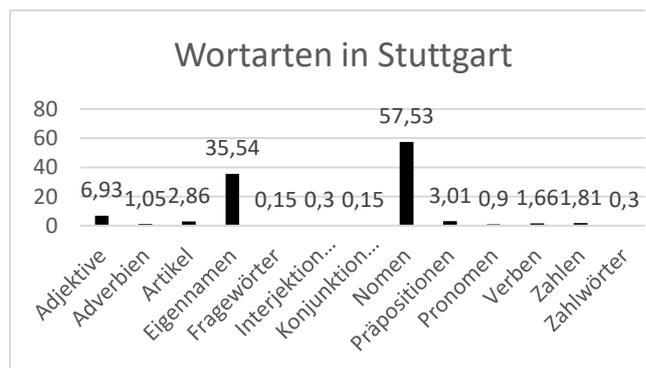
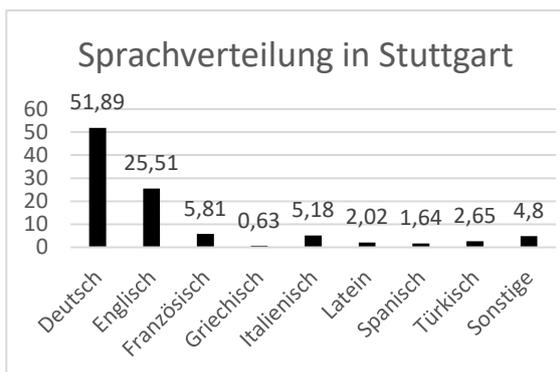
⁴⁹⁹ Vgl. openstreetmap o.J.; lpb Ba-Wü o.J.; NGV 2015: 80-83, 88-91; Falk 2006; Stuttgart o.J.; SZ 2014

⁵⁰⁰ Vgl. Miller / Taddey 1980: 768-780; SSB o.J.: Unternehmen, Geschichte; Uni-Stuttgart o.J.

⁵⁰¹ Vgl. Stuttgart 2021; UrbiStat 2023



In Stuttgart wurden 664 Geschäftsschilder mit 794 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,74 Wörtern erfasst.



Beispiele der Stuttgarter Geschäftsschilder sind die folgenden:

a) CLOSED

Ein Wort, einsprachig englisch; Adjektiv (*closed*); Wortspiel (s. u.); Allgemainschatz; Mode

Das Wort wird hier nicht als ‚geschlossen‘ verwendet, sondern steht anstelle des ähnlich ausgesprochenen *clothed*, da es hier um Kleidung geht.

- b) PYLONES, Untertitel: créateur d'objets
Ein Wort, einsprachig französisch; Nomen (*pylones*); -; Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltswaren
Pylones ‚Pylonen‘, *créateur d'objets* ‚Schöpfer von Gegenständen‘
- c) diestaatttheaterstuttgart
Ein Wort, einsprachig deutsch, -; Blend (s. u.); -; Bildung
Dieses Blend entspricht einer Schreibung ohne Wortabstände und damit der antiken *scriptio continua*, die im Kapitel 2.3. besprochen wurde.
- d) DERPART, Untertitel: Reisebüro H. von Wirth
Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym (s. u.), Initialwort; -; Freizeit / Hobby / Sport
Das Akronym steht für ‚Deutsches Reisebüro, Partner‘ (vgl. DERPART o.J.).
- e) KICKZ.COM
2 Wörter; einsprachig englisch; -; Wortschöpfung (s. u.), Abkürzung (commerce, s. o. 3.3.4.p); -; Schuhe
Kickz ist ein Fantasienamen, den der Firmengründer gewählt hat (vgl. Bakir 2016).
- f) MISTER MINIT
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Mister, Minit*); -; Allgemeinwortschatz; Sonstiges
MINIT verschriftet die Aussprache von englisch *minute*. Dies soll darauf hinweisen, dass Arbeitsaufträge innerhalb von Minuten erledigt werden.
- g) 360° ACCESSOIRES
2 Wörter, zweisprachig deutsch (360°) + französisch (*accessoires*); Zahl (360), Nomen (*accessoires*); physikalische Einheit (°); Allgemeinwortschatz; Mode
Das Wort *Accessoire* wurde im 19. Jh. aus dem Französischen entlehnt (vgl. Kluge 2011: s.v. *Accessoire*).
- h) woman pur, Untertitel: FRAUEN FITNESS & WELLNESS CLUB
2 Wörter, zweisprachig englisch (*woman*) + deutsch (*pur*); Nomen, Adjektiv; -; Allgemeinwortschatz; Freizeit / Hobby / Sport
Pur wurde im 14. Jh. aus dem Lateinischen entlehnt (vgl. Kluge 2011: s.v. *pur*).
- i) the Close Up Shop, Untertitel: Film, Fun & Musik, Poster, Shirts & Merchandise
4 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*), Verb (*close*), Präposition(*up*), Nomen (*Shop*); -; Allgemeinwortschatz; Freizeit / Hobby / Sport
- j) coffreez, Untertitel: FROZEN COFFEEBAR
Ein Wort, einsprachig englisch; -; Blend aus ‚*coffee*+*freeze*‘; -; Gastronomie
- k) CALZEDONIA
Ein Wort, einsprachig italienisch; -; Blend (s. u.), Wortschöpfung (s. u.); -; Mode

Der Name des Strumpfwarengeschäfts ist eine Zusammenfügung aus italienisch *calza* ‚Strumpf‘, Plural *calze* und *Caledonia* ‚Schottland‘ (vgl. Langenscheidts 1967: s.v. *calza*, AHD 2000: s.v. *Caledonia*; siehe auch Kapitel 4.7.).
- l) flo IMBISS, Untertitel: Hier geht's um die Wurst!
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigennamen (*Flo*), Nomen (*Imbiss*); Clipping (*Flo* von ‚Florian‘); Eigennamen, Vorname (*Flo*), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- m) APOTHEKE KÖNIGSBAU
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Apotheke*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Königsbau*); Gesundheit
- n) EPPLI, Untertitel: LUXUS AUS PRIVATBESITZ
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigennamen (*Eppli*); -; Eigennamen, Nachname (*Eppli*); Auktionshaus, also Sonstiges
- o) GREENALITY, Untertitel: FAIR & ORGANIC
Ein Wort, einsprachig englisch; -; Wortschöpfung aus *Green* + *-ality*; -; Mode
Eine Motivation für die Verwendung des Suffixes *-ality* ist hier nicht zu sehen. Deshalb wird *Greenality* nicht als Blend gewertet.

- p) HEART & SOLE, Untertitel: Die Laufspezialisten
 2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*heart, sole*); Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Schuhe
 Der Geschäftsname spielt auf ‚heart and soul‘ an, wobei sie das homophone *sole* im Hinblick auf Schuhe verwendet.
- q) waranga (Café)
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Wortschöpfung (s. u.); -; Gastronomie
 Beim Besuch im Café am 11.03.2018 erklärte die Bedienung, der Name *waranga* sei der Fantasie ihrer Chefin entsprungen. Das Wort sei ein Spiel mit Lauten, solle fremdländisch und nach Urlaub und Entspannung klingen. Mit der gleichlautenden geographischen Bezeichnung habe es nichts zu tun.
- r) STRENESSE
 Ein Wort, zweisprachig deutsch (*Strehle*) + französisch (*-nesse*); -; Blend (s. u.), Hybrid; -; Mode
 Das Blend besteht aus dem Familiennamen *Strehle* + *jeunesse* ‚Jugend‘ (vgl. Visser 2010).
- s) hsi personaldienste (Hart & Schenk Industrie)
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Personaldienste*); Akronym (*hsi*, s. u.), Kompositum aus Personal+Dienste; Allgemeinwortschatz; Sonstiges
hsi ‚Hart & Schenk Industrie‘ (vgl. hsi personaldienste o.J.); der fettgedruckte Teil ist andersfarbig abgesetzt.
- t) Kauf Dich Glücklich
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Verb (*kauf*), Personalpronomen (*dich*), Adjektiv (*glücklich*); -; Allgemeinwortschatz; Mode
- u) Mi Bao, Untertitel: TEESPRESSO
 2 Wörter, einsprachig chinesisch; Nomen (*Mi Bao*); Kompositum aus *Mi+Bao*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Mi Bao heißt ‚Reisköstlichkeit‘ (vgl. leo- Chinesisch: s.vv. *mi, bao*).
- v) [m]eatery
 Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*eatery*); Wortschöpfung (s. u.), Wortspiel (s. u.); -; Gastronomie
 Das eingeklammerte <*m*> ergibt in Verbindung mit dem Folgenden *meat*, so dass sich insgesamt ‚Fleisch-Lokal‘ ergibt. Das Restaurant ist auf Fleischgerichte spezialisiert. Bei einer Wertung als zwei Wörter käme auch ein Clipping von *meat* als Deutung von [*m*] in Frage.
- w) YAZ, Untertitel: EINE PRISE ORIENT
 Ein Wort, einsprachig türkisch; Nomen (*yaz* ‚Sommer‘); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- x) là pour là
 3 Wörter, einsprachig französisch; Adverb (*là*), Präposition (*pour*); -; Allgemeinwortschatz; Mode
 ‚da für dort‘
- y) M3 MARY THREE
 3 Wörter, zweisprachig deutsch (*M3*) + englisch (*Mary three*); -; Abkürzung (*M3*); Ortsbezeichnung (Das Schild bezieht sich auf die Adresse Marienstraße 3); Mode
- z) tegut..., Untertitel: gute Lebensmittel
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym (s. u.), Initialwort; -; Lebensmittel
 Der Gründer des Geschäfts heißt Theo Gutberlet (vgl. Wesely 2018).

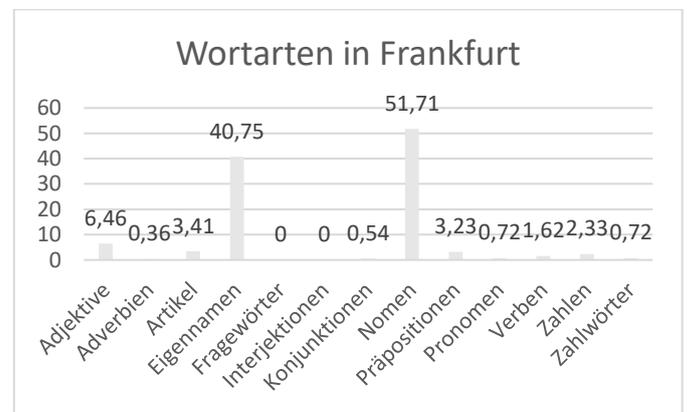
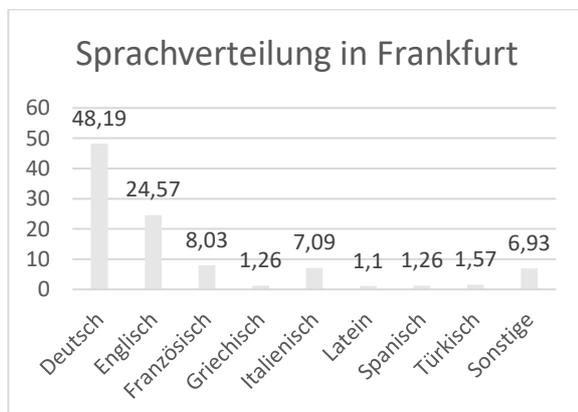
3.4.5. Frankfurt am Main

Die kreisfreie Stadt Frankfurt am Main befindet sich auf 100 m NHN am Mainufer und bis auf 121 m NHN in der Innenstadt. Sie gehört zum hessischen Regierungsbezirk Darmstadt und liegt an der A 5 Basel – Hattenbacher Dreieck, A 3 Köln – Passau⁵⁰². 794 datiert die erste urkundliche Erwähnung von *Franconofurd*, der ‚Furt der Franken‘⁵⁰³.

Am 30.06.2021 waren 749.421 Einwohner in Frankfurt am Main gemeldet. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 29,58 %⁵⁰⁴.



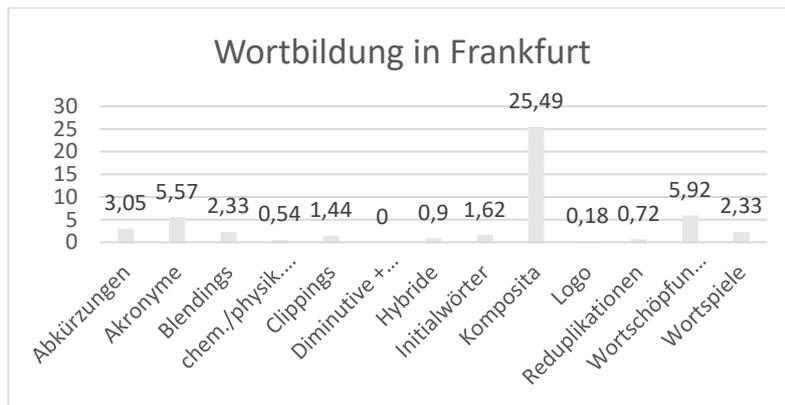
In Frankfurt wurden 557 Geschäftsschilder mit 635 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,70 Wörtern erfasst.



⁵⁰² Vgl. openstreetmap o.J.; topographic-map o.J.; NGV 2015: 2, 60-63; 70-73

⁵⁰³ Vgl. Institut für Stadtgeschichte o.J.; Sante 1976: 126-140; Stadt Frankfurt am Main o.J.

⁵⁰⁴ Vgl. Stadt Frankfurt am Main o.J.; UrbiStat 2023



Beispiele der Frankfurter Geschäftsschilder sind die folgenden:

- a) **ARTWORK**, Untertitel: Geschenke Silberschmuck
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*artwork*); Kompositum aus *art+work*; Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltswaren
- b) **Aschenputtel**, Untertitel: **SECOND HAND**
Ein Wort, einsprachig deutsch; -; -; Name aus Märchen; Mode
- c) **RAILSLIDE TV**, Untertitel:
SKATESNOWCLOTHSHOESCOFFEESHOPFFM
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*Railslide*); Kompositum aus *rail+slide*, Akronym (TV); (Allgemeinwortschatz); Mode
Der Untertitel zeigt die *scriptio continua*.
- d) **Häagen-Dazs**
2 Wörter, Fantasiensprache (einsprachig sonstige Sprache); -; Wortschöpfung (s. u.); -; Gastronomie
Der Name soll laut seinem polnischen Firmengründer Reuben Mattus dänisch klingen, bedeutet aber nichts (vgl. Nathan 2012).
- e) **Bürstenhaus**
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Bürstenhaus*); Kompositum aus *Bürsten+Haus*; Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltswaren
- f) **Samen-Andreas**, Untertitel: seit 1868, **DAS GARTENFACHGESCHÄFT**
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Samen*), Eigennamen (*Andreas*); Kompositum aus *Samen+Andreas*; Allgemeinwortschatz, Eigennamen, Nachname; Sonstiges
- g) **Ponto Brasil & Latino**, Untertitel: Spezialitäten Brasilien & Lateinamerika
3 Wörter, einsprachig portugiesisch; Nomen (*ponto* ‚(Markt-)Stand‘); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Brasil* ‚Brasilien‘, *Latino* ‚lateinamerikanisch‘); Lebensmittel (vgl. leo-portugiesisch: s.vv. *ponto*, *Brasil*, *Latino*)
- h) **Kartell FRANKFURT**, Untertitel: **TATTOO & PIERCING**, since 1994
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Kartell*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Frankfurt*); Sonstiges
- i) **Friseursalon Töngesgasse**
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (Friseursalon); Kompositum aus *Friseur+Salon*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (Töngesgasse); *Friseur Salon* wurde im 18. Jh. aus dem Französischen entlehnt (vgl. Kluge 2011: s.v. *Salon*).
Waffle World 34
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Waffleworld*), Zahl (34); Kompositum aus *waffle+world*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (34, s. u.); Gastronomie
Das Lokal befindet sich in der Töngesgasse 34.
- j) **7.11 FITSEVENELEVEN**
2 Wörter, einsprachig englisch; Zahl (7, 11), Adjektiv (*fit*), Zahlwort (*seven*, *eleven*); Kompositum aus *fit+seven+eleven*; -; Fitnessstudio, also Freizeit / Hobby /

Sport

Der Eintrag zeigt die *scriptio continua*.

- k) creative analytic 3000
3 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*creative, analytic*), Zahl (3000); -; Allgemeinwortschatz; Marktforschungsinstitut, also Sonstiges
- l) ZEIL-KITCHEN, Untertitel: RESTAURANT CAFE-BAR
2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Zeil*) + englisch (*kitchen*); Nomen (*kitchen*); -; Ortsbezeichnung (*Zeil* = Name der Straße), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- m) Heberer TraditionsBäcker
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Heberer*), Nomen (*Traditionsbäcker*); Kompositum aus *Tradition*+Fugen-*s*+*Bäcker*; Eigenname, Nachname (*Heberer*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Ungewöhnlich ist die Großschreibung des *B* von *Bäcker* mitten im Kompositum trotz des Fugen-*s*'.
- n) doy doy, Untertitel: Türkisches Restaurant und Grill
2 Wörter, einsprachig türkisch; Adjektiv (*doy* ‚satt‘); Reduplikation (*doy doy*); Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- o) apló, Untertitel: foods
Ein Wort, einsprachig griechisch; Adjektiv (*απλός* ‚einfach‘); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- p) McFIT, Untertitel: Einfach gut aussehen.
Ein Wort, einsprachig englisch; -; Wortschöpfung (s. u.); -; Freizeit / Hobby / Sport
Der schottische Namenszusatz *Mc* wurde hier mit den Adjektiv *fit* zu einem Geschäftsnamen verbunden. In Aschaffenburg findet sich eine ähnliche Form: *McPaper* (oben nicht aufgelistet). Vermutlich lehnt sich dies an die Popularität von *McDonald's* an.
- q) Läderach, Untertitel: chocolatier suisse
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Läderach*); -; Eigenname, Nachname (*Läderach*); Lebensmittel
- r) KUSMI TEA, Untertitel: PARIS
2 Wörter, zweisprachig russisch (*Kusmi*) + englisch (*tea*); Eigenname (*Kusmi*), Nomen (*tea*); Clipping (s. u.); Eigenname, Nachname (*Kusmi*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Kusmi kürzt den Namen des Gründers Pavel ‚Kousmichoff‘ (vgl. Kusmi Tea o.J.).
- s) TARGOBANK
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Targobank*); Wortschöpfung (s. u.), Kompositum aus *Targo*+*Bank*; Allgemeinwortschatz; Bank
Der Name *TARGOBANK* ist eine Erfindung des Werbetexters Manfred Gotta (vgl. Spiegel Wirtschaft 2009). Er klingt meines Erachtens, als lehne er sich an das englische Wort *target* an.
- t) MAREDO
Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Gastronomie
Die Gründer Manfred Holl, Karl-Heinz Reinheimer und Udo Schlote setzten Teile ihrer Namen so zusammen (siehe Unterstreichungen), dass das Ergebnis spanisch klingt, da ihre Steaks aus Argentinien und Uruguay stammen (vgl. Maredo 2021).
- u) die focacceria, Untertitel: pasta, focaccia, flammkuchen
2 Wörter, zweisprachig deutsch (*die*) + italienisch (*focacceria*); Artikel (*die*), Nomen (*focacceria*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Focaccia ‚Kuchen‘ oder ‚(Brot-)Fladen‘ (vgl. Langenscheidt 1967 und leo-italienisch: je s.v. *focaccia*).
- v) Muscat, Untertitel: Hair-Artist
Ein Wort, einsprachig maltesisch; Eigenname (*Muscat*); -; Eigenname, Nachname (*Muscat*); Friseur
- w) Alexandros
Ein Wort, einsprachig griechisch; Eigenname (*Alexandros*); -; Eigenname, Nach-

name (*Alexandros*; Dieser Name ist hier Nachname, der Vorname des Inhabers ist *Aleko*, vgl. yelp 2022: *Alexandros*); Feinkost, also Lebensmittel

x) LANA

Ein Wort, einsprachig italienisch (oder spanisch); Nomen (*lana* ‚Wolle‘); -; Allgemeinwortschatz; Wollgeschäft, also Freizeit / Hobby / Sport

y) VILEBREQUIN

Ein Wort, einsprachig französisch; Nomen (s. u.); -; Allgemeinwortschatz; Mode
Die Wahl für den Geschäftsnamen fiel auf das Wort *vilebrequin* ‚Kurbelwelle‘, da Firmengründer Fred Prysquel eine Leidenschaft für den Autosport hat (vgl. Vilebrequin o.J.).

z) 7 for all mankind

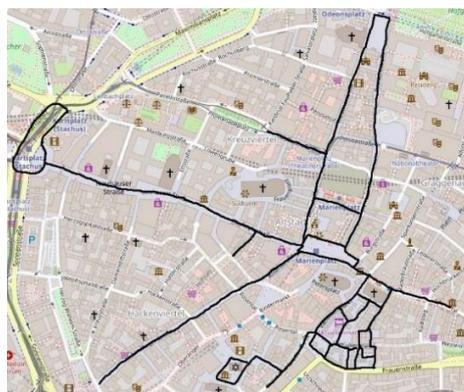
4 Wörter, einsprachig englisch; Zahl (7), Präposition (for), Adjektiv (all), Nomen (mankind); -; Allgemeinwortschatz; Mode

Die Motivation für den Geschäftsnamen soll sein, dass man für die gesamte Menschheit Jeans herstellen möchte. Die Zahl 7 kommt daher, dass laut einer Studie ein Amerikaner durchschnittlich 7 Jeans besitzt (vgl. Wikipedia: s.v. *7 for all mankind*; the factshop 2021).

3.4.6. München

Die Großstadt München liegt auf 520 m ü. NHN im Regierungsbezirk Oberbayern und ist sowohl dessen Hauptstadt als auch die des Bundeslandes Bayern. München befindet sich am Donauzufluss Isar in der Mitte der südlichen Hälfte von Bayern zwischen Nürnberg und Innsbruck bzw. Freiburg im Breisgau und Salzburg bzw. Linz⁵⁰⁵. Im Stadtwappen ist ein Mönch zu sehen, der für die Bedeutung von *München* als ‚bei den Mönchen‘ steht⁵⁰⁶.

Per 31.03.2021 betrug die Einwohnerzahl 1.561.094. Der Ausländeranteil lag 2020 bei 26,33 %⁵⁰⁷.

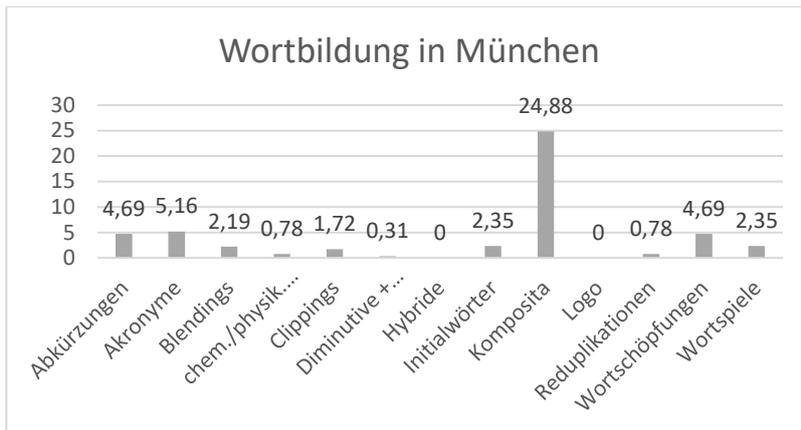
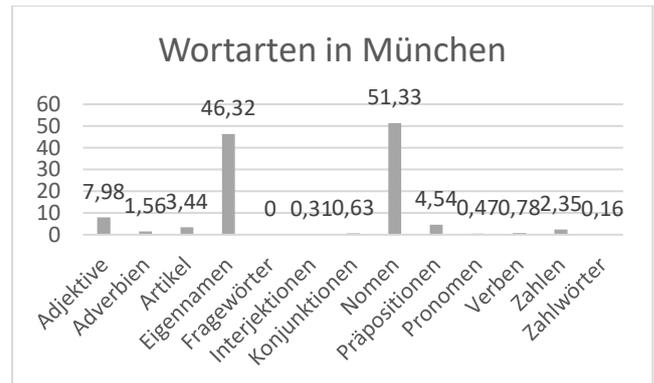
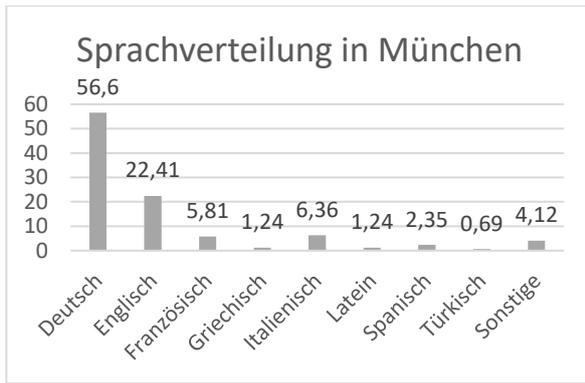


In München wurden 639 Geschäftsschilder mit 723 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,80 Wörtern erfasst.

⁵⁰⁵ Vgl. openstreetmap o.J.; NGV 2015: 2, 84-85, 90-94, 100-102; BayernAtlas 2021

⁵⁰⁶ Vgl. hdbg o.J.: Stadt München 2021

⁵⁰⁷ Vgl. Stadt München o.J.: München in Zahlen und Bevölkerungsstatistik; UrbiStat 2023



Beispiele der Münchner Geschäftsschilder sind die folgenden:

a) ZWEITHAAR

Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Zweithaar*); Kompositum aus *zweit+Haar*; Allgemeinwortschatz; Friseur

b) WgV, Untertitel: Wertvolles günstig versichert

Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym (s. u.); -; Versicherung
WGV, *Württembergische Gemeinde-Versicherung* (vgl. *WGV* 2021) Das <g> ist kleingeschrieben, auch wenn die *WGV* sonst mit drei Großbuchstaben firmiert.

c) Café Gloria

2 Wörter, zweisprachig französisch (*Café*)+ deutsch (*Gloria*); Nomen (*Café*, *Gloria*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (s. u.); Gastronomie
 Das Café befindet sich im Gloria-Haus. *Gloria* oder *Glorie* wird seit dem 13. Jh. im Deutschen verwendet (vgl. Kluge 2011: s.v. *Glorie*).

d) Pink & White, Untertitel: MÜNCHEN; NAIL & SPA

2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*pink*, *white*); -; Allgemeinwortschatz; Friseur / Kosmetik

e) KAUFHAUS OBERPOLLINGER

2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Kaufhaus*), Eigenname (*Oberpollinger*); Kompositum aus *Kauf+Haus*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Oberpollinger*); Kaufhaus

f) On Y GO, Untertitel: Shoe love is true love

3 Wörter, einsprachig englisch; Adverb (*on*), Verb (*go*); Clipping (*y*, s. u.); Allgemeinwortschatz; Schuhe

Die Einstufung als englisch kann diskutiert werden, da die Phrase aus der französischen Jugendsprache stammt. Die französische Hip Hop Gruppe Alliance Ethnik benutzt sie beispielsweise 1995 in ihrem Lied *Non stop*, in dem es heißt: „C'est bon maintenant pour la pure style et rewind: On y va et on y go!“ (,Es ist gut jetzt, was den reinen Stil anbelangt, und spul zurück / fang nochmal an...'), wobei nur

die unterstrichenen Wörter englisch ausgesprochen werden. Die Phrase ist offensichtlich dem französischen *on y va* nachempfunden, das wörtlich ‚wir gehen dorthin‘ heißt und für ‚los geht’s!‘ oder ‚gehen wir!‘ verwendet wird, vergleichbar vom Register her mit dem bairischen *pack mer’s*. Indem lediglich das letzte Wort tatsächlich übersetzt wird, wird daraus eine im Englischen als *on you go* verständliche Phrase mit einer Abschwächung des *you* zu *ye*, aus dem wiederum ein Clipping gemacht wurde (vgl. onygo; Alliance Ethnik 1995).

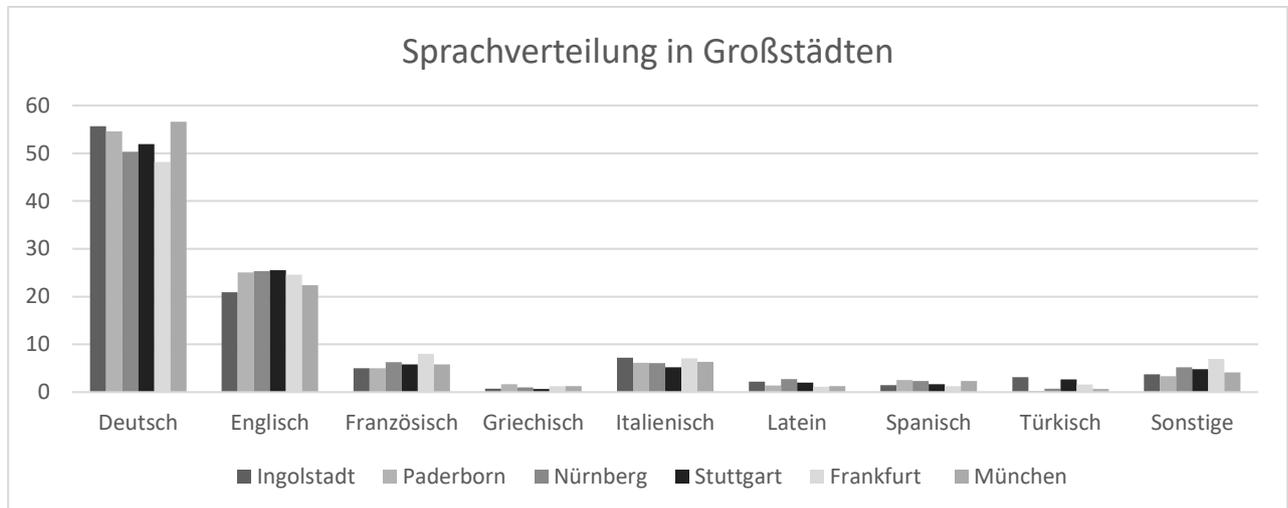
- g) Café zur Mauth, Untertitel: Rischart
3 Wörter, zweisprachig französisch (*Café*) + deutsch (*zur Mauth*); Nomen (*Café*, *Mauth*), Präposition (*zur*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (s. u.); Gastronomie
Vermutlich befindet sich das Café an einer historischen Mautstelle, daher auch die historisierende Schreibung von *Mauth* mit <h>. Diese war bis zur Rechtschreibreform von 1901 üblich (vgl. Weigand 1876: s.v. *Mauth*).
- h) orsay (Mode)
Ein Wort, einsprachig französisch; -; -; Ortsbezeichnung; Mode
Die Modekette ist nach dem Pariser ‚Quai d’Orsay‘ benannt (vgl. Baedeker 2007b: 640).
- i) GALERIA KAUFHOF
2 Wörter, zweisprachig spanisch (*Galeria*) + deutsch (*Kaufhof*); Nomen (*Kaufhof*); Kompositum aus *Kauf+Hof*; Allgemeinwortschatz
- j) intimissimi, Untertitel: Italian lingerie
Ein Wort, einsprachig italienisch; Adjektiv (*intimissimi*); Superlativ / Elativ (Silbe *-iss-*); Allgemeinwortschatz; Mode
Man kann ‚ganz / sehr intim‘ oder ‚am intimsten‘ übersetzen.
- k) vinzenzmurr, Untertitel: Metzgerei Feinkost Imbiss Restaurant
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Vinzenz Murr*); Kompositum aus *vinzenz+murr*; Eigenname, Vorname (*vinzenz*), Nachname (*murr*); Lebensmittel
Eine Sichtweise als *scriptio continua* ist ebenfalls denkbar.
- l) & other Stories
2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*other*), Nomen (*stories*); -; Allgemeinwortschatz; Mode
- m) Superdry Store.
2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*superdry*), Nomen (*store*); Kompositum aus *super+dry*; Allgemeinwortschatz; Mode⁵⁰⁸
- n) Frooterie Juice & Bagels
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Frooterie, juice, bagels*); Wortschöpfung (*Frooterie*, basierend auf ‚fruit‘, jedoch alternative Schreibung); Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
- o) GANT
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Gant*); Clipping (s. u.); Eigenname, Nachname (s. u.); Mode
Für das Clipping wurde der Nachname des jüdischen Firmengründers *Gantmacher* gekürzt, der aus der Ukraine in die USA einwanderte (vgl. Gant 2021).
- p) CAMP DAVID SOCCX
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Socks*, s. u.); -; Ortsbezeichnung (*Camp David*), Allgemeinwortschatz; Socken, also Mode
Die Firmengründer benannten ihre Firma nach dem Wochenendsitz des amerikanischen Präsidenten Bill Clinton *Camp David* und dessen Katze *Socks*, veränderten aber die Schreibung zu *Soccx* (vgl. Mielke 2013).
- q) schmuckrausch
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Schmuckrausch*); Kompositum aus *Schmuck+Rausch*; Allgemeinwortschatz; Schmuck

⁵⁰⁸ Auf dem Punkt am Ende des Schildes gehe ich, anhand anderer Beispiele, im Kapitel 4.3. ein.

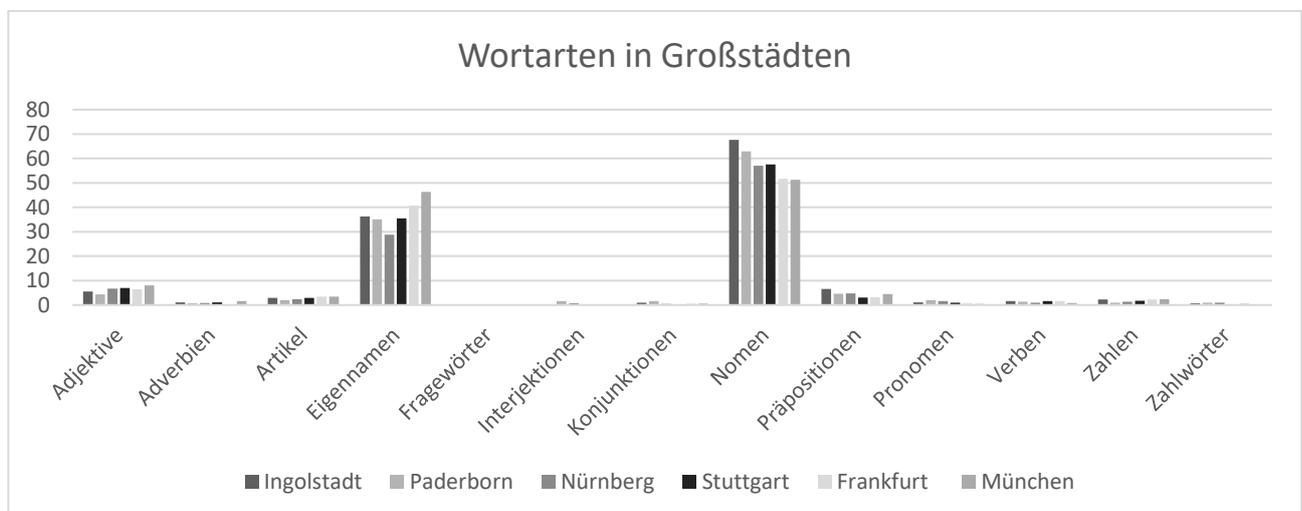
- Almenrausch
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Almenrausch*); Kompositum aus *Almen*+*Rausch*; Allgemeinwortschatz, Mode
 Ähnlich wie *Emilia's VitaminRausch* (Hanau, nicht gelistet), gibt es in München zwei Kombinationen mit *-rausch*. Das Wort scheint ebenso positiv konnotiert zu sein wie das mitunter als doppelsprachig eingesetzte *-art* (siehe Kapitel 3.2.2. u). Beim ersten Schild ist *-rausch* farbig abgesetzt.
- r) *texxt*, Untertitel: *bücher anders*
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*texxt*); -; Allgemeinwortschatz; Buchhandlung und modernes Antiquariat, also Bücher
 Die ungewöhnliche Schreibweise soll auf die Andersartigkeit des Geschäfts hinweisen, wie der Untertitel nahelegt.
- s) JOTT, Untertitel: Just Over The Top
 Ein Wort, einsprachig englisch; -; Akronym (siehe Untertitel), Initialwort; -; Mode
 Die Firma wurde von zwei französischen Brüdern gegründet, die einen englischen Namen wählten (vgl. JOTT 2021). Auf den ersten Blick sieht dieser allerdings eher deutsch aus. Weder im Englischen noch im Französischen gibt es das Wort bzw. die Buchstabenbezeichnung *Jott*.
- t) *stierblut*
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Stierblut*); Kompositum aus *Stier*+*Blut*; Allgemeinwortschatz; Männermode, also Mode
- u) CASA 43, Untertitel: LEONARDO CONCEPT STORE
 2 Wörter, einsprachig italienisch; Nomen (*casa* ‚Haus‘), Zahl (43); -; Ortsbezeichnung (43 ist die Hausnummer des Geschäfts in der Sendlinger Straße); Produkte aus Glas, also Einrichtung / Haushaltswaren
- mucom
 Ein Wort, einsprachig englisch; -; Wortschöpfung (s. u.); -; Mode
 Für das Wort haben das Flughafenkürzel für München *muc* sowie *com* aus Internetadressen Pate gestanden haben.
 Beide Schilder zeigen seltene Ortsbezeichnungen.
- v) *mavi*
 Ein Wort, einsprachig türkisch; Adjektiv (*mavi*); -; Allgemeinwortschatz; Mode
Mavi heißt ‚blau‘, was auf die Farbe der hier vertriebenen Jeans hinweist.
- w) *piazza maria*, Untertitel: *bar cucina*
 2 Wörter, einsprachig italienisch; -; -; Ortsbezeichnung
 Das Lokal ist am ‚Marienplatz‘, italienisch *piazza maria*.
- x) *Pia rennt*
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Pia*), Verb (*rennt*); Wortspiel (s. u.); Eigenname, Vorname (*Pia*), Allgemeinwortschatz
 Der Geschäftsname ist wohl eine Anspielung auf den Film *Lola rennt*, wobei die Inhaberin *Pia* Bartu ihren eigenen Vornamen eingesetzt hat (vgl. *Pia rennt* 2021, Wikipedia: s.v. *Lola rennt*).
- y) *kadoh*
 Ein Wort, einsprachig kreolfranzösisch; Nomen; -; (Allgemeinwortschatz); Modeaccessoires, Wohndeko, z. B. aus Indonesien, also Einrichtung / Haushaltswaren
 In Indonesien spricht man Kreolfranzösisch. Hier weist also die Sprache auf die Produkte hin.
- z) ZWILLING J. A. HENCKELS
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Zwilling*), Eigenname (*J.A. Henckels*); Abkürzung (*J, A*); Eigenname, Nachname (*Henckels*), (Allgemeinwortschatz); Einrichtung / Haushaltswaren
 Die Eintragung der Firma erfolgte am 13.06.1731, also im Sternzeichen Zwilling (vgl. *Zwilling* 2020).

3.4.7. Vergleich der Geschäftsschilder der Großstädte

Bei den Geschäftsschildern der bisherigen Orte zeigte sich mit steigender Einwohnerzahl eine stetige Abnahme des Deutschanteils und ein parallel dazu steigender Prozentsatz Englisch.

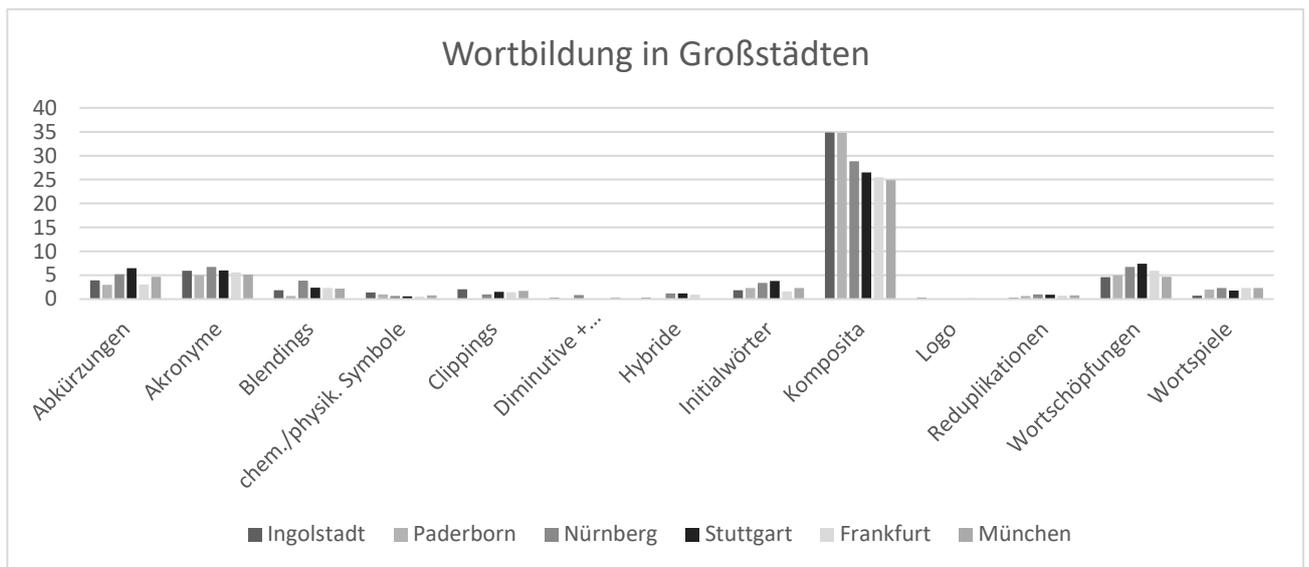


Dieses Phänomen tritt bei den Großstädten nicht mehr auf. Am meisten weichen die Münchner Schilder von diesem Trend ab, da dort von den Großstädten der höchste Prozentsatz Deutsch zu finden ist. In München gibt es mit 22 auch die meisten Schilder mit Dialekt, gefolgt von jeweils 13 in Eichstätt und Ingolstadt. Das deutet darauf hin, dass sich die Münchner Schilderverfasser gerne mehr Lokalkolorit verleihen und weniger auf Internationalität setzen. Für diese Interpretation spricht, dass sich die Stadt das EU-Markenrecht für den Begriff *Oktoberfest* schützen ließ⁵⁰⁹. Eine Assoziierung mit traditionellen Werten wird mehr angestrebt als Globalisierung.

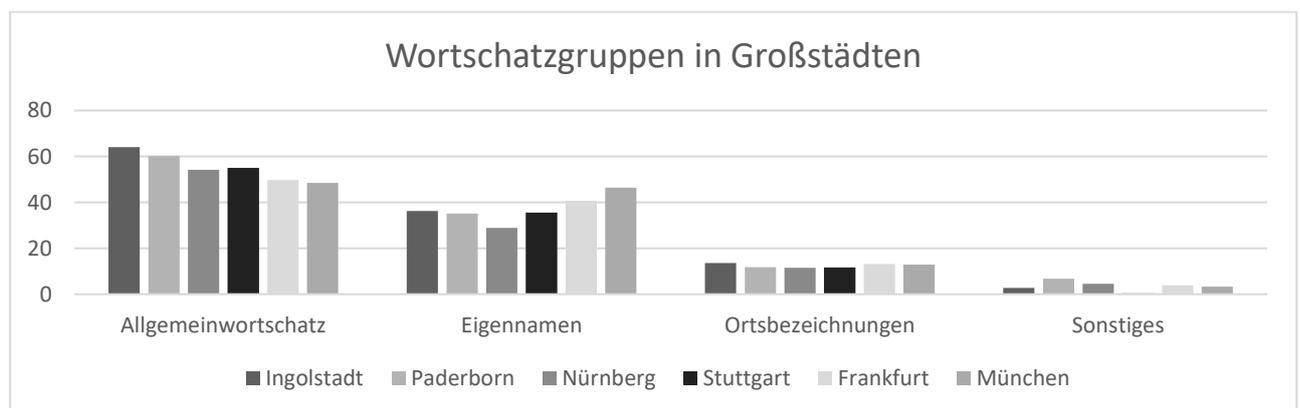


⁵⁰⁹ Vgl. Wilde et al. 2021

Ab den Kleinstädten geht der Anteil an Nomen auf den Geschäftsschildern mit steigender Einwohnerzahl fast kontinuierlich zurück; dieser Trend setzt sich hier fort. Die Anteile der Eigennamen schwanken bei den Großstädten ebenso wie bei den übrigen deutschen Orten. Adjektive behalten bei den Großstädten einen in etwa gleichbleibenden Anteil. In Stuttgart ist ein Fragewort in einem Geschäftsschild enthalten, *EDDIE WHO?*, Untertitel: *CUSTOM FOOTWARE ACCESSORIES*. Es ist das einzige im ganzen Korpus, zeigt aber wiederum, dass mit der Größe der Stadt auch die Palette der Wortarten größer wird.



Komposita nehmen mit der Einwohnerzahl der Großstadt kontinuierlich ab, während Abkürzungen, Akronyme, chemische und andere Symbole, Wortschöpfungen und Wortspiele in etwa auf dem gleichen Niveau bleiben.



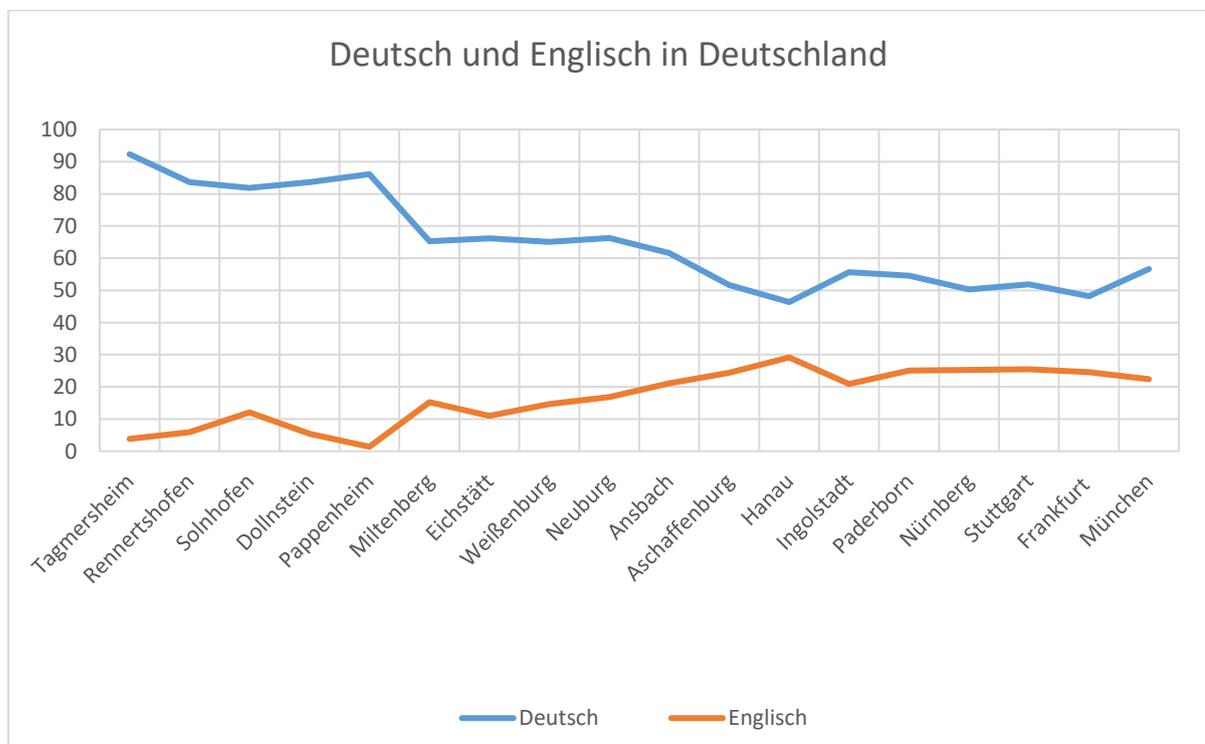
Die Abnahme des Allgemeinwortschatzes ist innerhalb der Großstädte in etwa proportional zur Einwohnerzahl. Nachdem Eigennamen in Nürnberg ihren Tiefststand erreicht haben, steigen sie in Stuttgart Frankfurt und München ohne erkennbaren Grund wieder an.

3.5. Vergleich der Geschäftsschilder Deutschlands

Man könnte vermuten, dass ein Ort umso mehr Geschäfte im Innenstadtbereich haben müsste, je mehr Einwohner er hat. Dies ist durchaus nicht so, wie die Zahlen zeigen: Tagmersheim 25 Geschäfte, Rennertshofen 59, Solnhofen 30, Dollnstein 50, Pappenheim 63, Miltenberg 147, Eichstätt 317, Weißenburg 188, Neuburg an der Donau 216, Ansbach 194, Aschaffenburg 528, Hanau 390, Ingolstadt 436, Paderborn 299, Nürnberg 596, Stuttgart 664, Frankfurt 557, München 639⁵¹⁰. Es wurde überall der meistfrequentierte Bereich aufgesucht. Städtebauliche Gegebenheiten spielen für dessen Größe eine Rolle. In den meisten Städten gibt es Fußgängerzonen, während Stuttgart eine sogenannte Fußgängerfläche hat, die mit über 300.000 m² zusammenhängenden Teilen ungewöhnlich groß ist⁵¹¹. Vermutlich liegt es hieran, dass in Stuttgart die meisten Geschäftsschilder gefunden wurden.

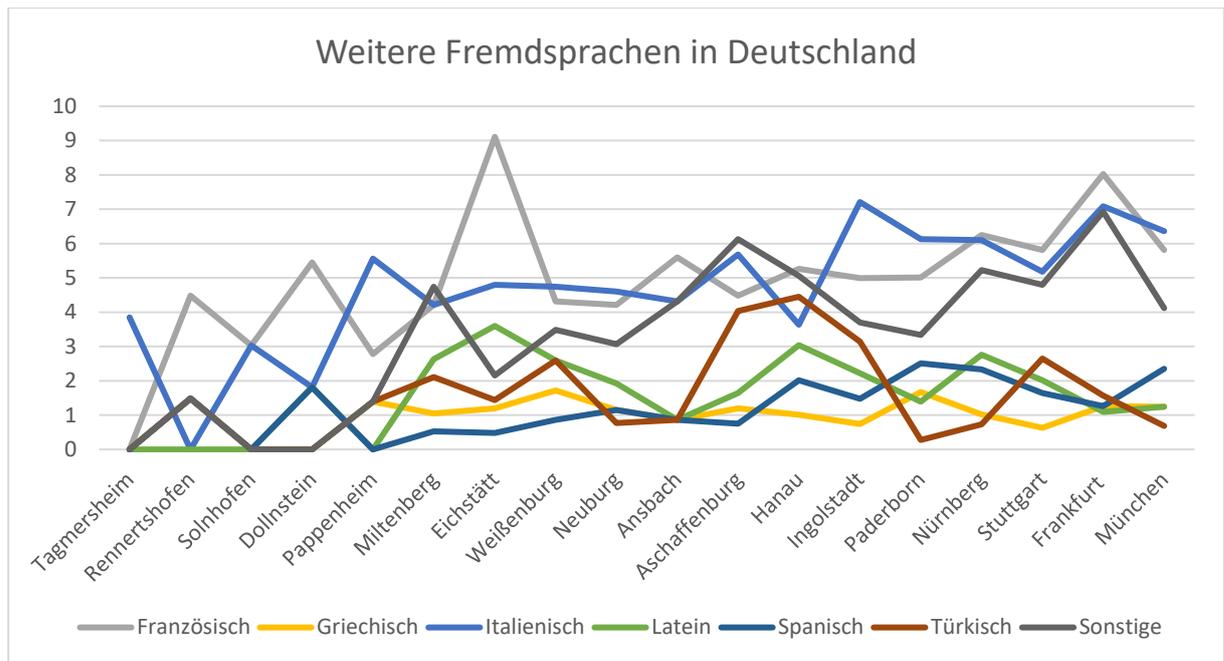
Bei 5.504 in Deutschland erfassten Schildern haben 2.208 Schilder ein Wort, 2.400 zwei, 703 drei, 153 vier, 32 fünf, 4 sechs, eines sieben, 2 acht und eines zehn Wörter. Der Durchschnitt beträgt 1,81 Wörter pro Schild.

Es folgen zwei Grafiken für die Sprachen, weil nur Deutsch und Englisch hohe Prozentzahlen zeigen. Alle übrigen Sprachen bleiben unter 10 %; ihre Anteile wären in einer einzigen Grafik kaum zu erkennen:



⁵¹⁰ Einwohnerzahlen siehe die Kapitel zu den Orten.

⁵¹¹ Vgl. Medek 2012



Deutsch nimmt mit der Größe des Ortes grundsätzlich ab, Englisch und sonstige Fremdsprachen nehmen dagegen tendenziell zu. Zu berücksichtigen sind dabei vor allem zwei Punkte, nämlich zum einen die am Ort lebenden nicht-deutschen Mitbürger, zum anderen bewusst gewähltes Lokalkolorit. Bei der folgenden Tabelle sind Ausländer Personen ohne deutsche Staatsangehörigkeit. Migranten sind „Personen, die nach 1955 aus dem Ausland zugewandert sind oder mindestens ein nach 1955 zugewandertes Elternteil haben“⁵¹².

	Ausländeranteil 2020 ⁵¹³	Migrantenanteil 2011 ⁵¹⁴	Deutsch auf Schildern
Tagmersheim	11,17	?	92,31
Rennerthofen	10,97	?	83,58
Solnhofen	10,28	?	81,82
Dollnstein	9,39	?	83,64
Pappenheim	10,45	?	86,11
Miltenberg	11,67	?	65,26
Weißenburg	9,95	16,43	65,09
Eichstätt	9,56	18,63	66,19
Ansbach	15,05	25,29	61,64
Neuburg	11,13	28,23	66,28
Paderborn	9,48	28,26	54,60
Aschaffenburg	17,42	33,37	51,72
München	26,33	34,21	56,60
Nürnberg	23,60	36,34	50,29
Stuttgart	24,95	38,57	51,89
Ingolstadt	19,25	38,99	55,64
Hanau	16,29	42,64	46,36
Frankfurt	29,58	44,19	48,19

⁵¹² Definition, die dem Zensus 2011 zugrunde liegt, Zensus 2011. Die folgende Tabelle ist nach dem Migrantenanteil sortiert, da sich hier die meisten Bezüge zeigen.

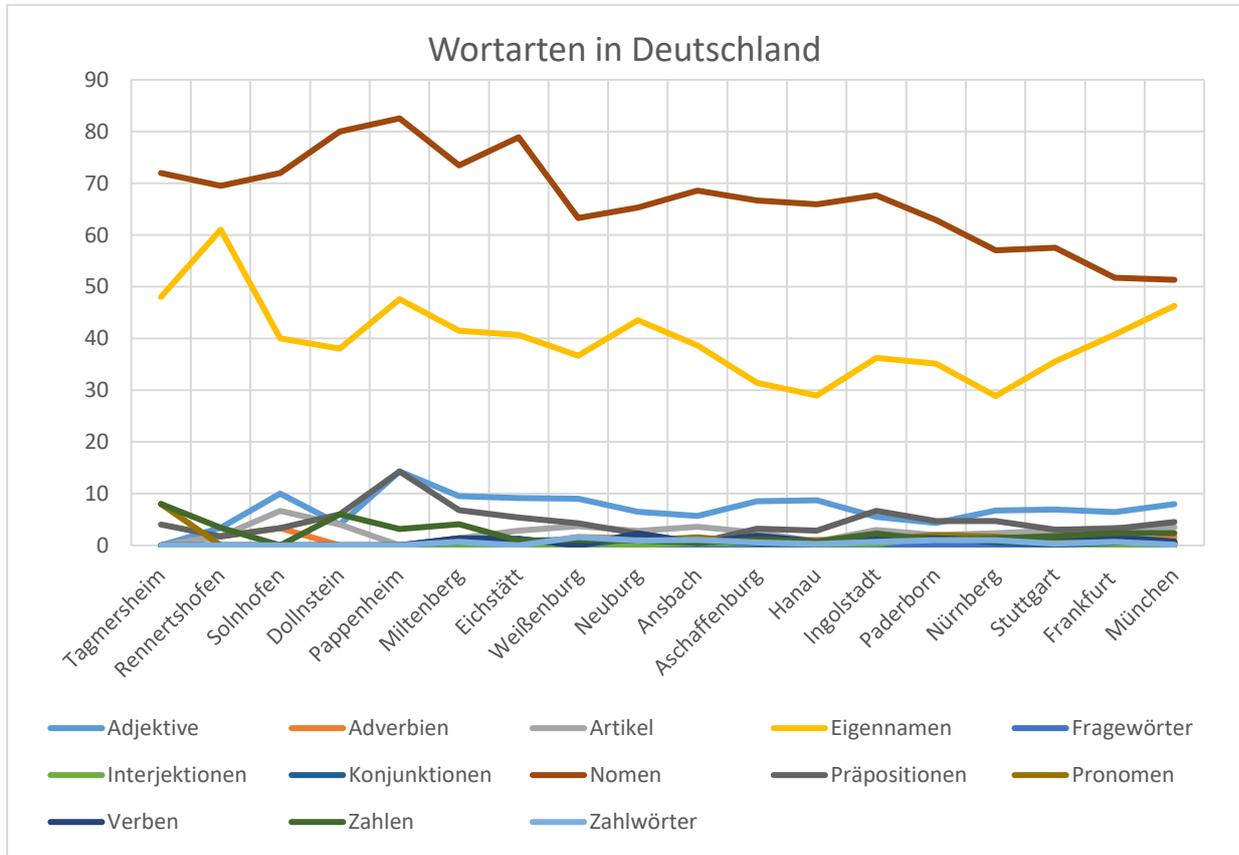
⁵¹³ Vgl. UrbiStat 2023

⁵¹⁴ Vgl. Ergebnisse 2011.Zensus; neuere Daten gibt es hierzu nicht in einheitlicher Form. Für die mit ? gekennzeichneten Orte konnten keine Daten gefunden werden.

Eine im Verhältnis zum Ausländeranteil oder zur entsprechenden Migrantengruppe proportionale Verwendung einer Sprache gibt es nicht. Allerdings kann obige Tabelle die vom Trend abweichenden Prozentzahlen für Deutsch für vier Städte erklären. In Aschaffenburg, Hanau und Frankfurt liegen die Migrantenanteile relativ hoch, die Anteile der deutschsprachigen Schilder sind dafür verhältnismäßig niedrig. In München ist es umgekehrt. Auch hieraus lässt sich keine allgemeingültige Regel ableiten. Man kann lediglich festhalten, dass die Migrantenanteile einen gewissen Einfluss auf die Sprachenwahl der Schilderverfasser haben, und zwar mehr als die Ausländeranteile.

Das bewusst gewählte Lokalkolorit ist der Stil, den ein Ort für sich wählt. In Solnhofen möchte man vermutlich auf die Touristen eingehen. In Dollnstein sind 16 % (8) Schilder in gebrochener Schrift, womit man wohl versucht, auf die Orts-geschichte hinzuweisen⁵¹⁵. Dabei gibt sich der Ort eine Art Signatur, die durch Nachahmung eines von einem Schilderverfasser verwendeten Musters entstanden sein könnte. Für diese Theorie gibt es auch bei den Wortarten Hinweise.

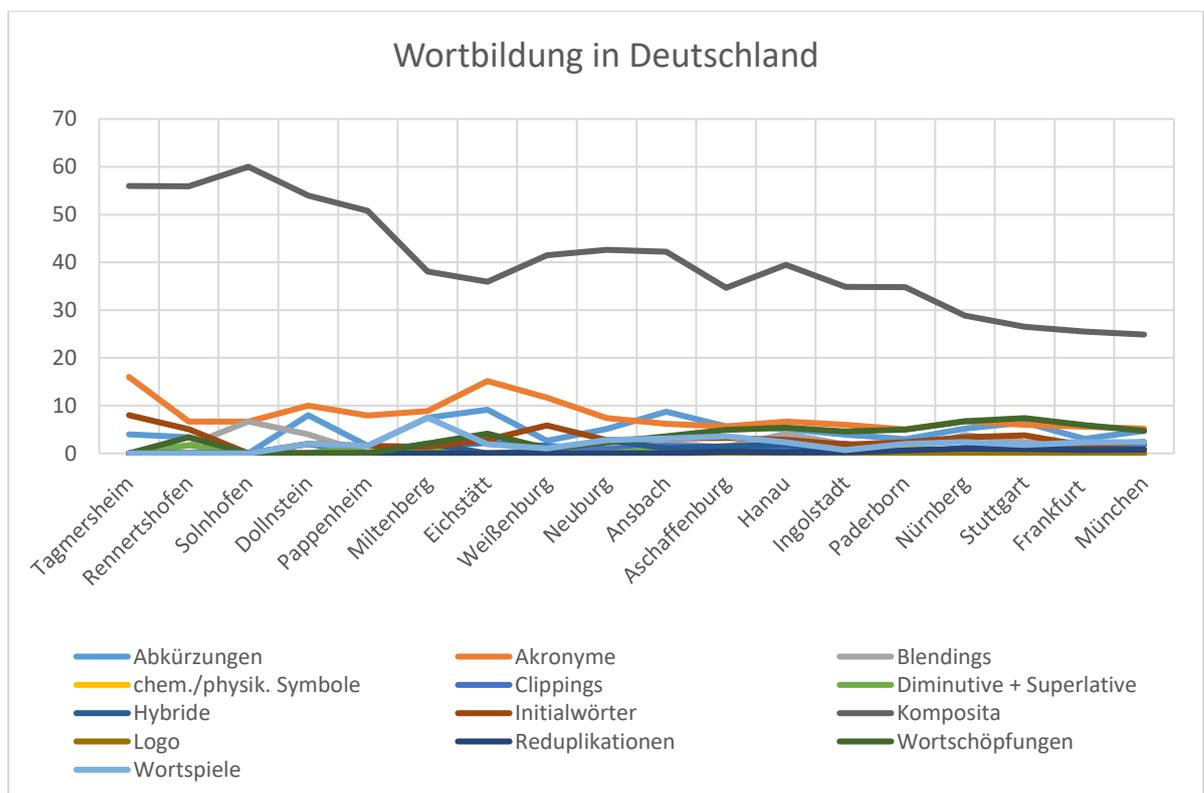
Bei der Grafik zu Wortarten fehlen Fragewörter, von denen allerdings nur in Stuttgart eines zu finden ist, woraus sich ein Anteil von 0,15 % errechnet:



⁵¹⁵ Siehe hierzu auch Kapitel 4.3. zur Schreibung

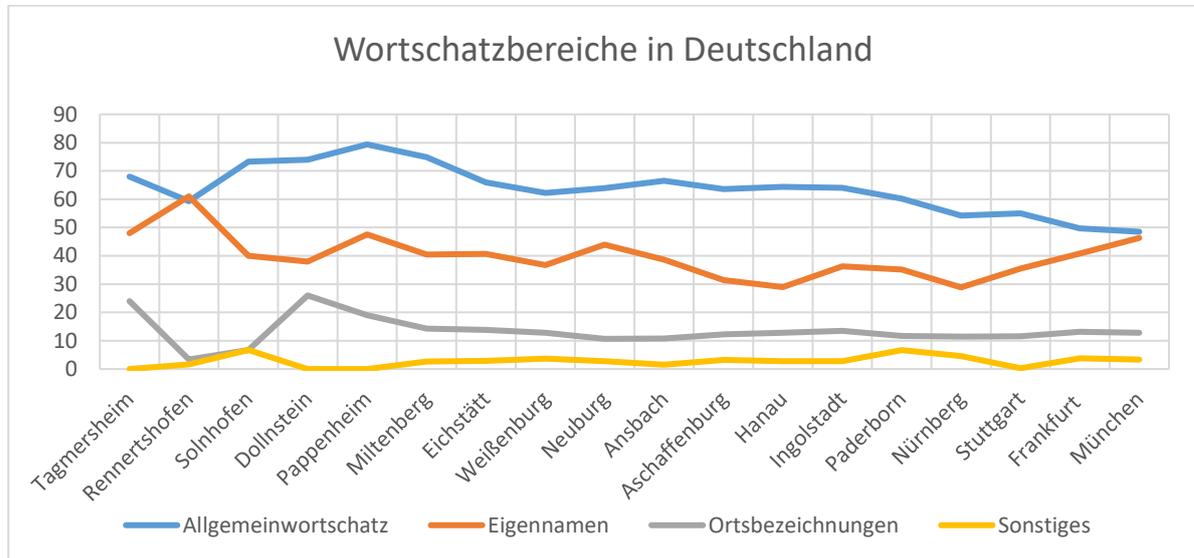
Die Ursache für den großen Anteil an Nomen und Eigennamen dürfte in den von 1861 bis 1998 gültigen Rechtsvorschriften zu finden sein. Es war Pflicht, je nach Rechtsform des Unternehmens, den Eigennamen des Firmeninhabers oder den Geschäftszweck im Unternehmensnamen zu führen. Diese beiden Muster sind noch heute gängig, werden allerdings vermehrt durch andere wie Kunstwörter, Akronyme, Blends oder Clippings ergänzt⁵¹⁶. Für Nomen und Eigennamen im Geschäftsnamen sind hier Beispiele aus München: *ZWEITHAAR*, *APOTHEKE*, *PARKING* beinhalten nur den Geschäftszweck und stellen wohl keine vollständige Firma dar. Solche Einträge sind selten. Häufiger ist der Firmenzweck in Kombination mit Eigennamen: *KUHN Maßkonfektion*, *Juwelier Hager*, *KAUFHAUS OBERPOLLINGER*, *Steindl Trachten*, *ROLAND SCHUHE*, *Lederwaren Hetzenecker*, *Herrmann Souvenirs*. Reine Eigennamen sind ebenfalls häufig: *SWAROWSKI*, *TRETTNER*, *McDonald's*, *Obletter*, *DEICHMANN*, *Beate Uhse*, *Douglas*, *BARTU*.

Grundsätzlich kann man sehen, dass Wortarten mit der Größe der Stadt eine zunehmende Bandbreite zeigen. Dabei ist es nicht unbedingt so, dass die Zahl der jeweiligen Treffer stetig zunimmt, manche bleiben auf einem niedrigen Niveau wie z. B. Interjektionen, Konjunktionen, Pronomen und Zahlwörter. Präpositionen gibt es in jedem Ort, abgesehen von Pappenheim liegen diese unter 7 %.



⁵¹⁶ Eine ausführlichere Erklärung hierzu findet sich in Kapitel 2.5.

Auch die Muster der Wortbildung werden mit zunehmender Ortsgröße differenzierter, aber hier bleiben ebenfalls Symbole aus Chemie / Physik u. ä., Diminutive / Superlative u. ä., Hybride, Logos, Reduplikationen und Wortspiele bei niedrigen Prozentzahlen.



Berücksichtigt man, dass Dörfer aufgrund der geringen Zahl an Geschäften statistisch nicht gut auswertbar sind, kann man ab den Kleinstädten eine Abnahme des Anteils an Allgemeinwortschatz beobachten. Dies kann daran liegen, dass ausländische Wörter nicht zum Allgemeinwortschatz gehören, also der erhöhte Fremdsprachenanteil eine Abnahme des Allgemeinwortschatzes mit sich bringt. Als Beispiele seien italienische Restaurants wie *la famiglia*, *Mamma mia*, *le Fiamme* (alle drei Ansbach), *Vivere!!* und *Pasta al Dente* (beide Aschaffenburg) genannt. Solche Fälle wurden nicht unter Allgemeinwortschatz eingruppiert, da alle diese italienischen Wörter nicht zum deutschen Allgemeinwortschatz zählen.

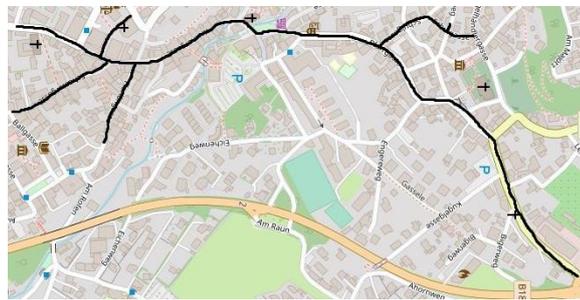
Ein uneinheitliches Bild ergibt sich bei Eigennamen. Zunächst meint man, eine Abnahme mit der Stadtgröße zu sehen, dann gibt es in Neuburg jedoch wieder einige mehr, in Ansbach findet sich ein ähnliches Niveau wie in Weißenburg. Danach geht die gedachte Kurve auf und ab. Besonders auffällig sind dabei die vielen Eigennamen in München, die ich als bewusst gewähltes Lokalkolorit interpretiere.

3.6. Die Städte in Österreich

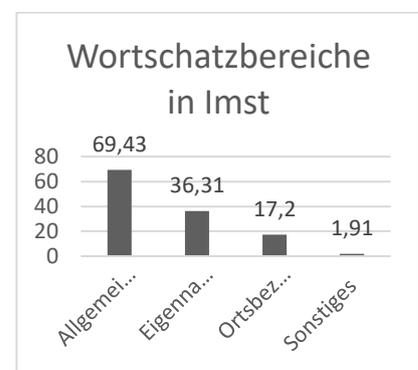
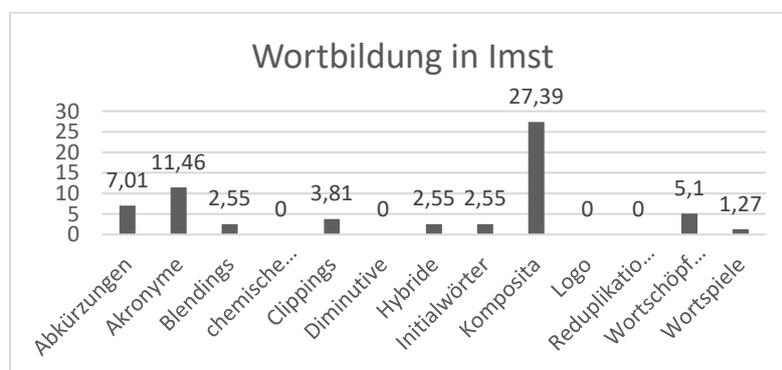
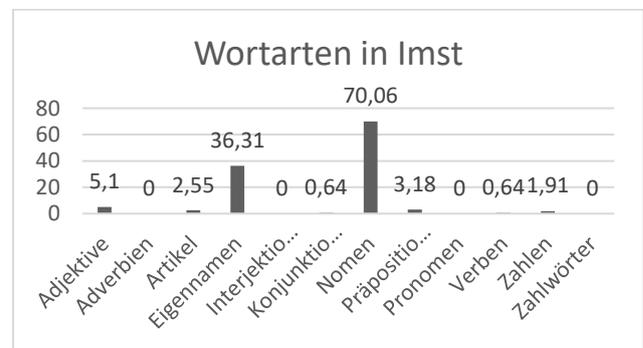
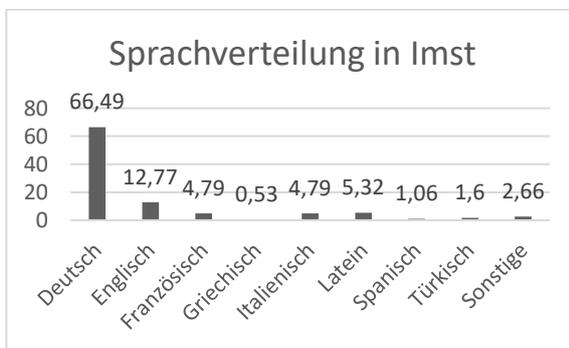
3.6.1. Imst

Die Stadt Imst liegt im österreichischen Bundesland Tirol. Sie grenzt von Norden an den oberen Inn und befindet sich auf 828 m ü. NHN zwischen Innsbruck und dem Fürstentum Liechtenstein bzw. Füssen und Meran⁵¹⁷. Der Ortsname *Imst* geht auf das lateinische Wort *humidus* ‚feucht‘ zurück, dem die Endung *-iste* angehängt wurde. Daher bedeutet *Imst* ‚Nassfeld‘ oder ‚Feuchtgrund‘⁵¹⁸.

Am 01.01.2021 lag die Einwohnerzahl bei 10.882 mit einem Ausländeranteil von 21,1 %⁵¹⁹.



In Imst wurden 157 Geschäftsschilder mit 188 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,86 Wörtern erfasst.



⁵¹⁷ Vgl. openstreetmap o.J.; Stadt Imst: Ortsplan 2021

⁵¹⁸ Vgl. Steinhauser 1974: 235, 237

⁵¹⁹ Vgl. Stadt Imst, Statistik 2021

Beispiele der Imster Geschäftsschilder sind die folgenden:

- a) HYPO TIROL BANK
3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Bank*); Clipping (*Hypo* aus ‚Hypotheken‘); Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Tirol*); Bank
- b) Grissemann, Untertitel: buch, papier + mehr
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Grissemann*); -; Eigenname, Nachname (*Grissemann*); Bücher
- c) SCHNITTSTELLE
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Schnittstelle*); Kompositum aus *Schnitt*+*Stelle*, Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Friseur
Eine *Schnittstelle* ist üblicherweise eine Stelle, an der sich zwei Fachbereiche treffen (vgl. Duden online: s.v. Schnittstelle) hier jedoch eine ‚Stelle, wo Haare geschnitten werden‘.
- d) 4 SEASONS
2 Wörter, einsprachig englisch; Zahl (4), Nomen (*seasons*); -; Allgemeinwortschatz; Gartenmöbel, also Einrichtung / Haushaltswaren
- e) MPREIS
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Preis*); Blend aus *Mölk*+*Preis*; Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Therese *Mölk* gründete die Firma 1920, sie ist noch in Familienbesitz (vgl. MPreis o.J.).
- f) pro mente tirol
3 Wörter, zweisprachig lateinisch (*pro mente* ‚für den Geist‘) + deutsch (*Tirol*); Präposition (*pro*), Nomen (*mente*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Tirol*); psychologischer Berater, also Gesundheit
- g) Gstrein + Partner, Untertitel: Ingenieurbüro ZT GmbH
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Gstrein*), Nomen (*Partner*); -; Eigenname, Nachname (*Gstrein*), Allgemeinwortschatz; Bauingenieur, also Immobilienmakler / Architekten / Ingenieure
- h) ibis acam Bildungs Gesellschaft
4 Wörter, zweisprachig lateinisch (*ibis acam*) + deutsch (*Bildungsgesellschaft*); Verb (*ibis* ‚du wirst gehen‘), Nomen (*acam*); Clipping aus *academiam* ‚an die Universität‘, Kompositum aus *Bildung*+Fugen-*s*+*Gesellschaft*; Allgemeinwortschatz; Bildung
Auch hier ist ein Kompositum trotz des Fugenelementes getrennt geschrieben.
- i) YT Transporte
2 Wörter, zweisprachig türkisch (*YT*, s. u.) + deutsch (*Transporte*); Nomen (*Transporte*); Akronym (*YT* für die Firmengründer Yilmaz und Temel, vgl. kompany o.J.); Allgemeinwortschatz; Transportunternehmen, also Sonstiges
- j) STONE STORY, Untertitel: ... CREATIVE & EINZIGARTIG
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*stone*, *story*); Kompositum aus *stone*+*story*; Allgemeinwortschatz; Produkte aus Stein wie Gartenschmuck, Weinausschenker, also Einrichtung / Haushaltswaren
- k) PIZZERIA LA LUNA
3 Wörter, einsprachig italienisch; Nomen (*Pizzeria*, *luna* ‚Mond‘), Artikel (*la*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- l) RED ZAC, Untertitel: ELEKTRO FACHMARKT, Elektronik. Voller Service.
2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*red*), Nomen (*Zac*); Wortschöpfung (*Zac*); Allgemeinwortschatz; Elektronik
Zac ist offenbar eine Art Maskottchen für das Geschäft, da sich eine Comicfigur auf dem Firmenschild befindet.
- m) sham. f, Untertitel: ARABISCHE LEBENSMITTEL
2 Wörter, einsprachig arabisch; Eigenname (*sham*); Abkürzung (*f*); Eigenname,

- Nachname (*sham*; *f* ist vermutlich der Vorname, aber Abkürzungen wurden nicht eingruppiert); Lebensmittel
- n) GRAZER WECHSELSEITIGE
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Wechselfseitige*); Kompositum aus *Wechsel*+*seitige*, nominalisiert; Ortsbezeichnung (*Grazer*), Allgemeinwortschatz; Versicherung
 Da das Wort *Versicherung* fehlt, könnte man noch „Ellipse“ ergänzen. Diese Kategorie wurde wegen ihrer Seltenheit nicht gemacht.
- o) LA TAVERNA VII, Untertitel: RISTORANTE – PIZZERIA
 3 Wörter, einsprachig italienisch; Artikel (*la*), Nomen (*Taverna*), Zahl (*VII*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*VII*, s. u.); Gastronomie
 ‚Die Taverne VII‘ befindet sich in der Pfarrgasse 7, daher die *VII*.
- p) danart
 Ein Wort, zweisprachig deutsch (*Dan*) + englisch (*art*); Eigenname (*Dan*), Nomen (*art*); Clipping (s. u.), Hybrid (s. u.); Eigenname, Vorname (*Dan*), Allgemeinwortschatz; Kunstgegenstände;
 Gründerin *Daniela* Pfeifer setzte den 1. Teil ihres Vornamens mit dem englischen Wort für ‚Kunst‘ zusammen.
- q) AVUSTURYA TÜRK FEDERASYON, Untertitel: 1994
 3 Wörter, zweisprachig türkisch + französisch (*Federasyon*); Nomen (*Federasyon*); -; Ortsbezeichnung (*Avusturya, Türk*), Allgemeinwortschatz; Sonstiges
 ‚Österreichisch-türkische Föderation‘⁵²⁰.
- r) Ordination Dr. Stefan Reisinger, Untertitel: Arzt für Allgemeinmedizin
 4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Ordination*), Eigenname (*Stefan Reisinger*); Abkürzung (*Dr.* für ‚Doktor‘); Allgemeinwortschatz, Eigenname, Vorname (*Stefan*), Nachname (*Reisinger*); Gesundheit
Ordination ist österreichisch für ‚(Arzt-)Praxis‘, vgl. Duden 2006: s.v. *Ordination*.
- s) Autohaus Eisenrigler, Untertitel: SEAT VW Audi Skoda
 2 Wörter, zweisprachig französisch (*Auto*) + deutsch (*Haus, Eisenrigler*); Nomen (*Autohaus*), Eigenname (*Eisenrigler*); Kompositum aus *Auto*+*Haus*, Hybrid französisch + deutsch (*Autohaus*); Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Eisenrigler*); Autos
- t) FASNACHTSHAUS IMST, Untertitel: MUSEUM ARCHIV
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Fasnachtshaus*); Kompositum aus *Fasnacht*+*Fugen-s*+*Haus*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Imst*); Sonstiges
- u) BTV, Untertitel: VIER LÄNDER BANK
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym (s. u.); keine Zuordnung; Bank
 ‚Bank für Tirol und Vorarlberg‘ (vgl. BTV 2020: Geschichte)
- v) Stadt Apotheke Imst
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Apotheke*); Kompositum aus *Stadt*+*Apotheke*; Ortsbezeichnung (*Stadt, Imst*), Allgemeinwortschatz; Gesundheit
- w) TGKK
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym (s. u.); -; Versicherung
 ‚Tiroler Gebietskrankenkasse‘ (vgl. allbiz.at 2023)
- x) bille ka, Untertitel: babys natural care and wear
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Bille Ka*); Clipping (s. u.); Eigenname, Vorname (*Bille*), Nachname (*Ka*); Mode
Bille Ka ist kurz für ‚Sybille Kammerlocher-Geiger‘ (vgl. Bille Ka o.J.).
- y) anima, Untertitel: atelier antonia, schmuck edelsteine geschenke
 Ein Wort, einsprachig lateinisch; Nomen; -; Allgemeinwortschatz; Schmuck
 ‚Geist, Seele‘

⁵²⁰ Die Wörterbücher des Türk Dil Kurumu ‚Türkisches Sprachinstitut‘ geben zwar an, dass *federasyon* dem Französischen entlehnt wurde, jedoch ohne Datum, vgl. Türk Dil Kurumu, Sözlükleri 2019: s.v. *federasyon*.

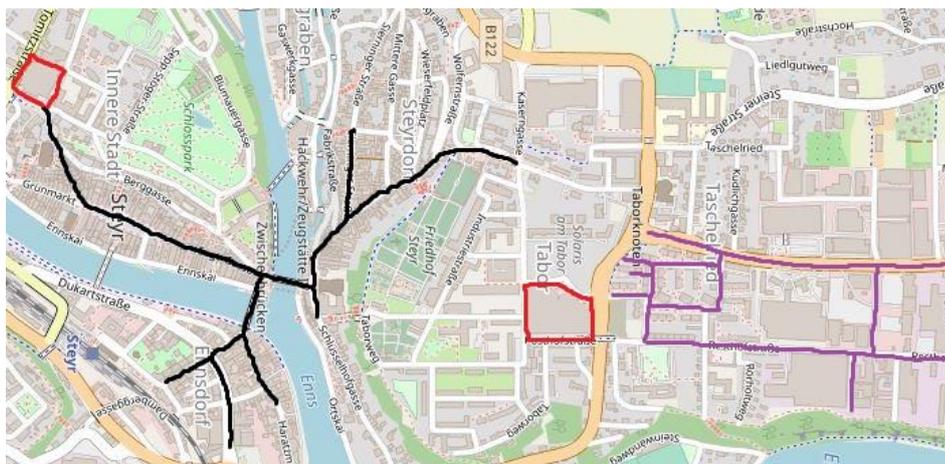
z) per vida

2 Wörter, zweisprachig lateinisch + spanisch; Präposition, Nomen; -; Allgemeinwortschatz; Versicherung
per vida ‚durch (das) Leben‘

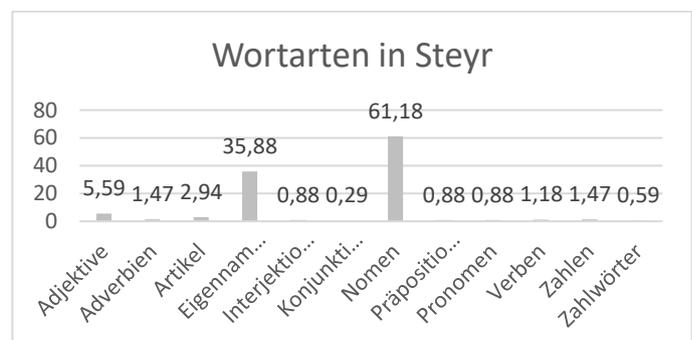
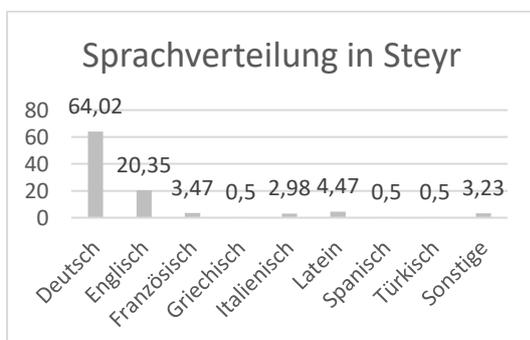
3.6.2. Steyr

Steyr gehört zum Bundesland Oberösterreich, nahe der Grenze zu Niederösterreich. Es befindet sich auf 310 m ü. NHN an der Stelle, an der der Nebenfluss Steyr in den Donauzufluss Enns mündet. Steyr liegt 40 km südlich von Linz in Richtung Klagenfurt bzw. zwischen Salzburg und Wien fast auf halber Strecke⁵²¹. Der Stadtname stammt vom keltischen *Stiria*, dem Namen des Ennszuflusses, beides heißt heute *Steyr*⁵²².

Am 01.01.2021 lag die Einwohnerzahl bei 37.952 mit einem Ausländeranteil von 23,4 %⁵²³.



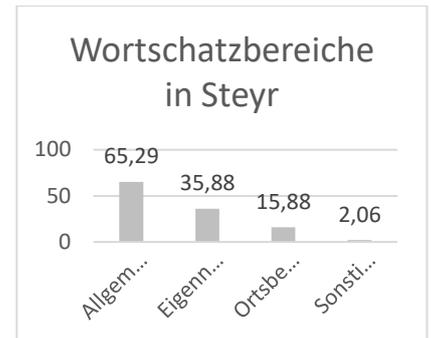
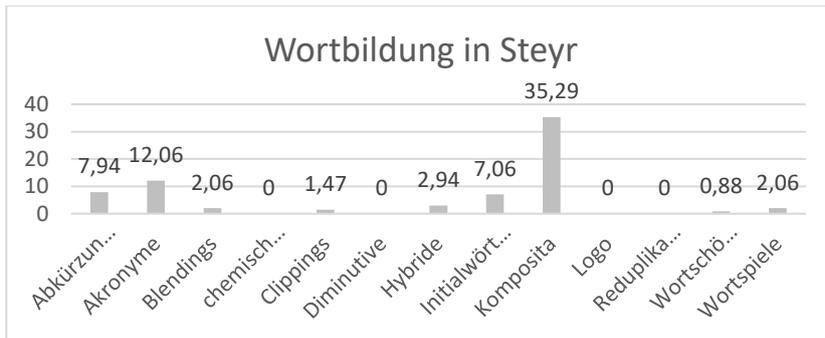
In Steyr wurden 340 Geschäftsschilder mit 403 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,12 Wörtern erfasst.



⁵²¹ Vgl. openstreetmap o.J.; NGV 2015: 111, Stadt Steyr 2021

⁵²² Vgl. Stadt Steyr, Geschichte 2021

⁵²³ Stadt Steyr, Statistik 2021



Beispiele der Steyrer Geschäftsschilder sind die folgenden:

a) ruefa

Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Reisebüro, also Freizeit / Hobby / Sport

Ruefa bedeutet ‚Reise Urlaub Erholung für alle‘ (vgl. Wikipedia: s.v. *Ruefa*).

b) HANDYSTORE

Ein Wort, zweisprachig deutsch (*Handy*) + englisch (*Store*); Nomen (*Handystore*); Hybrid aus deutsch + englisch, Kompositum aus *Handy+Store*; Allgemeinwortschatz; Elektronik

Da es das Wort *Handy* mit der Bedeutung ‚Mobiltelefon‘ im Englischen nicht gibt, stuft ich es als deutsch ein.

c) LIWEST

Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym (s. u.); Ortsbezeichnung (s. u.); Telekommunikationsanbieter, also Sonstiges

Das Akronym besteht aus *Linz* + *Wels* + *Steyr* (vgl. Liwest 2021).

d) Handyshop Steyr

2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Handy*, *Steyr*) + englisch (*shop*); Nomen (*Handyshop*); Kompositum aus *Handy+Shop*, Hybrid aus deutsch + englisch; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung

e) COLOSSEO, Untertitel: Pizza Imbiss

Ein Wort, einsprachig italienisch; -; -; Ortsbezeichnung; Gastronomie

f) ISTANBUL GOLD, Untertitel: Uhren & Juwelen

2 Wörter, zweisprachig türkisch (*Istanbul*) + deutsch (*Gold*); Nomen (*Gold*); -; Ortsbezeichnung (*Istanbul*), Allgemeinwortschatz; Schmuck

g) Stadt Bücherei, Untertitel: Marlen Haushofer, Magistrat Steyr

2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Bücherei*); Kompositum aus *Stadt+Bücherei*; Ortsbezeichnung (*Stadt*), Allgemeinwortschatz; Bildung

Die Getrennschreibung des Kompositums ist hier auffällig.

h) STADTHOTEL STYRIA

2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Stadthotel*) + lateinisch (*Styria*); Nomen (*Stadthotel*); Kompositum aus *Stadt+Hotel*; Ortsbezeichnung (*Stadt*, *Styria* ‚Steyr‘), Allgemeinwortschatz

Hier findet sich die alte Bezeichnung für den Ort, die mit <i> und, wie im vorliegenden Fall, mit <y> vorkommt (vgl. Stadt Steyr 2021: Geschichte).

i) TRAG MICH, Untertitel: concept store Gerti Kellerer

2 Wörter, einsprachig deutsch; Verb (*trag*), Personalpronomen (*mich*); -; Allgemeinwortschatz; Schuhe / Lederwaren

j) WUNDER BAR

2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Wunder*) + englisch (*Bar*); Nomen (*Wunder*, *Bar*); Kompositum aus *Wunder+Bar*, Hybrid aus deutsch + englisch, Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Gastronomie

Die Getrennschreibung ergibt eine Doppelbedeutung, einmal als Nomen mit der Bedeutung ‚wundervolle Bar‘, einmal als das Adjektiv ‚wunderbar‘.

- k) Komme was Wolle
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Verb (*komme, wolle*), Pronomen (*was*); Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Wollgeschäft, also Freizeit / Hobby / Sport
 Die Großschreibung von *Wolle* zeigt, dass das Geschäft etwas mit Wolle zu tun hat. Der Gesamtspruch birgt eine Anspielung auf Sorglosigkeit.
- l) BACKBOX
 Ein Wort, zweisprachig deutsch (*back*) + englisch (*box*); Nomen (*Backbox*); Kompositum aus *Back(en)+Box*, Hybrid aus deutsch + englisch; Allgemeinwortschatz; Bäckerei, also Lebensmittel
 Dies ist einer der vielen Fälle, in denen ein deutsches Wort mit einem englischen Wort zusammengefügt wird. In Steyr finden sich noch: *HANDYBÖRSE Outlet, Schuh Outlet, HUBER SHOP, Handyshop Steyr, Kny Design, FRISEUR ROY, HAARCENTER premium, elektro outlet*. Auch hier sind Getrennschreibungen von Wörtern zu sehen, die als Komposita zu werten sind.
- m) PAGRODISKONT
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Diskont*); Akronym und Initialwort (*Pagro, ‚Papier- Groß- und Einzelhandel‘*, vgl. PAGRODISKONT 2021: About us), Kompositum aus *Pagro+Diskont*; Allgemeinwortschatz; Büroartikel, also Schreibwaren
- n) CITY OUTLET
 2 Wörter, zweisprachig deutsch (*City*) + englisch (*Outlet*); Nomen (*Outlet*); Kompositum aus *City+Outlet*; Ortsbezeichnung (*City*), Allgemeinwortschatz; Mode
City wurde bereits im 18. Jh. im Deutschen verwendet (vgl. Kluge 2011: s.v. *City*). Im englischsprachigen Kontext würde es als englisch eingestuft. Eine Eingruppierung als Hybrid wurde nicht vorgenommen.
- o) Greisinger, Untertitel: AB-WERK DIREKTVERKAUF
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Greisinger*); -; Eigenname, Nachname (*Greisinger*); Fleisch, Wurst- und Selchwarenherstellung, also Handwerk / Industrie
 Die Zuordnung zu Lebensmitteln ist unpassend, da es sich um eine Fabrik handelt.
- p) SBS STADTBETRIEBE STEYR
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Stadtbetriebe*); Akronym (*SBS*, dahinter erklärt), Kompositum aus *Stadt+Betriebe*; Ortsbezeichnung (*Steyr*), Allgemeinwortschatz; Brennstoffe / Energie- und Wasserversorgung / Tankstellen
- q) BILLA
 Ein Wort, einsprachig deutsch, -; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Lebensmittel
BILLA steht für ‚Billiger Laden‘ (vgl. BILLA 2021: Geschichte)⁵²⁴.
- r) A Hofer
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Hofer*); Abkürzung (*A*); Eigenname, Nachname (*Hofer*); Lebensmittel
 Das *A* zeigt durch seine grafische Gestaltung, dass es das ‚Aldi‘-A ist.
- s) Scomadi, Untertitel: sQuooter.com
 Ein Wort, einsprachig englisch; -; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Autos
Scomadi bedeutet ‚Scooter manufacturing and distribution‘ (vgl. Scomadi 2021: About). Die Firma vertreibt Scooter.
- t) TABOR APOTHEKE
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Apotheke*); -; Ortsbezeichnung (*Tabor*), Allgemeinwortschatz; Gesundheit
Tabor ist ein Stadtteil von Steyr (vgl. Stadtplan Steyr o.J.).

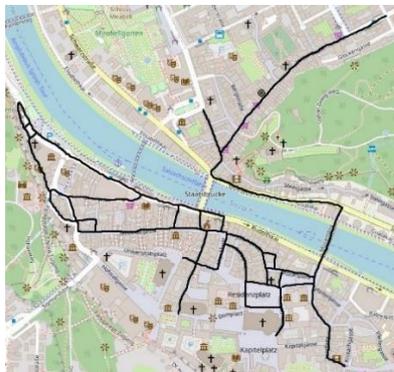
⁵²⁴ In Deutschland hat das Wort *billig* eine negative Konnotation. Neben „niedrig im Preis“ gibt der Duden „von minderer Qualität“, „vordergründig, einfallslos, geistlos o.ä.“ als Erklärungen an (Duden online 2021: s.v. *billig*). Anscheinend hat *billig* diese pejorative Bedeutung in Österreich nicht. In Deutschland, z. B. in Nürnberg, gab es früher *Bilka* ‚Billig-Kaufhaus‘. Diese Kette machte ab 1973 nur noch Verlust und wurde deshalb in der Folge abgewickelt (vgl. Wikipedia: s.v. *Bilka*). Eine deutsche Neugründung mit *billig* im Titel ist mir nicht bekannt.

- u) UNGARISCHES ESSEN
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Essen*); -; Ortsbezeichnung (*ungarisches*), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- v) Oberösterreichische; Untertitel: Keine Sorgen Center
Ein Wort, einsprachig deutsch; -; -; Ortsbezeichnung; Versicherung
Die Ellipse lässt das Wort *Versicherung* aus.
- w) Turmöl; Untertitel: TANKBARE PREISE
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Turmöl*); Kompositum aus *Turm+Öl*; Ortsbezeichnung (s. u.), Allgemeinwortschatz; Tankstelle, also Brennstoffe / Energie- und Wasserversorgung / Tankstellen
Die ursprüngliche Firma lautete *Zum roten Turm*, deshalb handelt es sich um eine Ortsbezeichnung (vgl. Turmöl o.J.: Geschichte).
- x) M.A.N.D.U., Untertitel: Dein Lifestyle Workout
Ein Wort, einsprachig englisch; -; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Fitnessstudio, also Freizeit / Hobby / Sport
„M.A.N.D.U. steht für: Moments, Alive, Natural, Dimension, Ultimate“⁵²⁵.
- y) AESCUDATA, Untertitel: Apotheken- und Materialwirtschaftslösungen
Ein Wort, zweisprachig griechisch + englisch; -; Blend (s. u.), Hybrid; Name aus der Mythologie, Allgemeinwortschatz, Sonstiges
Die Wörter *Aesculap* + *data* wurden zu einem Akronym zusammengefügt.
- z) FAHRWERK, Untertitel: Fahrschule Staudinger
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Fahrwerk*); Kompositum aus *Fahr(en)+Werk*; Allgemeinwortschatz

3.6.3. Salzburg

Der Sitz des gleichnamigen österreichischen Bundeslandes ist Salzburg. Die Stadt liegt auf 424 m ü. NHN am Nordrand der Alpen, zwischen München und Klagenfurt. Sie ist an die Autobahn A 1 angeschlossen, die von Innsbruck nach Wien führt⁵²⁶. Namensgeber für die Stadt ist die *Salzach*, die den Ort durchquert und hier ein Becken bildet⁵²⁷.

Am 01.11.2021 lag die Einwohnerzahl bei 157.558 mit einem Ausländeranteil von 30,88 %⁵²⁸.



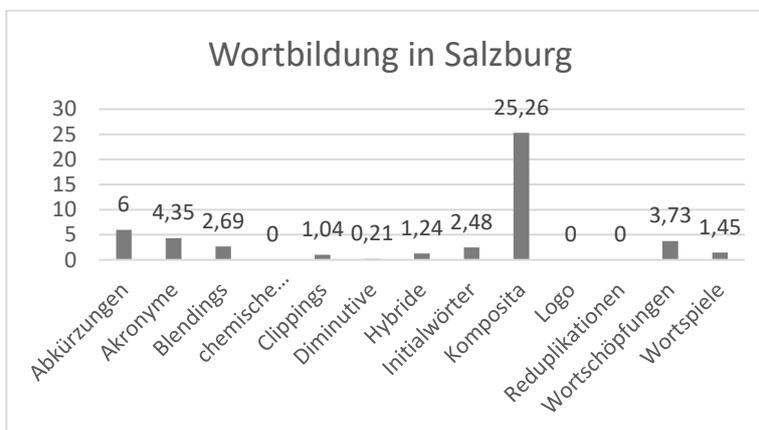
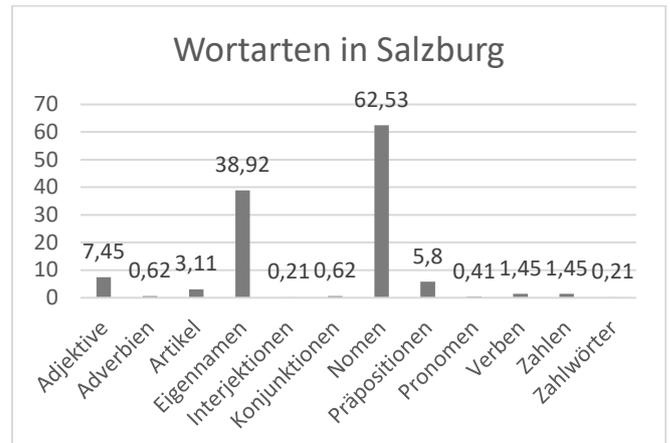
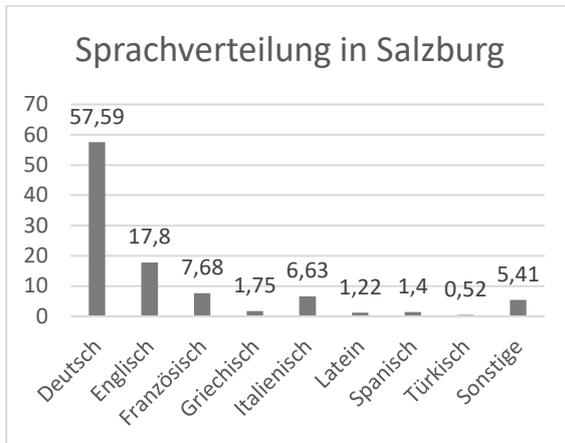
⁵²⁵ Auf meine Anfrage antwortete mir die Firma am 09.04.2020 per Mail mit dieser Auskunft.

⁵²⁶ Vgl. openstreetmap o.J.; NGV 2015: 102, 111

⁵²⁷ Vgl. TU Graz 2021: Salzburg

⁵²⁸ Vgl. Stadt Salzburg, Statistik 2021

In Salzburg wurden 483 Geschäftsschilder mit 573 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,83 Wörtern erfasst.



Beispiele der Salzburger Geschäftsschilder sind die folgenden:

a) UNIVERSITÄTSKLINIK LKH

2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Universität, LKH*) + lateinisch (*Klinik*); Nomen (*Universitätsklinik*); Kompositum aus *Universität*+Fugen-*s*+*Klinik*, Akronym (s. u.); Hybrid; Allgemeinwortschatz; Gesundheit
LKH bedeutet ‚Landeskrankenhaus‘ (vgl. Uniklinikum Salzburg 2020). *Klinik* ist eine lateinische Entlehnung aus dem 19. Jh. (vgl. Kluge 2011: s.v. *Klinik*).

b) esszimmer.

Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (Esszimmer); Kompositum aus *Ess(en)*+*Zimmer*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie

c) ESSEN LIEBEN, Untertitel: by Andreas Kaiblinger

2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Essen*), Verb (*lieben*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie

d) Leo Naked Trust Crew, Untertitel: TATTOO PIERCING

4 Wörter, einsprachig englisch; Eigenname (*Leo*), Adjektiv (*naked*), Nomen (*trust, crew*); Kompositum aus *trust*+*crew*; Eigenname, Vorname (*Leo*), Allgemeinwortschatz; Sonstiges

e) BIOLADEN NATURKOST MÜLLN

3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Bioladen*); Kompositum aus *bio*+*Laden*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Mülln*)
Mülln ist ein Stadtteil von Salzburg (vgl. Bioladen Mülln o.J.).

- f) Druckstube
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Druckstube*); Kompositum aus *Druck+Stube*; Allgemeinwortschatz; Handwerk / Industrie
- g) PUFF AND STUFF, Untertitel: head & grow
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*puff, stuff*), Konjunktion (*and*); -; Allgemeinwortschatz; Geschäft verkauft Rauchzubehör und Material zu Selbstziehen von einschlägigen Pflanzen wie Cannabissamen, also Tabak / Glücksspiel / Zeitungen
- h) SCAVENGER ESCAPE ROOM
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*scavenger, escape, room*); Kompositum aus *scavenger+escape+room*; Allgemeinwortschatz; Freizeit / Hobby / Sport
- i) BÄRENWIRT
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen; (*Bärenwirt*) Kompositum aus *Bären+Wirt*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- j) GASTHAUS „ZUR KLAUSE“ AM TOR
5 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Gasthaus, Klaus*), Präposition (*zur*); Kompositum aus *Gast+Haus*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*zur Klaus, am Tor*); Gastronomie
- k) HANS W., Untertitel: BIO HOT-DOG BISTRO & BAR
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Hans W.*); Abkürzung (*W*); Eigenname, Vorname (*Hans*); Gastronomie
- l) CAFE MOZART
2 Wörter, zweisprachig französisch (*Cafe*) + deutsch (*Mozart*); Nomen (*Cafe*); -; Allgemeinwortschatz, Name aus der Geschichte (*Mozart*); Gastronomie
Der berühmte Komponist wird außerdem auf folgenden Salzburger Schildern erwähnt: *Heart of Mozart* (Schmuck), *Mozarts Geburtshaus*, *Café Mozartwinkel*, *MOZARTKUGEL*, *SHIRT SHOP ZUM MOZART*, *MOZARTs* (Café), *AMADEUS OPTIC*. Die rote Farbe bei *MOZARTs* beinhaltet wieder das englische Wort *art* und somit eine Doppelbedeutung.
- m) Solimans's Bar
2 Wörter, zweisprachig unbekannt (*Soliman*) + englisch (*Bar*); Nomen; -; Name aus der Geschichte (s. u.), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Angelo *Soliman* war ein afro-österreichischer Kammerdiener und Prinzenerzieher im 18. Jh. (vgl. Mutschlechner 2021).
- n) Hotel Elefant
2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Hotel, Elefant*); -; Allgemeinwortschatz; Hotellerie
- o) DIVA, Untertitel: by makole
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen; -; Allgemeinwortschatz; Mode
Diva ist im 17. Jh. im Deutschen belegt (vgl. Kluge 2011: s.v. *Diva*).
- p) FEINERLEI, Untertitel: CONCEPT STORE SALZBURG
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen; Blend aus *fein+einerlei*, nominalisiert, Wortschöpfung; -; das Geschäft verkauft Kleidung, Möbel, Deko, etc., also Kaufhaus
- q) MONBIJOU, Untertitel: Accessoires zum Verlieben
Ein Wort, einsprachig französisch; Possessivpronomen (*mon*), Nomen (*bijou*); Blend; Allgemeinwortschatz; Schmuck
Mon bijou ‚Mein Schmuckstück‘
- r) „Die Brille“
2 Wörter, einsprachig deutsch; Artikel (*die*), Nomen (*Brille*); -; Allgemeinwortschatz; Optik
- s) PINKERNELLS, Untertitel: WHISKY MARKET
Ein Wort, einsprachig englisch; Eigenname (Genitiv von (Klaus) *Pinkernell*); -; Eigenname, Nachname (*Pinkernell*); Lebensmittel

- t) Anton Koppenwallner, Untertitel: Juwelier Gold-, Silberschmied, Eigene Werkstätte seit 1884
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Anton Koppenwallner*); -; Eigenname, Vorname (*Anton*), Nachname (*Koppenwallner*); Schmuck
- u) A.E. KÖCHERT, Untertitel: K. U. K. HOF- U. KAMMER- JUWELIER U. GOLD-SCHMIED, SEIT 1814
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*A.E. Köchert*); Abkürzung (*A.E.*); Eigenname, Nachname (*Köchert*); Schmuck
- v) CAFE TOMASELLI SEIT 1703
4 Wörter, dreisprachig französisch (*Cafe*) + italienisch (*Tomasselli*) + deutsch (*seit*); Nomen (*Cafe*), Eigenname (*Tomaselli*), Präposition (*seit*), Zahl (*1703*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Tomaselli*); Gastronomie
- w) ALTE F. E. HOF-APOTHEKE
4 Wörter, einsprachig deutsch; Adjektiv (*alte*), Nomen (*Hofapotheke*); Abkürzung (*f.-e. ‚fürst-erzbischöfliche‘*, vgl. Hofapotheke o.J.), Kompositum aus *Hof* + *Apotheke*; Allgemeinwortschatz; Gesundheit
- x) KITZGLÜCK, Untertitel: KITZBÜHEL – SALZBURG
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Kitz, Glück*); Clipping aus *Kitzbüchel*, Blend aus *Kitz*+*Glück*; Ortsbezeichnung (*Kitz*), Allgemeinwortschatz; Mode
- y) Resch & Frisch, Untertitel: MEIN BÄCKEREI-CAFÉ
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Resch*), Adjektiv (*frisch*); Wortspiel (s. u.); Eigenname, Nachname (*Resch*), Allgemeinwortschatz
Der Firmengründer Josef *Resch* nutzte die Bedeutung seines Namens als österreichisch für ‚knusprig‘, um seiner Firma einen doppelten Sinn zu geben (vgl. Duden 2006: s.v. *resch*, Resch & Frisch 2022).
- z) Luis Trenker, Untertitel: Alpine-Lifestyle
2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Luis Trenker*); -; Eigenname, Vorname (*Luis*), Nachname (*Trenker*); Mode

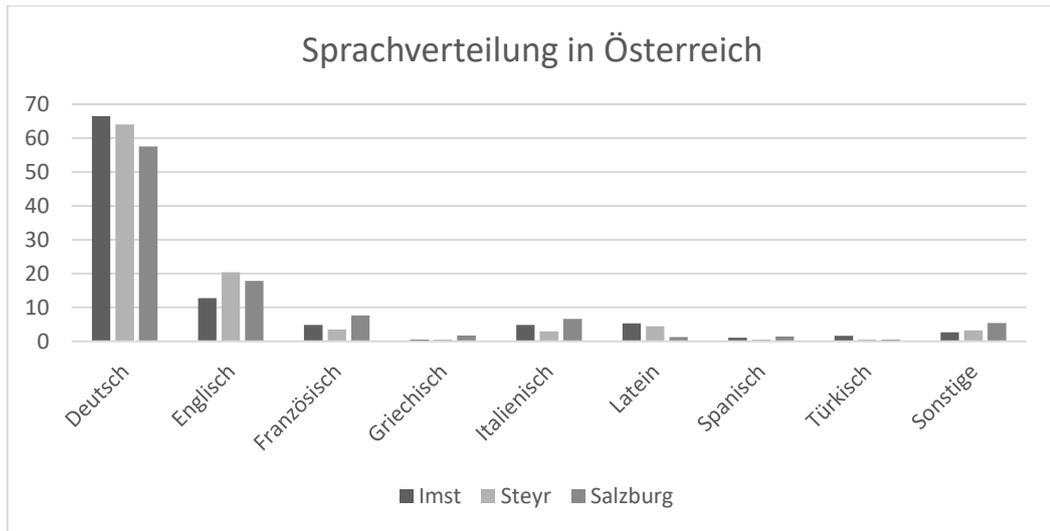
3.6.4. Vergleich der Geschäftsschilder Österreichs

In den Vergleichskapiteln zu den Ländern werden die Zahlen innerhalb des Landes mit denen in Deutschland verglichen. Ein Gesamtländervergleich erfolgt in Kapitel 3.10.

Die erhobenen 980 österreichischen Schilder enthalten weniger Wörter als die deutschen mit ihrem Durchschnitt von 1,88:

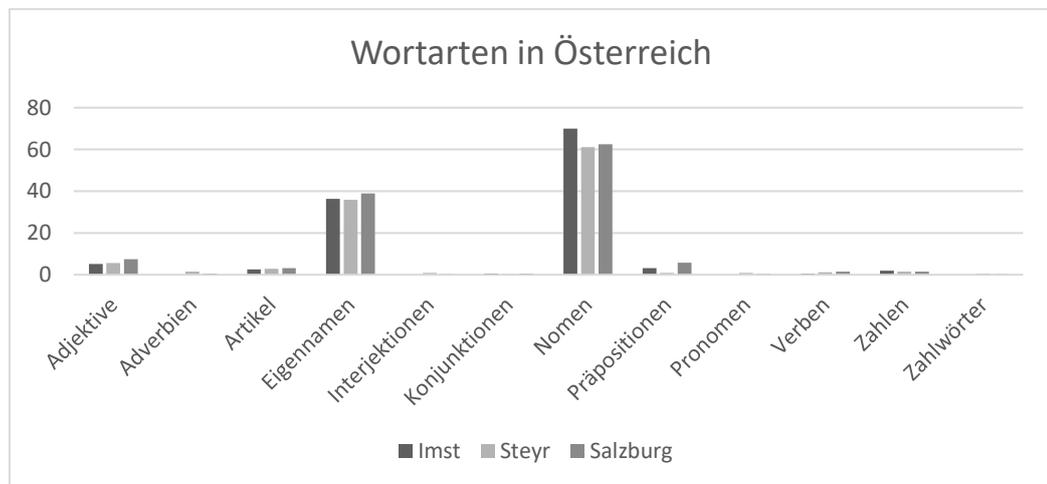
Wortzahl	1	2	3	4	5	6	Ø A
Schilderzahl	420	406	104	39	9	2	1,79

Auch in Österreich zeigen sich ein Rückgang des Deutschen mit der Größe des Ortes und eine Zunahme der Fremdsprachen insgesamt, wobei auch hier das Englische bei weitem den größten Anteil hat. Eine auffällige Häufung der Nachbarnsprachen oder Sprachen aus dem ehemaligen Kaiserreich gibt es nicht.



Die von der Einwohnerzahl her vergleichbaren Städte Deutschlands sind hier nebeneinandergestellt⁵²⁹:

	Dt	E	Fr	Griech	Ital	Latein	Sp.	Türk	Sonst.
Eichstätt	66,19	11,03	9,11	1,20	4,80	3,60	0,48	1,44	2,16
Ansbach	61,64	21,12	5,60	0,86	4,31	0,86	0,86	0,86	4,31
Ingolstadt	55,64	20,89	4,99	0,74	7,21	2,22	1,48	3,14	3,70

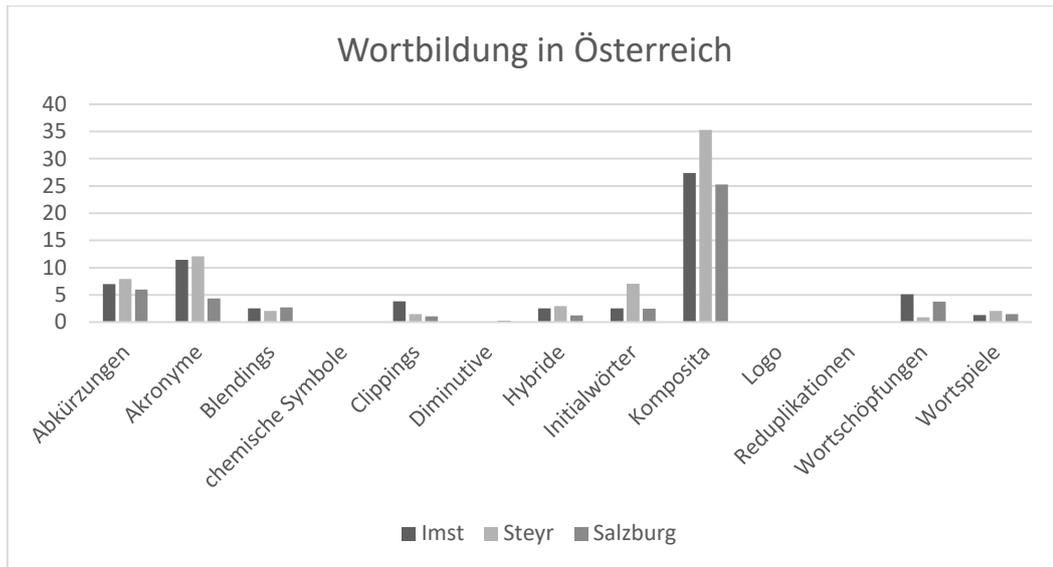


Hinsichtlich der Wortarten liegt der höchste Prozentsatz in allen Städten bei den Nomen, gefolgt von den Eigennamen. Der Anteil der Nomen geht mit steigender Einwohnerzahl etwas zurück, derjenige der Eigennamen steigt leicht, entgegen dem Trend in Deutschland. Die übrigen Wortarten sind mit niedrigen Prozentzahlen belegt. Hier die bundesdeutschen Städte zum Vergleich⁵³⁰:

	Adj	Adv	Art	EN	Interj	Konj	N	Präp	Pron	V	Zahl	Zahlw
Eichstätt	9,15	0	2,84	40,69	0	1,26	78,86	5,36	0,63	1,26	0,95	0
Ansbach	5,67	1,03	3,61	38,66	0,52	1,03	68,56	0,52	1,55	0,52	0,52	1,03
Ingolstadt	5,50	1,15	2,98	36,24	0,23	0,92	67,66	6,65	1,15	1,61	2,29	0,69

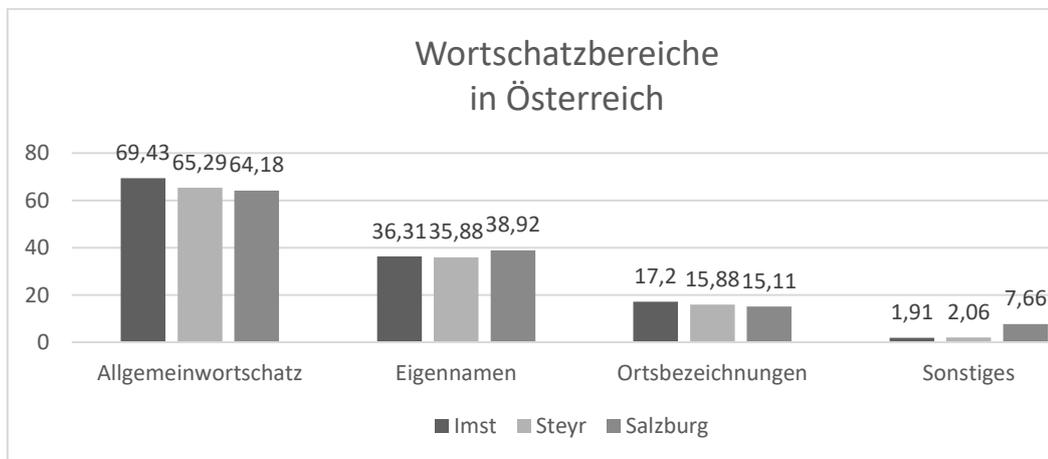
⁵²⁹ Die Abkürzungen für die Sprachen sind im Abkürzungsverzeichnis aufgeführt.

⁵³⁰ Die Abkürzungen für die Wortarten sind im Abkürzungsverzeichnis aufgeführt.



Bei der Wortbildung stellen die Komposita die größte Gruppe, wie auch in Deutschland⁵³¹:

	Abk	Akron	Blend	cSym	Clip	Dimin	Hybr	Initialw	Komp	Logo	Redup	WSchö	WSp
Eichstätt	9,15	15,14	4,10	0	2,21	0	0	2,84	35,96	0	0	4,10	1,89
Ansbach	8,76	6,19	2,06	0	1,55	1,03	1,03	3,09	42,24	0	0	3,61	3,09
Ingolstadt	3,90	5,96	1,83	1,38	2,06	0,23	0,23	1,83	34,86	0,23	0,23	4,59	0,69



Der Anteil an Allgemeinwortschatz nimmt wie in Deutschland mit der Größe der Stadt ab, die Ortsbezeichnungen ebenfalls. Der Anteil an sonstigen Wortschatzbereichen steigt etwas; dabei erreichen die Salzburger Schilder mit 7,66 % den höchsten Wert in diesem Bereich für die Gesamtstudie.

	Allgemeinwortschatz	Eigennamen	Ortsbezeichnungen	Sonstiges
Eichstätt	65,93	40,69	13,88	2,84
Ansbach	66,49	38,66	10,82	1,55
Ingolstadt	63,99	36,24	13,53	2,75

⁵³¹ Die Abkürzungen für die Wortbildungsarten sind im Abkürzungsverzeichnis aufgeführt.

3.7. Die Städte in der Deutschschweiz

In der Schweiz wurden nur Orte im deutschsprachigen Teil des Landes ausgewählt⁵³², da der deutschsprachige Raum abgedeckt werden soll.

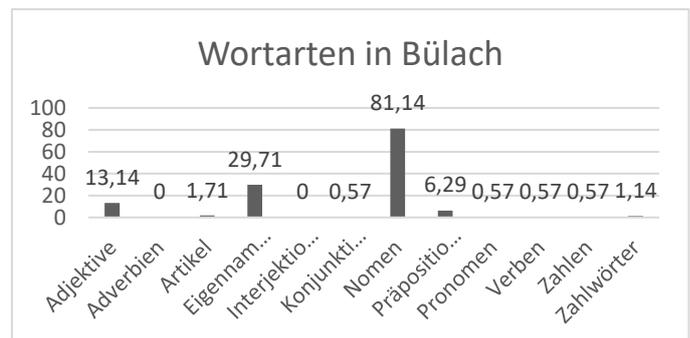
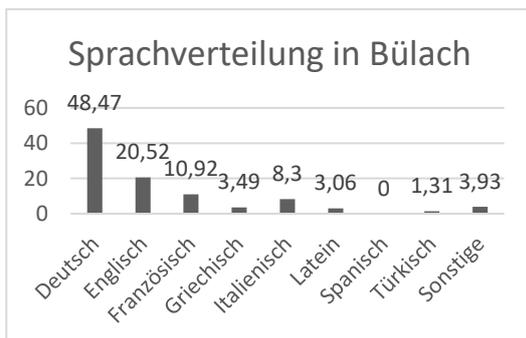
3.7.1. Bülach

Die Stadt Bülach liegt im Schweizer Kanton Zürich auf 428 m ü. NHN zwischen Zürich und Schaffhausen an der Nationalstraße N 4 sowie zwischen Winterthur und Konstanz⁵³³. 811 wurde der Ort *Bülach* als *Pulacha* erwähnt, was ‚Landgut des Pullius‘ bedeutet⁵³⁴.

Die Einwohnerzahl lag 2021 bei 22.190 Personen⁵³⁵. Der Ausländeranteil betrug 28,9 %⁵³⁶.



In Bülach wurden 175 Geschäftsschilder mit 229 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,99 Wörtern erfasst.



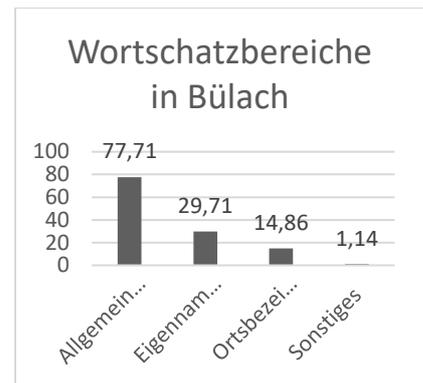
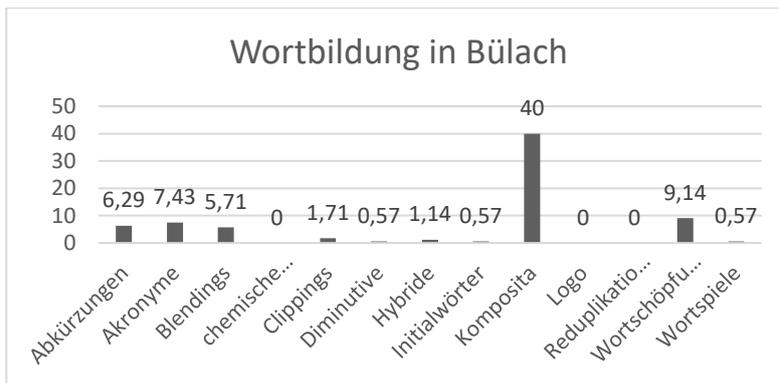
⁵³² Das Wort *Deutschschweiz* wird im Duden online (s.v. *Deutschschweiz*) als „schweizerisch“ für die „deutschsprachige Schweiz“ kategorisiert. Ich verwende beide Begriffe.

⁵³³ Bülach, Homepage o.J.: Stadtportrait; openstreetmap o.J.

⁵³⁴ Vgl. Fietz 1943: 8

⁵³⁵ Die Einwohnerzahl liegt knapp über den 20.000, bis zu denen Kleinstädte definiert sind. Diese Zahl wurde in Bülach erst in jüngster Zeit überschritten, denn noch 2011 waren es 17.472 Einwohner. Um die übrigen Kriterien (ausreichende Entfernung zu anderssprachigen Landesteilen, keine Vorstadt einer Großstadt) einhalten zu können, ging ich diesen Kompromiss ein.

⁵³⁶ Vgl. Kanton Zürich: Gemeindeportrait 2021



Beispiele der Bülacher Geschäftsschilder sind die folgenden:

a) Salt.

Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*Salt*); -; Allgemeinwortschatz; Telekommunikationsunternehmen, also Sonstiges

Als Motivation für die Umbenennung von *Orange Suisse* in *Salt*. 2015 lässt sich lediglich die Übernahme durch ein französisches Unternehmen benennen (vgl. 24 heures.ch 2022: Salt).

b) precycling, Untertitel: iPhone Reparatur

Ein Wort einsprachig englisch; Nomen (*precycling*); Blend aus *phone+recycling*, Wortschöpfung; -; Elektronik

c) MY HAIR & BEAUTY

3 Wörter, einsprachig englisch; Pronomen (*my*), Nomen (*hair, beauty*); -; Allgemeinwortschatz; Friseur / Kosmetik

d) NÄH-BOUTIQUE & TelioFix KLEIDERREINIGUNG

4 Wörter, zweisprachig deutsch (*Näh-Boutique, Kleiderreinigung*) + griechisch (*telio(s)*, ‚perfekt‘); Nomen (*Näh-Boutique, Kleiderreinigung*), Adjektiv (*telio, fix*); Kompositum aus *Näh(en)-Boutique* und *Kleider+Reinigung*, Hybrid (*Telio+Fix*); Allgemeinwortschatz; Sonstiges

Boutique ist seit dem 15. Jh. im Deutschen belegt (vgl. Kluge 2011: s.v. *Boutique*).

e) Linea Scarpe, Untertitel: UOMO & DONNA

2 Wörter, einsprachig italienisch; Nomen (*linea, scarpe*); Kompositum aus *linea+scarpe*; Allgemeinwortschatz; Schuhe
,Schuhlinie‘, ‚Herr & Dame‘

f) moCaffé, Untertitel: Tradizione e Qualita

Ein Wort, einsprachig italienisch; Nomen (*Caffè*); Blend (s. u.); -; Lebensmittel
Hier wurde *moca* ‚Mokka‘ und *caffè* ‚Kaffee‘ zu einem Wort verschmolzen. Auffällig ist nur, dass der Apostroph so gesetzt ist, wie es im Französischen üblich wäre, wobei dort jedoch nur ein <f> geschrieben wird.

g) Zürcher Kantonalbank

2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Kantonalbank*); Kompositum aus *Kantonal+Bank*; Ortsbezeichnung (*Zürcher, Kanton*), Allgemeinwortschatz; Bank

h) BLACKOUT

Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*blackout*); Kompositum aus *black+out*; Allgemeinwortschatz; Mode

i) Ludothek, Untertitel: Gemeinnütziger Frauenverein Bülach

Ein Wort, zweisprachig lateinisch (*ludo*) + deutsch (*thek*); -; Blend aus *Ludo+thek*, Wortschöpfung, Hybrid aus lateinisch + deutsch; -; Spiele zum Ausleihen, also Freizeit / Hobby / Sport

Das Wort setzt sich zusammen aus *ludus* ‚Spiel‘ + *thek*, letzteres vom griechischen Wort *τιθέναι* ‚setzen, stellen, legen‘, in Apotheke seit dem 17. Jh. gebräuchlich⁵³⁷.

⁵³⁷ Mit *Theke* war ursprüngliche ein Aufbewahrungsort gemeint, vgl. Kluge 2011: s.v. *Apotheke*.

- j) QuadrO, Untertitel: quadro bild + rahmen etc.
 Ein Wort, einsprachig italienisch; Nomen (*Quadro* ‚Bild‘); -; Allgemeinwortschatz; Kunstgegenstände / Bilder / Briefmarken / Münzen ...
- k) EFFETTO LUCE, Untertitel: BELEUCHTUNGEN GMBH
 2 Wörter, einsprachig italienisch; Nomen (*effetto luce* ‚Lichteffekt‘); Kompositum; Allgemeinwortschatz; Elektronik
- l) ZUM GOLDENEN KOPF, Untertitel: Das neue historische Hotel und Restaurant
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Präposition (*zum*), Adjektiv (*goldenen*), Nomen (*Kopf*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- m) McOptic
 Ein Wort, zweisprachig englisch + deutsch; Nomen (*Optic*); Wortschöpfung; -; Optik
 Wie in Frankfurt *McFIT* (siehe 3.4.5.), so sehen wir auch hier eine Namensbildung mit dem schottischen Namenszusatz *Mc*. Die Zuordnung zu Deutsch bei *Optic* erfolgte trotz der englischen Schreibung wegen des fehlenden -s.
- n) ANGST metzgerei
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Angst*), Nomen (*Metzgerei*); -; Eigenname, Nachname (*Angst*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
 Dieser Eintrag ist vergleichbar mit dem Aschaffener *Haus Schädlich*, da der verwendete Eigenname des Geschäftsinhabers Fritz *Angst* (vgl. Angst 2022) negativ konnotiert ist.
- o) Volg
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Lebensmittel
 ‚Verband Ostschweizer Landwirtschaftlicher Genossenschaften‘ (vgl. Wikipedia: s.v. *Volg*)
- p) survivalzone.ch, Untertitel: OUTDOOR & MORE
 2 Wörter, zweisprachig englisch + lateinisch (*ch*); Nomen (*survivalzone*); Kompositum aus *survival+zone*, Abkürzung (*ch*, s. u. und Kapitel 2.4.); Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*ch*); Mode
 scherrerscharf.ch, Untertitel: Messerschmied Scherrer ... seit 1924
 2 Wörter, zweisprachig deutsch + lateinisch (*ch*); Eigenname (*scherrer*), Adjektiv (*scharf*); Kompositum aus *Scherrer+scharf*, Abkürzung (*ch*, s. u.); Eigenname, Nachname (*Scherrer*), Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*ch*); Einrichtung / Haushaltwaren
 Beide Geschäfte verwenden das Internetkürzel für die Schweiz *ch*, um zum einen den Ortsbezug herzustellen, zum anderen, um den Geschäftsnamen wie eine Internetadresse aussehen zu lassen. Auch in Dollnstein mit *anglerzentrale24.de* und Neuburg mit *wittmann-reisecenter.de* haben wir dieses Muster bereits gesehen.
- q) SCHREINEREI
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen; -; Allgemeinwortschatz; Handwerk / Industrie
- r) Immodue GmbH
 2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Immo*) + italienisch (*due*); Nomen (*Immo*), Zahlwort (*due* ‚zwei‘); Clipping (*Immo* aus ‚Immoblien‘), Blend; Allgemeinwortschatz; Immobilienmakler ...
 Die Firma wurde von zwei Personen gegründet, nämlich Grazia und Achille Martiere, daher die Motivation für das Zahlwort (vgl. Immodue o.J.).
- s) SCHUH-BAR
 2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Schuh*) + englisch (*Bar*); Nomen (*Schuhbar*); Kompositum aus *Schuh+Bar*; Allgemeinwortschatz
 LERNBAR, Untertitel: DIE EXPERTEN FÜR EINZELNACHHILFE UND GYMIVORBEREITUNG
 Ein Wort, zweisprachig deutsch (*lern*) + englisch (*bar*); Nomen (*Lernbar*); Kompositum aus *Lern(en)+Bar*, Wortspiel; Allgemeinwortschatz
 Beide Einträge benutzen das englisch Wort *Bar* außerhalb der regulären Bedeutung

tung, vergleichbar mit entsprechenden Schildern in Miltenberg (vgl. 3.2.2.). Das zweite ist ein Wortspiel, da es auch als deutsches Adjektiv im Sinne von ‚man kann lernen‘ gesehen werden kann.

- t) TongTu, Untertitel: by TCM swiss Chinesische Medizin in Perfektion
2 Wörter, einsprachig chinesisch; Verb (s. u.); -; -; Gesundheit
Laut der Homepage der Praxis bedeutet *TongTu* ‚sich gemeinsam auf den Weg machen‘ (vgl. TongTu o.J.).
- u) shiatsu & facial harmony, Untertitel: BARBARA YUSOF
3 Wörter, zweisprachig japanisch (*shiatsu*) + englisch (*facial harmony*); Nomen (*shiatsu, harmony*), Adjektiv (*facial*); -; Allgemeinwortschatz; Gesundheit
Shiatsu heißt ‚Fingerdruck‘ (vgl. shiatsu & facial harmony o.J.).
- v) Coiffeur haa-R-box, Untertitel: Damen – Herren – Kinder
3 Wörter, dreisprachig französisch (*Coiffeur*) + deutsch (*Haar*) + englisch (*box*); Nomen (*Coiffeur, Haar, Box*); Kompositum aus *Haar+Box*; Allgemeinwortschatz; Friseur
Die Motivation für das abgetrennte <R> liegt darin, dass die Inhaberin Ramona heißt (vgl. Coiffeur haa-R-box o.J.).
- w) BEBE KIDS DAMEN-MODE
4 Wörter, dreisprachig französisch (*bébé* ‚Baby‘) + englisch (*kids*) + deutsch (*Damen, Mode*); Nomen (alles); Kompositum aus *Damen+Mode*; Allgemeinwortschatz; Mode
- x) NAMASTE, Untertitel: Indian shop
Ein Wort, einsprachig indisch; Nomen (s. u.); -; Allgemeinwortschatz; Mode
Namaste ‚Ich verbeuge mich vor dir‘ (vgl. yogaworld o.J.)
- y) MIGROS
Ein Wort, einsprachig französisch; Adjektiv (s. u.); Blend (s. u.), -; Lebensmittel

Die *MIGROS* will eine Brücke zwischen dem Konsumenten und dem Produzenten schlagen, deshalb könnte sich der Name aus französisch *demi* ‚halb‘ und *en gros* zusammen. Ersteres meint den Einzelhandel, letzteres den Großhandel (vgl. MIGROS 2021). Historisch ist diese Erklärung allerdings nicht haltbar, da nur der Firmengründer als Erfinder des Wortes nachweisbar ist (vgl. Wikipedia: *Migros*).
- z) SWISS TAXI 24
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (Taxi), Zahl (24); -; Ortsbezeichnung (Swiss), Allgemeinwortschatz; Sonstiges
Die 24 soll die Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit symbolisieren.

3.7.2. St. Gallen

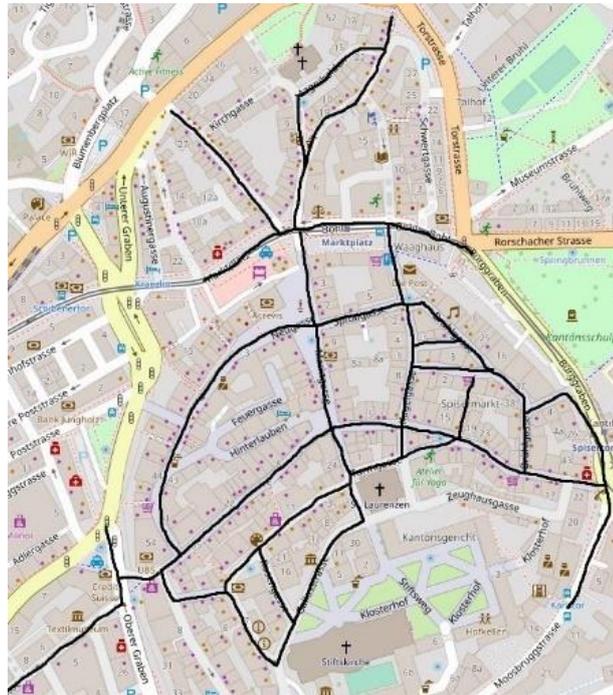
Die Stadt Sankt Gallen, für die sich die Kurzform St. Gallen⁵³⁸ als Standardschreibung eingebürgert hat, liegt im gleichnamigen Schweizer Kanton auf 674 m ü. NHN südlich des Bodensees zwischen Lindau und Winterthur⁵³⁹. St. Gallen ist nach dem irischen Mönch und Heiligen *Gallus* benannt, der die Gegend christianisierte⁵⁴⁰.

⁵³⁸ Vgl. HLS 2012: St. Gallen

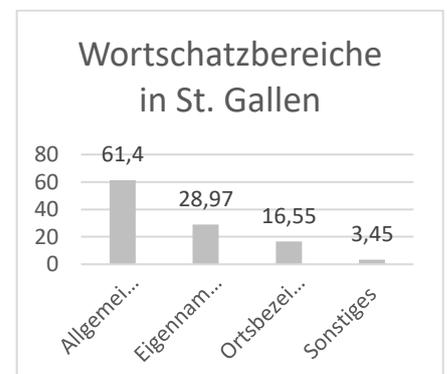
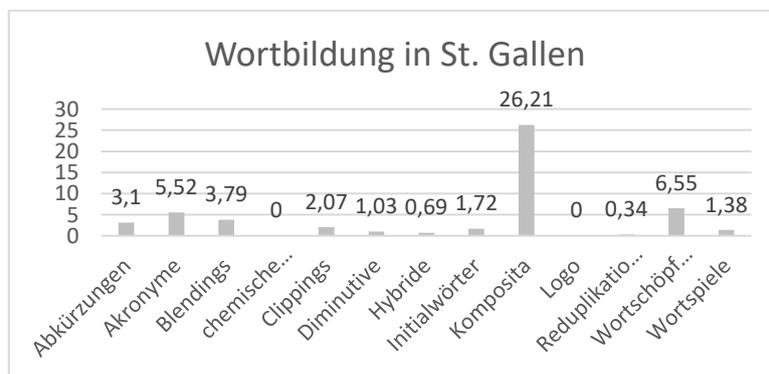
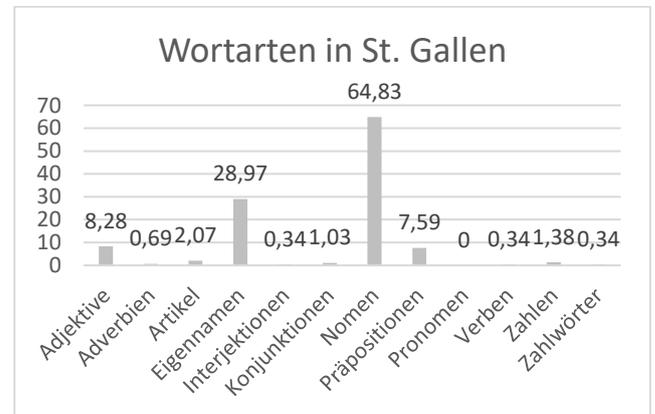
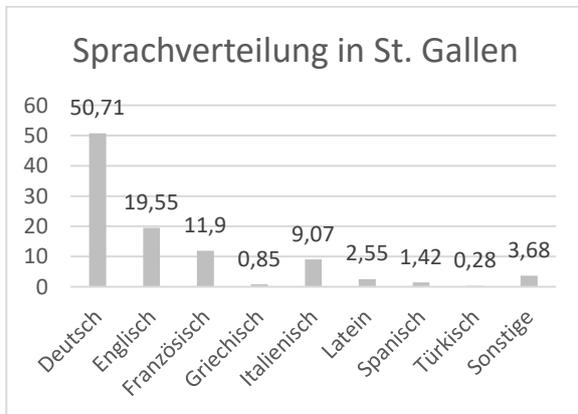
⁵³⁹ Vgl. openstreetmap o.J.

⁵⁴⁰ Vgl. Stadt St. Gallen 2021: Freizeit / Kultur, HLS 2012: s.v. *St. Gallen*

2021 sind in St. Gallen 80.613 Einwohner registriert, davon 31,8 % Personen mit nicht-Schweizer Bürgerrecht⁵⁴¹.



In St. Gallen wurden 290 Geschäftsschilder mit 353 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,83 Wörtern erfasst.



⁵⁴¹ Vgl. Stadt St. Gallen 2021: Statistik

Beispiele der Sankt Galler Geschäftsschilder sind die folgenden:

- a) CLER
Ein Wort, einsprachig rätoromanisch; Adjektiv (s. u.); -; Allgemeinwortschatz; Bank
Das Wort *cler* bedeutet ‚klar, einfach, deutlich‘ und wurde 2017 als neuer Name gewählt, da sich die Strategie der Bank änderte (vgl. Finanz und Wirtschaft 2017).
- b) coop city
2 Wörter, zweisprachig englisch + deutsch; -; Clipping (s. u.); Ortsbezeichnung (*city*); Lebensmittel
Das Vollwort lautet *cooperative* (englisch) bzw. *coopérative* (französisch), so dass eine Zuordnung zu Englisch oder Französisch möglich ist. Die Übersetzungen ‚Konsumverein, Genossenschaft‘ (vgl. leo-Englisch: s.v. *cooperative*) geben dem Wort eine Doppelbedeutung, da es sich sowohl um einen Vertrieb von Konsumgütern als auch um die Rechtsform einer Genossenschaft handelt.
- c) TRISCHLI
Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Trischli*); -; Eigenname, Nachname (*Trischli*); Nachtclub mit Events, also Gastronomie
Der Eigenname zeigt das alemannische Diminutiv-Suffix *-li* (vgl. Auer 2009: 42).
- d) Art of Cake Factory
4 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Art, Cake, Factory*), Präposition (*of*); Kompositum aus *Cake+Factory*; Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
- e) Scarpa
Ein Wort, einsprachig italienisch; Nomen (*scarpa* ‚Schuh‘); -; Allgemeinwortschatz; Schuhe
- f) MÜLLER REFORMHAUS VITAL SHOP, Untertitel: FÜR MEHR LEBENSQUALITÄT
4 Wörter, dreisprachig deutsch (*Müller, Reformhaus*) + französisch (*vital*) + englisch (*shop*); Eigenname (*Müller*), Nomen (*Reformhaus, Shop*), Adjektiv (*vital*); Kompositum aus *Reform+Haus* und *Vital+Shop*; Eigenname, Nachname (*Müller*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Eine interessante Sprachmischung entsteht durch die Nebeneinanderstellung der beiden Titel *Müller Reformhaus* und *Vital Shop*. Vermutlich möchte man damit verschiedene Kundenschichten und -nationalitäten ansprechen. *Vital* wurde im 19. Jh. aus dem Französischen entlehnt (vgl. Kluge 2011: s.v. *vital*).
- g) TURM KAFFEE BARISTA ACADEMY
4 Wörter, dreisprachig deutsch (*Turm, Kaffee*) + italienisch (*Barista*) + englisch (*Academy*); Nomen (*Kaffee, Barista, Academy*); Kompositum aus *Turm+Kaffee* und *Barista+Academy*; Ortsbezeichnung (*Turm*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Bei diesem Geschäft handelt es sich um eine Kombination aus Kaffeehandel und Fortbildungsstätte. Die erste Kaffeerösterei der Firma *Turm-Kaffee*, 1761 gegründet, befand sich *hinterm Turm* in St. Gallen, daher stammt der Name (vgl. Turmkaffee 2022).
- h) VISTAGGIO, Untertitel: Meine Brille. Mein Stil.
Ein Wort, einsprachig italienisch; -; Wortschöpfung; -; Optik
Der Wortschöpfung liegt das Wort *vista* ‚Sicht, Anblick‘ zugrunde; dieses wurde mit einer italienischen Endung erweitert.
- i) revendo.ch
2 Wörter, einsprachig lateinisch; Verb (s. u.); Abkürzung (*ch*); Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*ch*); Verkauf gebrauchter Computer, also Elektronik
Das lateinische *revendo* ‚ich verkaufe wieder‘ trifft hier auf die ebenso lateinische Abkürzung für die Schweiz *ch*. Dieser Geschäftsname imitiert eine Internetadresse, wie wir das auch schon oben gesehen haben (vgl. 3.7.1. p, 3.1.4.h und 3.3.1. u).

- j) Chîcorée
 Ein Wort, einsprachig französisch; Nomen (*Chîcorée*); Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Mode
 Durch den unüblichen Zirkumflex auf dem ersten <i> fällt das Wort auf. Das Modegeschäft möchte wohl hiermit auf *chic* anspielen.
- k) therapeutix, Untertitel: myo.fasziale osteopathie & informationsmedizin, demian dd. szypura
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen; Wortspiel (s. u.); -; Gesundheit
 Das Wort spielt auf *Asterix* an und legt das Wort *Therapeut* zu Grunde, eine griechische Entlehnung aus dem 16. Jh. (vgl. Kluge 2011: s.v. *Therapeut*)
- l) COCO Secondhand
 2 Wörter, zweisprachig französisch (*Coco*) + englisch (*Secondhand*); Nomen (*Secondhand*); Kompositum aus *second+hand*; Name aus der Geschichte (*Coco* von Gabrielle Bonheur alias Coco Chanel), Allgemeinwortschatz; Mode (vgl. *AHD* 2000: s.v. *Chanel*)
- m) TARZAN
 Ein Wort, einsprachig englisch; -; -; Name aus der Literatur (*Tarzan*); Mode
 Das Geschäft führt sogenannte ‚Streetfashion‘. Mit der Wahl des Geschäftsnamens wollten die Firmengründer ein „Statement im Dschungel der seelenlosen Massenware“ setzen und gleichzeitig klarmachen, dass sie sich der Verantwortung für die Umwelt stellen. Die Produkte entsprechen dem Bio-Standard, dem Nachhaltigkeitsprinzip und sind fair gehandelt. All dies soll mit dem Wort *Tarzan* ausgedrückt werden (vgl. Tarzan o.J.).
- n) Kinderarztthaus & Arztthaus
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (beides); Kompositum aus *Kinder+Arzt+Haus* und *Arzt+Haus*; Allgemeinwortschatz; Gesundheit
 Das deutsche *Ärztethaus* wird offenbar in der Schweiz als *Arztthaus* bezeichnet.
- o) KANTONSPOLIZEI
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Kantonspolizei*); Kompositum aus *Kanton+Fugen-s+Polizei*; Ortsbezeichnung (*Kanton*), Allgemeinwortschatz; Sonstiges
- p) Saint City Tattoo
 3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Tattoo*); -; Ortsbezeichnung (*Saint City*, s. u.), Allgemeinwortschatz; Sonstiges
Saint City spielt hier auf *Sankt* und damit die Stadt *St. Gallen* an.
- q) AVA, Untertitel: Actiengesellschaft für Vermögensanlagen
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Bank
 Der Untertitel erklärt das Akronym, siehe Unterstreichungen.
- r) Druck Ritter (*Druck* ist spiegelverkehrt geschrieben), Untertitel: Druck & Beschriftung
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Druck*), Eigenname (*Ritter*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Ritter*); Handwerk / Industrie
 Das Wort *Druck* in Spiegelschrift stellt die Druckplatte dar, womit eine bildhafte Verbindung zum Handwerk hergestellt wird (vgl. Kapitel 4.3.).
- s) LA FOLLIA (*LA* steht auf dem Kopf), Untertitel: Das Restaurant
 Ein Wort, einsprachig italienisch; Artikel (*la*), Nomen (*folli*, s. u.); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
 Der kopfstehende Artikel *LA* unterstreicht die Bedeutung von *la folli* ‚die Verrücktheit‘ dadurch, dass er um 180° verrückt ist.
- t) denkbar
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Adjektiv (*denkbar*); Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Gastronomie
 Ähnlich wie bei den Miltenberger Schildern mit *-bar tragbar* und *KOSTBAR* und der Bülacher *Schuh-Bar* wird auch hier *-bar* im Sinne des englischen Wortes *Bar* eingesetzt. Im vorliegenden Fall handelt es sich tatsächlich um eine Bar, die Art

des Spielens mit der Doppelbedeutung als englisches Wort und deutsche Silbe mit dem Inhalt ‚man kann‘ bleibt gleich⁵⁴².

- u) Buchhandlung zur Rose
3 Wörter, einsprachig deutsch, Nomen (*Buchhandlung*); Kompositum aus *Buch+Handlung*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*zur Rose*⁵⁴³); Bücher
- v) Klosterbarbier Damen- und Herrensalon
4 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Klosterbarbier, Damen-, Herrensalon*), Konjunktion (*und*); Kompositum aus *Kloster+Barbier* und *Damen+Salon* und *Herren+Salon*; Ortsbezeichnung (*Kloster*), Allgemeinwortschatz; Friseur
Das Wort *Barbier* gilt als „veraltet“ (Duden 2006: s.v. *Barbier*) und wurde hier wohl gewählt, um an die Zeit zu erinnern, in der das Kloster aktiv war.
- w) HOTEL Vadian
2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Hotel*) + lateinisch (*Vadian*); Nomen (*Hotel*); -;
Allgemeinwortschatz, Name aus der Geschichte (s. u.); Hotellerie
Joachim *Vadian* war Humanist und Bürgermeister von St. Gallen, der Name ist latinisiert (vgl. *HLS* 2013: s.v. *Joachim Vadian*).
- x) HAIR & ART, Untertitel: COIFFEUR-SALON, GESCHENK-BOUTIQUE
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*hair, art*); -; Allgemeinwortschatz; Friseur
Auch hier wurde das englische Wort *art* verwendet, das ein hohes Prestige zu haben scheint, wie auch das Miltenberger *LebensArt* und *EigenART* sowie das Paderborner *Gang-art* zeigen.
- y) BÄCKEREI KONDITOREI BECKBECK
3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Bäckerei, Konditorei*), Eigenname (*Beck*); Reduplikation (*Beck+beck*); Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Beck*); Lebensmittel
Die Inhaberbefamilie *Beck* verdoppelte ihren Namen für den Geschäftsnamen.
- z) UBS
Ein Wort, einsprachig französisch; -; Akronym (s. u.); -; Bank
Das Akronym lässt sich in zwei Sprachen interpretieren, französisch *Union de Banques Suisses* und italienisch *Unione di Banche Svizzere*, beides ‚Vereinigung der Schweizer Banken‘. Wegen der größeren Verbreitung des Französischen in der Schweiz wurde *UBS* dieser Sprache zugeordnet⁵⁴⁴.

3.7.3. Basel

Die drittgrößte Stadt der Schweiz, Basel, ist Hauptort des Kantons Basel-Stadt. Sie liegt auf 260 m ü. NHN zwischen Colmar oder Mulhouse / Frankreich und Luzern sowie zwischen Belfort / Frankreich und Schaffhausen am Rheinknie⁵⁴⁵. Die erste urkundliche Erwähnung als *Basilia* datiert auf 374, die Herkunft dieses Namens ist nicht geklärt⁵⁴⁶.

⁵⁴² Um eine sinnvolle Eingruppierung zu den Sprachen zu erreichen, wurde *-bar* abwechselnd dem Deutschen und dem Englischen zugeordnet. So konnte eine Doppelbewertung vermieden werden.

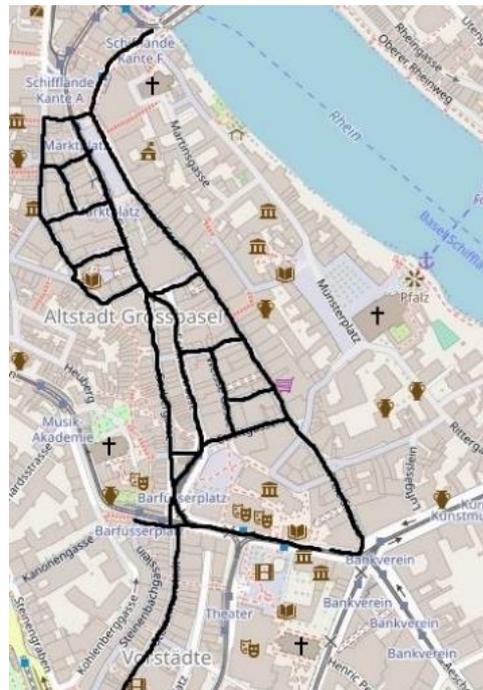
⁵⁴³ In einer E-Mail vom 01.10.2019 erklärte mir die Inhaberin Leonie Schwendimann, ihr Geschäft befinde sich im 1599 erbauten „Haus zur Rose“. Diese Bezeichnung habe ihr gefallen.

⁵⁴⁴ Vgl. Karte unter: Schweizerische Eidgenossenschaft, Bundesamt für Statistik 2016

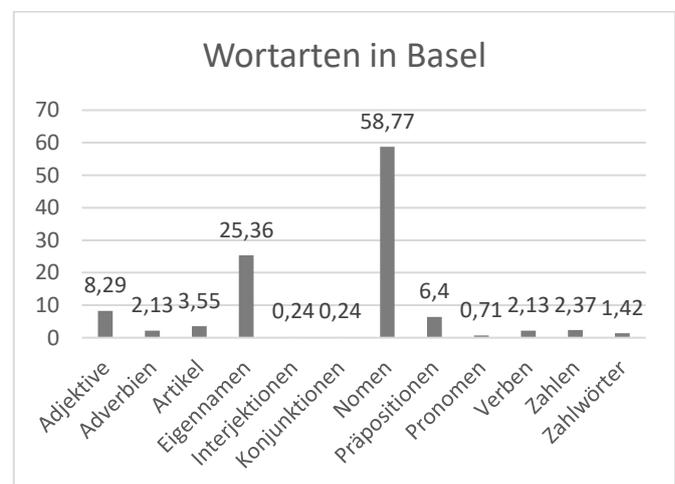
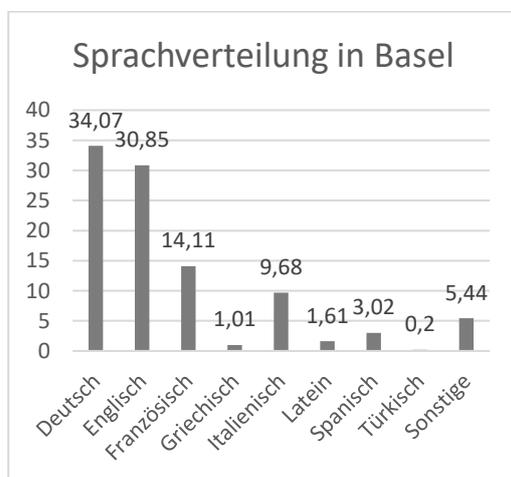
⁵⁴⁵ Vgl. openstreetmap o.J.; Michelin 2016: 143, NGV 2015: 113; ADFC 1995; HLS: Basel-Stadt 2017

⁵⁴⁶ Vgl. HLS: Basel-Stadt 2017

Am 30.09.2021 lebten 200.973 Einwohner in Basel, der Anteil derer ohne Schweizer Bürgerrecht lag bei 37,0 %⁵⁴⁷.

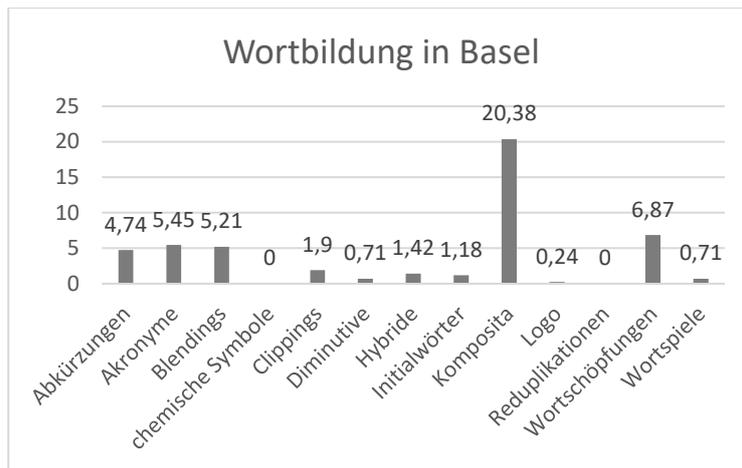


In Basel wurden 422 Geschäftsschilder mit 496 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,73 Wörtern erfasst.



Besonders fällt der hohe Anteil an Englisch auf. *GiZGRAPHICS* gehört dazu, ebenso der Geschenkeladen *changemaker*, eine Filiale der Kette *SUBWAY*, das Elektronikgeschäft *PEARL Factory Outlet*, das Telekommunikationsunternehmen *Salt*. oder der gastronomische Betrieb *Chocolate Club*. Diese Auswahl zeigt, dass das Englische in den unterschiedlichsten Branchen gewählt wird.

⁵⁴⁷ Vgl. Kanton Basel-Stadt, Statistik 2021; Bundesamt für Statistik, Regionalporträts 2012: Kantone, Basel-Stadt; HLS: Basel-Stadt 2017



Beispiele der Basler Geschäftsschilder sind die folgenden:

- a) Universitätsspital Basel
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen; Kompositum (*Universitätsspital*); Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Basel*); Gesundheit
 Der Duden online kategorisiert *Spital* als „österreichisch, schweizerisch, landschaftlich, sonst veraltet“.
- b) Basler Kantonalbank
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen; Kompositum (*Kantonalbank*); Ortsbezeichnung (*Basler, Kanton*), Allgemeinwortschatz; Bank
- c) lindascosas
 Ein Wort, einsprachig spanisch; Adjektiv (*lindas*), Nomen (*cosas*); Kompositum; (Allgemeinwortschatz); Einrichtung / Haushaltswaren
 Die beiden Wörter *lindas cosas* ‚hübsche Sachen‘ wurden hier als ein Wort geschrieben. Im Spanischen wäre die Reihenfolge eher *cosas lindas* wie in dem Volkslied *cielito lindo* ‚hübsches Himmelchen‘ (wörtlich) oder ‚hübsches Schätzchen‘ (sinngemäß) (vgl. Haus / Möckl 1988: 134). Die Inhaberin heißt Pamela Alonso-Alt (vgl. D & B Business-Directory 2022), so dass sich hieraus keine Motivation für die Voranstellung von *lindas* ergibt.
- d) GiZGRAPHICS, Untertitel: WERBUNG KOMMUNIKATION ILLUSTRATION
 Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen; Blend (s. u.), Wortschöpfung (s. u.); -; Sonstiges
 Inhaber Guido Happele kürzte hier unter Beiseitelassung des stummen <u> seinen Vornamen ab und fügte einen ausspracheorientierten Genitiv (z) an. Dies kombinierte er mit dem Zweck seines Unternehmens (vgl. gizgraphics 2016).
- e) TOI ET MOI
 3 Wörter, einsprachig französisch; Pronomen (*toi, moi*), Konjunktion (*et*); -; Allgemeinwortschatz; Mode
Toi et moi ‚Du und ich‘ (betonte Formen)
- f) i favoriti
 2 Wörter, einsprachig italienisch; Artikel (*i, die*), Nomen (*favoriti* ‚Favoriten‘); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- g) d Biemann, Untertitel: DROGERIE FÜR NATURHEILMITTEL
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Eigenname (*Bielmann*); Abkürzung (*d* für ‚Drogerie‘); Eigenname, Nachname (*Bielmann*).
- h) FLEURS DES ROIS
 3 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*Fleurs, Rois*), Präposition (*des*); -; Allgemeinwortschatz; Blumengeschäft, also Sonstiges
Fleurs des rois ‚Blumen der Könige‘

- i) BRASSERIE BASELSTAB
 2 Wörter, zweisprachig französisch (*Brasserie*) + deutsch (*Baselstab*); Nomen (*Brasserie*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Baselstab*); Gastronomie
Baselstab ist die historische Bezeichnung für den Bischofsstab des früher in Basel sitzenden Bischofs. Er ist Teil des Basler Wappens (vgl. *HLS* 2017: s.v. *Basel-Stadt*). Das Wort kommt auch bei folgendem Eintrag vor:
 Geschäftshaus BASELSTAB
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Geschäftshaus*); Kompositum aus *Geschäft*+*Fugen-s*+*Haus*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung
- j) CIC
 Ein Wort, einsprachig französisch; -; Akronym (s. u.); -; Bank
 Das Akronym steht für *Crédit Industriel et Commercial* ‚Industrie- und Handelskredit‘ (vgl. Wikipedia: s.v. *CIC*). Da das Wort *banque* fehlt, handelt es sich um eine Ellipse.
- k) PkZ
 Ein Wort, einsprachig deutsch; -; Akronym (s. u.); -; Mode
 Das Akronym steht für *Paul Kehl Zürich*, wobei der Grund für die Kleinschreibung des <k> unklar bleibt (vgl. *pkz* 2023).
- l) JRENUM, Untertitel: Gehörschutz, Fabrikation & Handel
 Ein Wort, einsprachig griechisch; -; Wortschöpfung (s. u.); -; Handwerk / Industrie
 Das Wort ist abgeleitet vom griechischen Wort *εἰρήνη* ‚Frieden‘, da die Produkte bei lauten Arbeiten Ruhe und Frieden bringen sollen (vgl. *Jrenum* o.J.).
- m) Papeterie ZUMSTEIN
 2 Wörter, zweisprachig französisch (*Papeterie*) + deutsch (*Zumstein*); Nomen (*Papeterie* ‚Schreibwaren‘), Eigenname (*Zumstein*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Zumstein*); Schreibwaren
- n) FIZZEN
 Ein Wort, einsprachig niederländisch; -; Wortschöpfung (s. u.); -; Secondhandkleidung, also Mode
 Bei der Gründung 1992 soll ein Geschäft mit holländischen Fahrrädern, niederländisch *Fietsen*, geplant gewesen sein. Stattdessen kaufte man in den Niederlanden jedoch, inspiriert von der dortigen Vintage-Bewegung, Gebrauchtkleidung (vgl. *Fizzen* 2022).
- o) swatch
 Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*watch*); Blend aus *Swiss+watch* (vgl. *swatch* 2021); Ortsbezeichnung (*S* für ‚Swiss‘); Uhren, also Schmuck
- p) Inksider
 Ein Wort, einsprachig englisch; -; Blend (s. u.), Wortschöpfung (s. u.), Wortspiel (s. u.); -; Tattoostudio, also Sonstiges
 Die Wörter *ink* und *insider* werden hier vereint, wobei letzteres wohl für das ‚Im-Trend-Sein‘ steht und das erstere die Tattoofarbe repräsentiert. Das Wortspiel besteht aus der Ähnlichkeit zu *insider*.
- q) Max Mara
 2 Wörter, einsprachig italienisch; Eigenname (*Mara*); Clipping (s. u.); Eigenname, Name aus der Geschichte; Mode
 Der zweite Teil des Pseudonyms stammt von Firmengründer Achille *Maramotti*, der seinen Nachnamen als Clipping verwendete. Der Vorname *Max* geht auf den legendären Grafen *Max* aus der italienischen Stadt Reggio nell’Emilia zurück, der zwar ständig betrunken, aber immer schneidig angezogen war. Der Geschäftsname sollte zusätzlich neutral und in allen Sprachen aussprechbar sein (vgl. *Independent* 2005).
- r) TROIS POMMES, Untertitel: DONNA
 2 Wörter, einsprachig französisch; Zahlwort (*trois*), Nomen (*pommes*); Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Mode
 Das erste Geschäft von Inhaberin Trudie Götz verfügte über drei Etagen, was sie

- auf die Idee brachte, es *trois pommes* ‚drei Äpfel‘ zu nennen. Dies ist eine Anspielung auf das französische *haut comme trois pommes*, das dem deutschen ‚Dreikäsehoch‘ entspricht (vgl. *Trois Pommes*, o.J.; *PR* 2014: s.v. *Trois Pommes*).
- s) ADVOKATUR & NOTARIAT, Untertitel: Dr. Dieter Schlumpf
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Advokatur, Notariat*); -; Allgemeinwortschatz; Rechts- und Steuerberatung
Advokatur ‚Anwaltsbüro‘ gilt als „schweizerisch, sonst veraltet“, (vgl. Duden online: s.v. *Advokatur*).
- t) Hästens
 Ein Wort, einsprachig schwedisch; -, Wortschöpfung (s. u.); -; Betten und Bettwaren, also Einrichtung / Haushaltwaren
 Das Unternehmen wurde im 19. Jh. in Schweden als Sattlerei gegründet, die auch Rosshaarmatratzen herstellte. Als Hommage daran wurde in den Geschäftsnamen das schwedische Wort *häst* ‚Pferd‘ eingebaut. Über eine Spezialisierung auf Matratzen entwickelte sich das Unternehmen mit dem heutigen Schwerpunkt (vgl. Hästens 2021).
- u) Basellandschaftliche Kantonalbank, Untertitel. Private Banking
 2 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen (*Kantonalbank*); Kompositum aus *Kantonal+Bank*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*basellandschaftlich, Kanton*); Bank⁵⁴⁸
- v) toppharm, Untertitel: health & go
 Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*top, pharm*), Blend aus *top+pharmacy*; -; Gesundheit
- w) Spielzeug Welten Museum
 3 Wörter, einsprachig deutsch; Nomen; Kompositum aus *Spiel(en)+Zeug+ Welten+Museum*; Allgemeinwortschatz; Bildung
 Die Getrennschreibung von Komposita, die im Deutschen eigentlich nicht üblich ist, sieht man hier erneut, wie bei *Sun Flower, Karin's Handarbeits Laden* (beide Weißenburg), *Cafe Wort Schatz* (Neuburg) *Stadt Bücherei, WUNDER BAR* und *electro outlet* (alle drei Steyr).
- x) Mr Pickwick Pub
 3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Mr, Pub*); Abkürzung (*Mr* für ‚Mister‘); Name aus der Literatur (*Mr Pickwick*), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Mr Pickwick entstammt Dickens‘ *The Pickwick Papers* (vgl. Dickens 2009).
- y) FIRST BLUE
 2 Wörter, einsprachig englisch; Adverb (*first*), Adjektiv (*blue*); Allgemeinwortschatz; Jeansgeschäft, also Mode
 Die Evozierung der Farbe ‚Blau‘ für Jeans findet auch in München bei der türkischen Marke *mavi* statt.
- z) MORGAN, Untertitel: MORGAN DE TOI!
 Ein Wort; einsprachig französisch; Verb (*morgan*); -; -; Mode
 Durch den Untertitel muss das Wort der französischen Umgangs- oder Jugendsprache zugeordnet werden, denn *morgan(e) de toi* bedeutet ‚verliebt in dich‘. Zwar hieß der Vorbesitzer des Geschäftes *Morgan*, Liebe und verführerisches Aussehen sind jedoch die Themen der Mode des Labels (vgl. Morgan 2021; leo-Französisch 2008: s.v. *Morgan de toi*).

⁵⁴⁸ Vgl. Eintrag b) Basler Kantonalbank

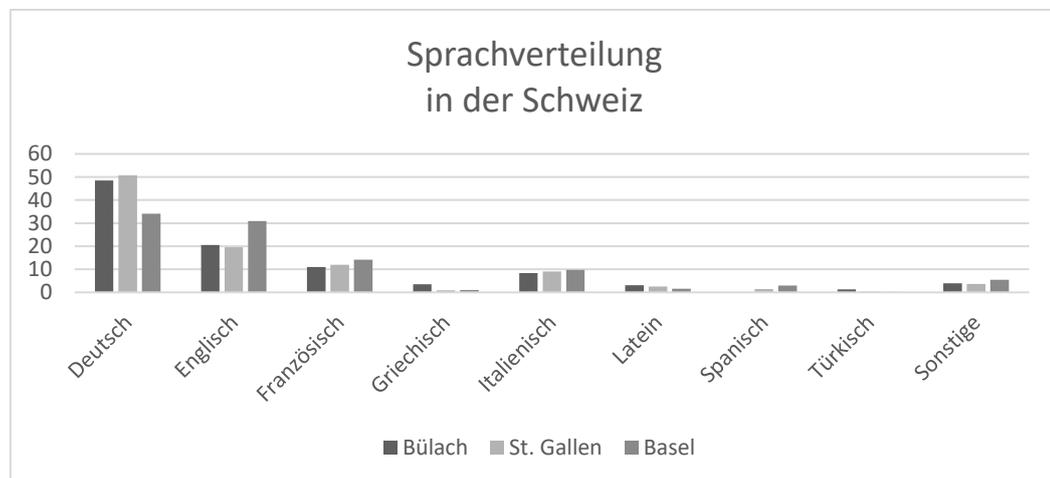
3.7.4. Vergleich der Schweizer Geschäftsschilder

Die Wortzahl der 887 Schweizer Geschäftsschilder liegt zwischen den deutschen 1,88 und den österreichischen 1,79:

Wortzahl	1	2	3	4	5	8	Ø CH
Schilderzahl	372	351	125	31	6	1	1,82

Die Schweiz ist aufgrund ihrer vier offiziellen Landessprachen eine Besonderheit. Besucht wurde nur der deutschsprachige Teil des Landes, um eine Vergleichbarkeit mit den deutschen und österreichischen Zahlen zu erhalten.

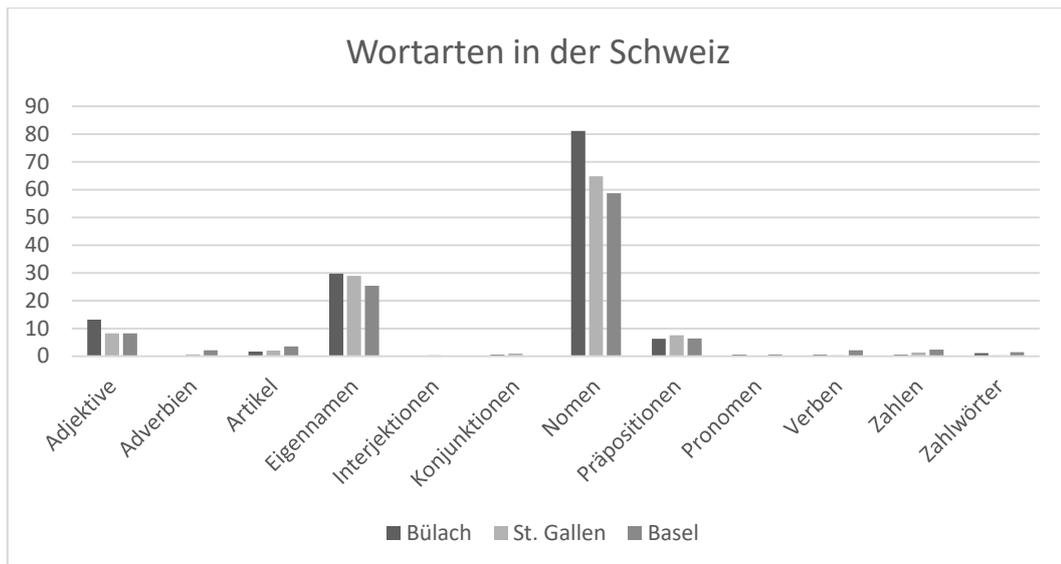
Der Anteil an Deutsch in den untersuchten Orten der Schweiz ist deutlich geringer als in Deutschland oder Österreich; im Gegenzug ist der Anteil an Französisch erkennbar höher. Dies mag an der Funktion von Französisch als eine der vier Landessprachen liegen, aber auch an den vielen französischen Wörtern im Schweizerdeutschen, die nicht als fremd wahrgenommen werden. Dies erklärt allerdings nicht den hohen Anteil Englisch von 30,85 % in Basel⁵⁴⁹. Basel ist eindeutig eine Stadt, deren Einwohner sich ein internationales Flair geben, dies auch bezüglich des Handels. Die bei Basel gezeigten Beispiele beweisen, dass Englisch in verschiedenen Branchen verwendet wird, z. B. Mr. *Pickwick Pub* (Gastronomie), First Blue (Mode), *GiZGRAPHICS* (Sonstiges).



Hier ist der Nebeneinanderstellung von der Einwohnerzahl her vergleichbarer Städte Deutschlands:

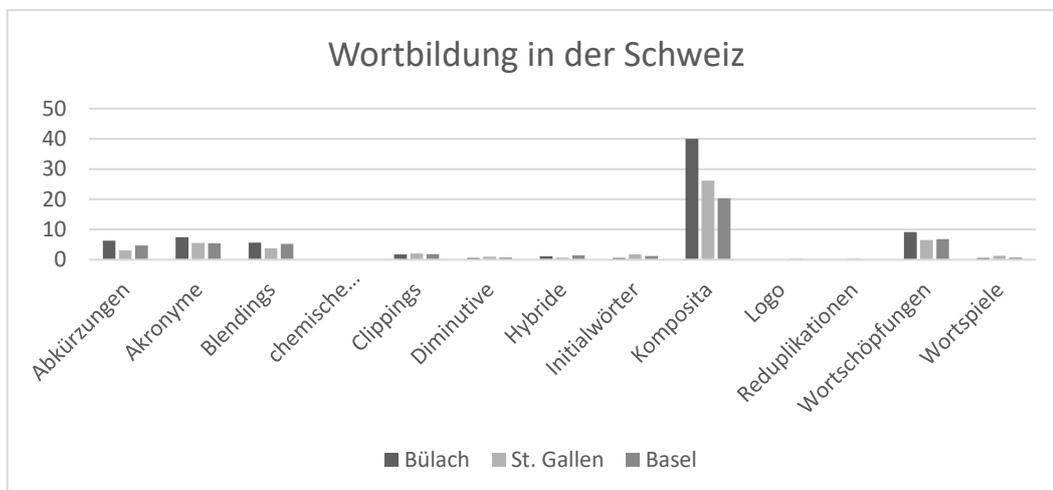
	Dt	E	Fr	G	I	L	Sp.	T	Sonst.
Weißenburg	65,09	14,66	4,31	1,72	4,74	2,59	0,86	2,59	3,49
Aschaffenburg	51,72	24,36	4,48	1,20	5,68	1,64	0,75	4,04	6,13
Paderborn	54,60	25,07	5,01	1,67	6,13	1,39	2,51	0,28	3,34

⁵⁴⁹ Für die Erhebung hatte ich mir – wie bei den übrigen Städten auch – vorher Pläne des Stadtkerns besorgt, um den meistfrequentierten Bereich abzudecken.



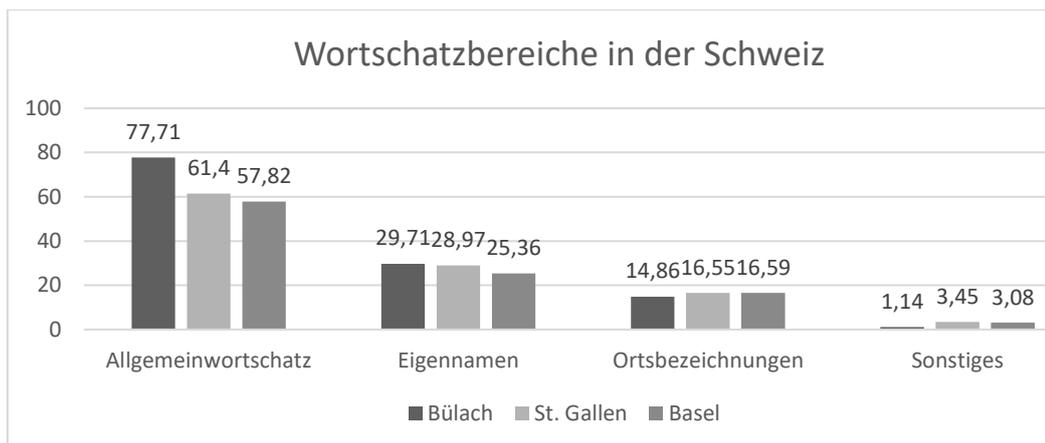
Der Anteil an Adjektiven, Eigennamen und Nomen wird mit steigender Ortsgröße geringer, die übrigen Wortarten nehmen tendenziell zu. Die Schilder der bundesdeutschen Städte sind bei Eigennamen und Nomen uneinheitlich:

	Adj	Adv	Art	EN	Interj	Konj	N	Präp	Pron	V	Zahl	Zahlw
Weißenburg	9,03	1,60	3,72	36,70	0	0	63,30	4,26	1,06	0	1,06	1,60
Aschaffenburg	8,52	0,95	2,46	31,44	0,38	0,38	66,67	3,22	0,57	1,89	1,14	0,57
Paderborn	4,35	0,67	2,01	35,12	1,67	1,67	62,88	4,68	2,01	1,34	1,00	1,00



Bei der Wortbildung nehmen Komposita mit der Stadtgröße deutlich ab, wobei die Schweizer diese Wortbildungsart im Schnitt weniger einsetzen als ihre deutschen Nachbarn.

	Abk	Akron	Blend	cSym	Clip	Dimin	Hybr	Initialw	Komp	Logo	Redup	WSchö	WSp
Weißenburg	2,66	11,70	0,53	0	1,60	0	0,53	5,85	41,49	0	0	1,06	1,06
Aschaffenburg	5,68	5,68	1,33	0,38	1,33	0	1,52	3,22	34,66	0,19	0,38	4,92	3,60
Paderborn	3,01	5,02	0,67	1,00	0	0	0	2,34	34,78	0	0,67	5,02	2,01



Der Anteil des Allgemeinwortschatzes nimmt von 77,71 % in Bülach über 61,40 % in St. Gallen auf 57,82 % in Basel kontinuierlich ab. In Deutschland beginnen die Werte auf einem niedrigeren Niveau und enden auf einem höheren:

	Allgemeinwortschatz	Eigennamen	Ortsbezeichnungen	Sonstiges
Weißenburg	62,23	36,70	12,77	3,72
Aschaffenburg	63,64	31,44	12,31	3,22
Paderborn	60,20	35,12	11,71	6,69

Eigennamen bleiben in einem ähnlichen Prozentbereich, der niedriger liegt als in Deutschland. Ortsbezeichnungen dagegen sind in der Schweiz häufiger.

3.8. Die Städte in Frankreich

Die drei besuchten französischen Orte gehören zu drei unterschiedlichen Départements und zwei Regionen.

3.8.1. Lure

Die französische Kleinstadt Lure gehört zum Département *Haute-Saône* („Obere Saône“), das in die Region *Bourgogne-Franche-Comté* („Burgund-Freigrafschaft“) eingegliedert ist. Auf 295 m ü. NHN liegt Lure am Südwestrand der Vogesen (*Vosges*) am Saône-Zufluss Ognon zwischen Vesoul und Belfort bzw. Montbéliard und Épinal an der Nationalstraße N 9⁵⁵⁰. Der Name des Ortes *Lure* geht möglicherweise auf ein Kloster zurück, das als *Lutheraa* 817 erstmals urkundlich erwähnt ist. Die Etymologie des Ortsnamens ist jedoch unsicher; die

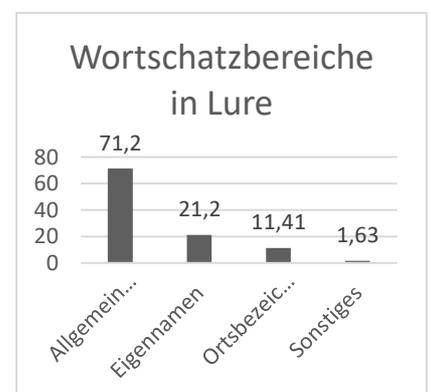
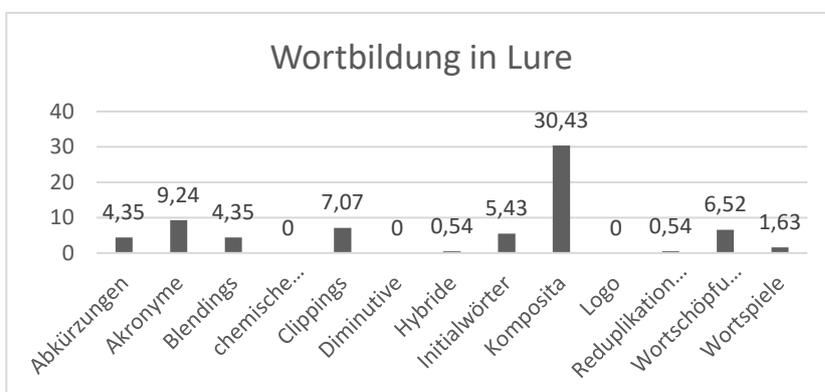
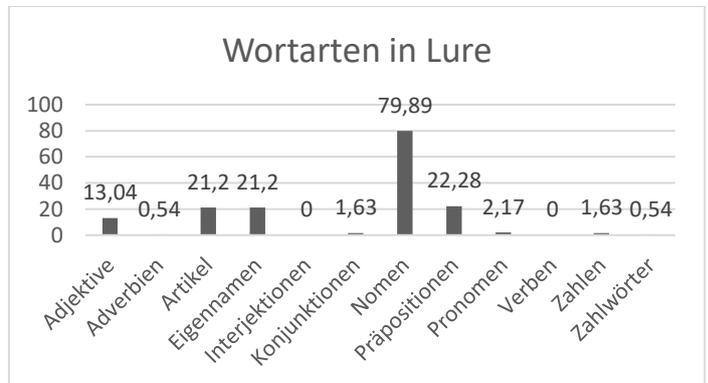
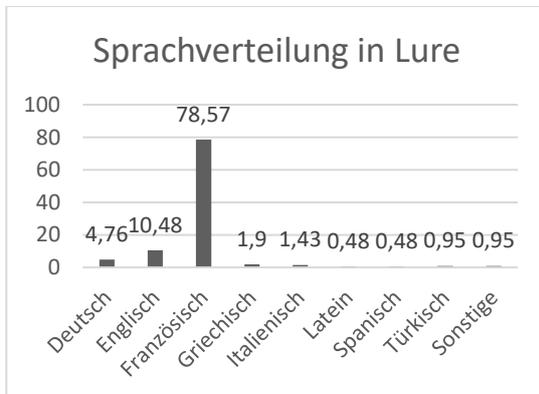
⁵⁵⁰ Vgl. openstreetmap o.J.; Lure: Localisation o.J.; NGV 2015: 113

Gemeinde hält für am wahrscheinlichsten, dass das gallische Wort *lutro* ‚Quellen-Bach‘ Pate stand⁵⁵¹.

Die Anzahl der Einwohner und Einwohnerinnen von Lure, französisch *Lurons* und *Luronnes*, lag 2018 bei 8.131 mit einem Ausländeranteil von 11,08 %⁵⁵².



In Lure wurden 184 Geschäftsschilder mit 210 Sprachanteilen und durchschnittlich 2,38 Wörtern erfasst.



⁵⁵¹ Lure 2021: Geschichte

⁵⁵² Vgl. Insee 2021: Lure; Lintern@ute 2021: Lure

Beispiele der Lurer Geschäftsschilder sind die folgenden:

a) Au P'tit Luron

3 Wörter, einsprachig französisch; Präposition (*au*), Adjektiv (*petit*), Nomen (*Luron*); Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung; Bäckerei, also Lebensmittel

Das Wort *Luron* kann doppelt gelesen werden, zum einen als ‚Lurer, Einwohner von Lure‘, zum anderen als umgangssprachlich für ‚lustiger Geselle‘ (vgl. Le Robert 2000: s.v. *Luron*; Larousse 2004: s.v. *Luron*), insgesamt also „Zum kleinen...“.

Le Pont de l'Ognon, Untertitel: Restaurant – Brasserie – Traiteur

6 Wörter, einsprachig französisch; Artikel (*le*), Nomen (*pont*), Präposition (*de*); Kompositum; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Ognon*); Gastronomie;

Le Pont de L'Ognon ‚Ognonbrücke‘ (siehe auch Kapitel 3.8.4.)

b) KIABI, Untertitel: la mode à petits prix

Ein Wort, einsprachig französisch; Nomen; Wortschöpfung (s. u.); Mode;

Das Wort ist homophon zu *qui habille*, ‚derjenige, der anzieht‘ oder ‚dasjenige, das anzieht‘. Der Geschäftsname kann sich also sowohl auf den Händler als auch auf seine Ware beziehen. Der Titel reimt sich mit dem Untertitel *la mode à petit prix* ‚Mode zum kleinen Preis‘.

c) BRICOMARCHÉ, Untertitel: Pouvoir tout faire Moins cher

Ein Wort, einsprachig französisch, Nomen (*bricomarché*); Blend (s. u.); -; Baumarkt, also DIY

Die Wörter *bricoler* ‚basteln, heimwerken‘ und *marché* ‚Markt‘ wurden hier zusammengesetzt zu ‚Heimwerkermarkt‘. *Brico* wurde farblich abgesetzt. Der Untertitel bedeutet ‚alles machen können, und zwar billiger‘. *Faire* und *cher* reimen sich.

SECURITEST, Untertitel: CONTROLE TECHNIQUE

Ein Wort, zweisprachig französisch (*sécuri*) + englisch (*test*); Nomen; Blend (su.), Hybrid aus französisch + englisch; vergleichbar mit DEKRA oder TÜV, also Sonstiges

Sécurité ‚Sicherheit‘ wurde mit den englischen *test* zusammengesetzt, so dass sich ‚Sicherheitstest‘ ergibt. *Test* wurde erst 1893 aus dem Englischen übernommen und ist inzwischen hochfrequent (vgl. Le Robert 2000: s.v. *test*).

d) AXA ASSURANCE, Untertitel: PLACEMENT CRÉDIT

2 Wörter, zweisprachig französisch + griechisch; Nomen (*assurance*); Akronym und Initialwort; Allgemeinwortschatz; Versicherung

Beim Wort AXA steht das erste A für *Agents* ‚Vertreter‘, das X für die Wissenschaft sowie das zweite A für *Assurance d'avenir* ‚Versicherung der Zukunft‘, mit dem ASSURANCE ‚Versicherung‘ ergibt sich eine inhaltliche Dopplung (vgl. Wikipedia: s.v. *Axa*).

e) FOOT-IN 70

3 Wörter, einsprachig englisch, Nomen (*Foot*) Adverb (*in*), (Zahl wurde nicht kategorisiert, da es sich um eine Ortsbezeichnung handelt); Clipping (s. u.); Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (70); Freizeit / Hobby / Sport

FOOT ist ein Clipping aus *football*, das die Franzosen um 1888 aus dem Englischen übernommen haben. Das Wort IN kürzt *indoors* ab. Das Gebäude ist eine Fußballhalle. 70 ist die Nummer des Départements Haute-Saône und daher eine Ortsbezeichnung (vgl. Le Robert 2000 und Larousse 2004: je s.v.: *football*).

f) Les Matériaux, Untertitel: COMAFRANC, ESPACE Aubade, SANITAIRE CARRELAGE CHAUFFAGE

2 Wörter, einsprachig französisch; Artikel (*les*), Nomen (*matériaux*); -; Allgemeinwortschatz; Baumarkt, also DIY

Das Französische hat zwei ähnliche Wörter für ‚Material‘, *le matériel* ‚die Ausrüstung‘ und das vorliegende *le matériau* ‚die Baustoffe / Werkstoffe‘. Die Unter-

titel beinhalten die Namen der Unternehmen *COMAFRANC* und *ESPACE Aubade* sowie die Geschäftsbranchen ‚Sanitär, Fliesen(arbeiten), Heizung‘.

g) Haefeli

Ein Wort, einsprachig deutsch, Eigenname (*Haefeli*); -; Eigenname, Nachname (Haefeli); Elektriker, also Handwerk / Industrie

h) tni, Untertitel: NETTOYAGE INDUSTRIEL & MULTI SERVICE

Ein Wort, einsprachig französisch; -; Akronym; -; Gebäudereinigung, also Handwerk / Industrie

Das Akronym lässt sich nur zum Teil auflösen, *ni* steht für *nettoyage industriel* ‚industrielle Reinigung‘, wie aus dem Untertitel hervorgeht. Das *t* bleibt dabei fraglich, könnte aber für *tout* ‚alle, jede, jegliche‘ stehen. *MULTI SERVICE* ‚Mehrfach- / Vielfach-Dienstleistung‘ bezieht sich vermutlich auf Gebäude (vgl. pagesjaunes: T.N.I. o.J.).

i) C’Pro

2 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*Pro*); Abkürzung (*C’*), Clipping (*Pro*); keine Zuordnung zu Wortschatzbereichen; Maler & Tapezierer, also Handwerk / Industrie

Das *C* steht für *Compare* ‚vergleiche‘ und *pro* für *professionnel* ‚Fachmann, Profi‘. Der Handwerker möchte sich damit vermutlich als unvergleichlich gut unter den Profis darstellen.

j) AUTO BILAN 70

3 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*Auto, Bilan*), (Zahl wurde nicht kategorisiert, da es sich um eine Ortsbezeichnung handelt); Kompositum aus *auto+bilan*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (70); Autos

Das Wort *bilan* bedeutet ‚Bilanz, Bestandsaufnahme, Check-up‘ (vgl. Larousse 2004: s.v. *bilan*). Das ergibt ‚Auto-Check-up im Département 70‘. Das Kompositum *auto bilan* ist asyndetisch (siehe Kapitel 3.8.4.).

k) WORLD TRICOT

2 Wörter, zweisprachig englisch (*world*) + französisch (*tricot*); Nomen (*world, tricot*); Kompositum aus *world+tricot*, Hybrid; Allgemeinwortschatz; Strickwarenproduktion, also Handwerk / Industrie

World Tricot ‚Welt-Strick(waren)‘

l) HÔTEL D’ENTREPRISES

3 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*Hôtel, Entreprises*), Präposition (*d’*); Kompositum (*hôtel d’entreprises*); Allgemeinwortschatz; Vermietung von Lagerhallenplatz für Firmen, die in der Gegend arbeiten, also Handwerk / Industrie

Hôtel d’entreprises ‚Hotel der Firmen / Unternehmen‘

m) AU SABOT FLEURI

3 Wörter, einsprachig französisch; Präposition (*au*), Nomen (*sabot*), Adjektiv (*fleuri*); -; Allgemeinwortschatz; Florist, also Sonstiges

Au sabot fleuri ‚Zum blühenden Holzschuh.‘

n) BOUTIQ GSM BOUTIQ’AROME

4 Wörter, zweisprachig französisch (*Boutiq, Arome*) + englisch (*GSM*); Nomen (*Boutiq*); Clipping (*Boutiq* aus ‚Boutique‘), Akronym (s. u.), Kompositum; Allgemeinwortschatz; Handyverträge, E-Zigaretten und Aromen dafür, also Tabak / Glücksspiel / Zeitungen

Das Akronym *GSM* steht für ‚Global System for Mobile Communication‘ (vgl. BOUTIQ GSM 2019). Das Wort *boutique* bedeutet im Französischen einfach ‚Geschäft‘, in Unterscheidung zu *atelier* ‚Werkstatt‘.

o) AGE D’OR SERVICES, Untertitel: Premier réseau privé de services à la personne, Assistance à la personne, Aide à domicile

4 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*âge, or, services*), Präposition (*d’*); Kompositum (Gesamteintrag); Allgemeinwortschatz; Dienstleistungen für ältere Menschen, Haushaltshilfe, also Sonstiges

Age d’or services ‚Goldenes Alter Dienstleistungen‘, *Premier réseau privé de ser-*

- vices à la personne* ‚Erstes Privatnetz für Dienstleistungen für Personen, Hilfe für Personen, Hilfe zu Hause‘
- p) Cancoillotte Restaurant
 2 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*Cancoillotte, Restaurant*); Kompositum aus *Cancoillotte+Restaurant*; Allgemeinwortschatz
Cancoillotte ist eine Weichkäseart, typisch für die Freigrafschaft Burgund, mit der im Restaurant gekocht wird (vgl. *PR* 2014: s.v. *Cancoillotte*).
- q) UNIVERS PHARMACIE, Untertitel: La Pharmacie Fréchin
 2 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*univers, phamacie*); Kompositum aus *univers+pharmacie*; Allgemeinwortschatz; Apotheke, also Gesundheit
Univers pharmacie ‚Universum Apotheke‘. Der Untertitel heißt ‚Die Apotheke Fréchin‘, letzteres ein Nachname.
- r) COMMERCE EQUITABLE du pays luron
 5 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*commerce, pays*), Adjektiv (*équitable*), Präposition (*du*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*pays luron*); Eine-Welt-Laden mit gemischtem Sortiment, also Kaufhaus
 ‚gerechter Handel des Lurer Landes‘
- s) Nocibé, Untertitel: Parfums & Beauté
 Ein Wort, einsprachig französisch; -; -; Ortsbezeichnung (s. u.); Drogerie
 Es handelt sich um eine Schreibvariante der zu Madagaskar gehörigen Insel *Nosy Be*. Die Motivation dafür kommt von der dort wachsenden Blume Ylang-ylang, die die Firma als Emblem gewählt hat und die für ihre Produkte Verwendung findet (vgl. *Nocibé* o.J.).
- t) Vêtements ULMANN, Untertitel: fondée en 1903
 2 Wörter, zweisprachig französisch (*vêtements* ‚Kleidung‘) + deutsch (*Ulmann*); Nomen (*vêtements*), Eigenname (*Ulmann*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Ulmann*); Mode
- u) A la Lueur des Mots, Untertitel: LIBRAIRIE PAPETERIE
 5 Wörter, einsprachig französisch; Präposition (*à, des*), Artikel (*la*), Nomen (*lueur, mots*); -; Allgemeinwortschatz; Bücher- und Schreibwarengeschäft, also Bücher
 ‚Zum Lichtschein der Wörter‘, ‚Buchhandlung, Schreibwarenhandlung‘
- v) MISE AU GREEN, Untertitel: depuis 1986
 3 Wörter, zweisprachig französisch (*mise, au*) + englisch (*green*); Nomen (*mise, green*), Präposition (*au*); Clipping (s. u.); -; Mode
 Eine Zuordnung zum Allgemeinwortschatz wurde nicht vorgenommen, da *mise* kein vollständiges Wort ist, sondern ein Clipping aus *chemise* ‚Ober-Hemd‘, woraus sich ‚Hemd in Grün‘ ergibt. Die Ursprungsidee der Firma sind Hemden mit Naturmotiven, deshalb ‚Grün‘ (vgl. *Mise au Green* 2019).
- w) VETITROC DU CENTRE, Untertitel: Dépot-Vente Vêtements
 3 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*vetitroc*), Präposition (*du*); Blend (s. u.)
 Wortschöpfung; Ortsbezeichnung (*centre*); Second-Hand-Kleidergeschäft, also Mode
 Das Blend setzt sich zusammen aus *vêtements* ‚Kleidung‘, Fugen-*i* und *le troc* ‚der Tausch‘, also ‚Kleidertausch des Zentrums‘, womit die Ortsmitte gemeint ist.
- x) Restaurant a la turka, Untertitel: DONER KEBAB
 4 Wörter, zweisprachig französisch (*Restaurant*) + italienisch (*a la turka*); Nomen (*Restaurant*), Präposition (*à*), Artikel (*la*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*turka*); Gastronomie
 Der Name des Restaurants spielt auf Mozarts Rondo *alla turca* an, wurde jedoch so umgeschrieben, dass es für einen Türken von der Aussprache her eindeutig ist, da <c> im Türkischen [dʒ] gesprochen wird. Bei *DONER* hingegen wurde der Umlaut weggelassen, da das Französische diese Schreibung nicht kennt. Es gibt zwar die oe-Ligatur <œ>, diese wird jedoch nicht bei Fremdwörtern eingesetzt. Ebenso

wird *KEBAB* ohne die im Türkischen übliche Verschriftung der Auslautverhärtung, also *kebab*, geschrieben, da es im Französischen nur so existiert⁵⁵³.

y) centre François Mitterrand

3 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*centre*); -; Allgemeinwortschatz, Name aus der Geschichte (*François Mitterrand*), also Sonstiges; Kulturzentrum, also Bildung

z) Au Millkado, Untertitel: TABAC – PRESSE – CADEAUX

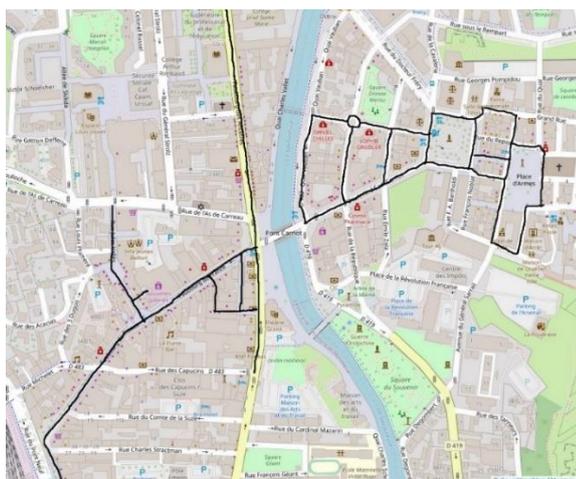
2 Wörter; Präposition (*au*); Wortschöpfung (s. u.), Wortspiel (s. u.); -; Tabak / Glücksspiel / Zeitungen

Die Aussprache des Geschäftsnamens ergibt *aux mille cadeaux* ‚Zu den tausend Geschenken‘, was hier kreativ zusammengezogen wurde. Lure befindet sich auf dem *Plateau des Mille étangs*, der ‚Hochebene der tausend Seen‘, hierauf ist der Geschäftsname eine Anspielung. Ähnlichkeit hat das Wort *Millkado* zusätzlich mit *Mikado*, vermutlich gibt es in dem Geschäft auch Spiele (vgl. Office de Tourisme des 1000 Étangs o.J.).

3.8.2. Belfort

Die französische Mittelstadt Belfort gehört zum Département *Territoire de Belfort* (‚Territorium von Belfort‘) in der Region *Bourgogne-Franche-Comté* (‚Burgund-Freigrafschaft‘). Auf 354 m ü. NHN liegt sie in der Burgundischen Pforte zwischen Mulhouse und Besançon⁵⁵⁴. 1233 findet sich die urkundliche Erwähnung von *castrum meum Bellumfortem*. Hieraus geht hervor, dass der Ortsname *Belfort* auf die Adjektive ‚schön‘ und ‚stark‘ zurückzuführen ist⁵⁵⁵.

Die Zahl der Einwohner und Einwohnerinnen von Belfort, französisch *Belfortains* und *Belfortaines*, lag 2018 bei 46.954 mit einem Ausländeranteil von 12,43 %⁵⁵⁶.



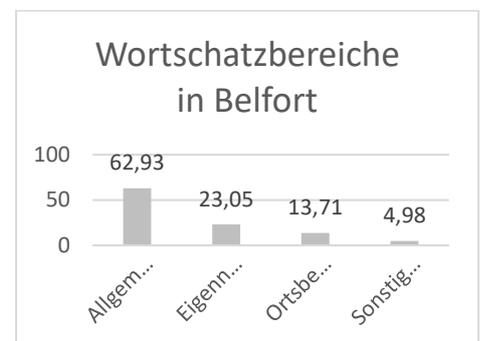
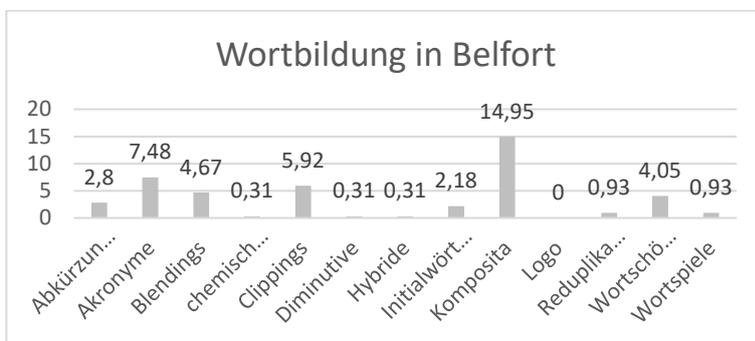
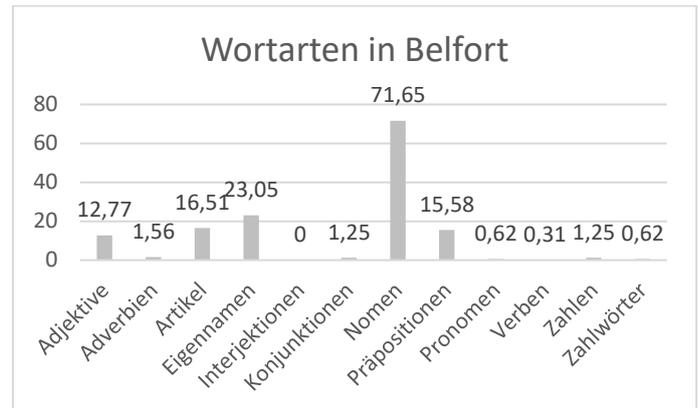
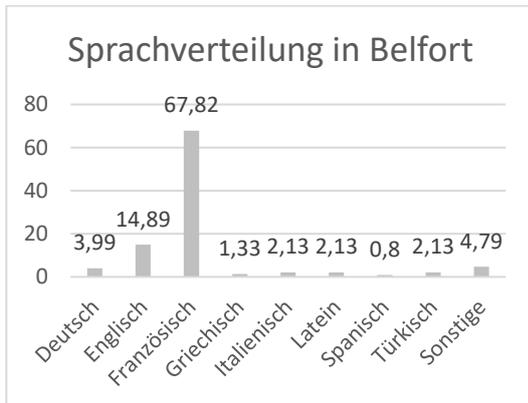
⁵⁵³ Vgl. PR 2014: s.v. *kebab*; Im Deutschen findet man grundsätzlich beide Varianten, häufiger jedoch *Kebab*. Der Duden (2006) führt beide Schreibweisen auf, favorisiert jedoch *Kebab* und kommentiert unter *Kebab* ‚türkische Schreibweise von Kebab‘.

⁵⁵⁴ Vgl. openstreetmap o.J.; Baradel et al. 1985: 7f.; Michelin 2016: II-III, 142f.

⁵⁵⁵ Vgl. Baradel et al. 1985: 39

⁵⁵⁶ Vgl. Insee 2021: Belfort; Lintern@ute 2021: Belfort

In Belfort wurden 321 Geschäftsschilder mit 376 Sprachanteilen und durchschnittlich 2,05 Wörtern erfasst.



Beispiele der Belforter Geschäftsschilder sind die folgenden:

a) BNP PARIBAS

2 Wörter, einsprachig französisch; -; Akronym (s. u.), Blend (s. u.); -; Bank
 Das Akronym *BNP* steht für *Banque Nationale de Paris* ‚Pariser Nationalbank‘. *PARISBAS* enthält bereits die Namen zweier fusionierter Banken, nämlich der *Banque de Paris* ‚Pariser Bank‘ und der *Banque de crédit et de dépôt des Pays-Bas* ‚Kredit- und Depotbank der Niederlande‘, die dann als *Banque des Paris et des Pays-Bas* ‚Bank von Paris und den Niederlanden‘ firmierten (vgl. *bnpparisbas 2020: Geschichte*).

b) fnac

Ein Wort, einsprachig französisch; -; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Bücher
 Das Akronym aus *Fédération nationale d'achats* ‚nationale Einkaufsgesellschaft‘ wird von den Franzosen trotz des in der Landessprache nicht vorkommenden Anlauts <fn> als Wort ausgesprochen. Die Zuordnung erfolgte zu Büchern, da diese den Hauptumsatz ausmachen (vgl. *La vie des entreprises o.J.: fnac*).

c) Flam's, Untertitel: RESTAURANT DE FLAMMEKUECHE

Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Flam*); Clipping (s. u.); -; Gastronomie
 Das elsässerdeutsche Wort *Flammekueche* findet sich hier als Clipping mit einem in diesem Fall englisch anmutenden *s* dahinter.

d) Krys

Ein Wort, einsprachig griechisch; Nomen; Clipping (s. u.); -; Optiker
 Das Wort ist ein Clipping von griechisch *Krystal*, das die Homepage des Geschäftes mit ‚gefrorenem Wasser / Eis‘, ‚Glas‘ oder ‚Kristall‘ interpretiert. Kristalle seien ein Symbol der Reinheit und verwiesen auf die Transparenz der Brillengläser. Da eine Silbe stärker sei als zwei, wurde das Clipping geschaffen (vgl. *Krys o.J.*).

- e) LCL, Untertitel: BANQUE ET ASSURANCE
 Ein Wort, einsprachig französisch; -; Akronym (s. u.); -; Bank
 Das Akronym steht für *Le Crédit Lyonnais* ‚Der Kredit aus Lyon‘ (vgl. britannica: s.v. *Le Crédit Lyonnais*). Die etwas andere Verwendung des Artikels im Französischen wird hier sichtbar, im Deutschen würde man diesen sicherlich weglassen.
- f) la mie CÂLINE
 3 Wörter; einsprachig französisch; -; Artikel (*la*), Nomen (*mie*), Adjektiv (*câline*); -; Allgemeinwortschatz; Bäckerei =>Lebensmittel
La mie câline ‚Die zarte Brotkrume‘ enthält ebenfalls einen Artikel. Sie ist homophon zu *l'amie câline* ‚die liebevolle Freundin‘.
- g) CAROLL, Untertitel: PARIS
 Ein Wort; einsprachig englisch; Eigennamen (*Caroll*); -; Eigennamen, Vorname (*Caroll*); Mode
- h) LES FAUBOURGS, Untertitel: CENTRE COMMERCIAL
 2 Wörter; einsprachig französisch; Artikel (*les*); -; Ortsbezeichnung (*faubourgs*); Kaufhaus
Les faubourgs ‚Die Vorstädte‘, *centre commercial* ‚Einkaufszentrum‘
- i) Clin d'œil, Untertitel: OPTICIENS
 3 Wörter; einsprachig französisch; Nomen (*clin*, *œil*), Präposition (*d'*); Kompositum; Allgemeinwortschatz; Optiker
 Der Geschäftsname ‚Augenzwinkern‘ hat auch etwas mit Schnelligkeit zu tun, da *en un clin d'œil*, wörtlich ‚in einem Augenzwinkern‘ mit dem deutschen ‚im Handumdrehen‘ gleichzusetzen ist. Der Untertitel heißt ‚Optiker‘ (Plural).
- i) UN JOUR AILLEURS, Untertitel: UJA PARIS
 3 Wörter, einsprachig französisch; Artikel (*un* ‚ein‘), Nomen (*jour* ‚Tag‘), Adverb (*ailleurs* ‚anderswo‘); -; Allgemeinwortschatz; Mode
- j) flunch
 Ein Wort; einsprachig englisch; Nomen (*flunch*); Blend aus *fast* + *lunch*; - (Da das Wort in der vorliegenden Form in keinem Wortschatz vorkommt, wurde es nicht eingruppiert); Gastronomie
- k) COP COPINE, Untertitel: Destockage [sic!]
 2 Wörter; einsprachig französisch; Nomen (*copine*); Clipping (*cop* aus *copain* ‚Freund‘ oder *copine* ‚Freundin‘), Reduplikation (*cop*, *cop*); Allgemeinwortschatz *Déstockage* ‚Räumungsverkauf‘
- l) celio*
 Ein Wort, einsprachig italienisch; -; Wortschöpfung (s. u.); -; Mode
 Laut der Homepage des Männermodegeschäftes ist *celio* ein gut klingender Name, der gleichzeitig männlich und italienisch klingt (vgl. *celio** 2019).
- m) BOUQUINERIE DU LION, Untertitel: Livres, BD, Jouets
 3 Wörter; einsprachig französisch; Nomen (*bouquinerie*), Präposition (*du*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Lion*, s. u.); Bücher
 ‚Bücherladen des Löwen‘, ‚Bücher, Comics, Spielzeug‘ Mit dem ‚Löwen‘ greift das Geschäft das Wahrzeichen von Belfort auf, deshalb ist es ein Hinweis auf Belfort selbst (vgl. Belfort o.J.: Geschichte, Tourismus).
- n) OBBO, Untertitel: ORGANISATION DU BUREAU
 Ein Wort, einsprachig französisch; -; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Schreibwaren
 Der Untertitel ‚Organisation des Büros‘ erklärt das Akronym. Das wurde verdoppelt, das zweite <O> gibt vermutlich die Aussprache der Endung <-eau> in *bureau* wieder.
- o) CHOCOLATIER PATISSIER Klein, Untertitel: Salon de thé
 3 Wörter; zweisprachig französisch (*chocolatier*, *pâtissier*) + deutsch (*Klein*); Nomen (*chocolatier*, *pâtissier*), Eigennamen (*Klein*); -; Allgemeinwortschatz, Eigennamen, Nachname (*Klein*); Lebensmittel
 Bei ‚Schokoladenhersteller, Konditor Klein‘ findet sich ein deutscher Nachname.

- p) LAV'ECO
 2 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*Lav'*), Adjektiv (*éco*); Clipping (s. u.), Kompositum; -; Waschsalon, also Sonstiges
 Gekürzt wurden hier die Wörter *laverie* ‚Waschsalon‘ und *économique* ‚kostengünstig‘ oder *écologique* ‚ökologisch‘.
- q) Baumler, Untertitel: AUTO ECOLE
 Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigenname (*Baumler*); -; Eigenname, Nachname (*Baumler*); Fahrschule, also Bildung
 Der deutsche Eigenname hat vermutlich den Umlaut eingebüßt, da es diesen im Französischen nicht gibt. Die Umschreibung mit <ae> ist für Umlaute nicht üblich. Wie mir ein französisch-türkischer Freund erklärte, werden z. B. auch türkische Namen mit <ö> nicht mit dem im Französischen <œ> geschrieben, sondern der Umlaut weggelassen. Dadurch wird *Öztürk* zu *Ozturk*. *Auto-école* ‚Fahrschule‘.
- r) Coiff '90, Untertitel: Coiffeur
 2 Wörter; einsprachig französisch; Nomen (*Coiff'*), die Zahl hat hier die Funktion einer Ortsbezeichnung; Clipping aus *Coiffeur* ‚Friseur‘; Ortsbezeichnung (*90*); Friseur
90 ist das Kfz.-Kennzeichen des Départements *Territoire de Belfort*.
- s) NOVASSUR, Untertitel: Votre Assurance sur mesure
 Ein Wort, einsprachig französisch; Nomen (*Novassur*); Blend (s. u.); da das Wort in der vorliegenden Form nicht im Allgemeinwortschatz vorkommt, wurde es nicht eingeordnet; Versicherung
 Das Blend besteht aus *nouvelle* + *assurance* ‚neue Versicherung‘, wobei das erste <u> ausgelassen wurde, vermutlich um eine leichtere Aussprache zu erreichen (vgl. Novassur 2021).
- t) NS HAIR, Untertitel: EXTENSIONS DE CHEVEUX
 2 Wörter, dreisprachig sonstiges (*N*) + französisch (*S*) + englisch (*Hair*); Nomen (*hair*); Akronym (*NS*, s. u.); Allgemeinwortschatz; Friseur
 Die Inhaberin, die im Untertitel ‚Haarverlängerungen‘ anbietet, hat ihren Namen abgekürzt, *N'Goran*, *Sylvie* (vgl. *societe.com* o.J.: Madame Sylvie N'Goran). Die Sprache bei *N'Goran* konnte nicht zugeordnet werden.
- u) CORBIS' SHOES
 2 Wörter; zweisprachig französisch (*Corbis*) + englisch (*shoes*); Nomen (*shoes*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Corbis*, s. u.); Schuhe
 Das Geschäft hat die Adresse 2 Place *Corbis*.
- v) BOLLWERK Joailliers
 2 Wörter, zweisprachig deutsch (*Bollwerk*) + französisch (*joailliers*); Nomen (*Bollwerk*, *joailliers*); Kompositum aus *Bollwerk*+*joailliers*; Allgemeinwortschatz; Schmuck
 Der *joaillier* ‚Juwelier‘, der dieses Geschäft gegründet hat, nimmt mit dem Wort *BOLLWERK* Bezug auf Belfort, das gegen die Angriffe von Osten als Bollwerk diente (vgl. Belfort o.J.: Geschichte).
- w) Le Goût D'Ici, Untertitel: Produits Fumés Artisanaux, Produits Locaux Franc-Comtois
 4 Wörter; Artikel (*le*), Nomen (*goût*), Präposition (*d'*), Adverb (*ici*); -; Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Le goût d'ici ‚Der Geschmack von hier‘, *produits fumés artisanaux* ‚Handwerkliche Räucherwaren‘, *produits locaux franc-comtois* ‚Lokale freigrafschaftliche Produkte‘
- x) Coquelicot Fleuriste
 2 Wörter; Nomen (*Coquelicot* ‚Mohnblume‘, *Fleuriste* ‚Blumenhändler‘); Kompositum aus *Coquelicot*+*Fleuriste*; Allgemeinwortschatz; Sonstiges
- y) BONNEMAISON SYLVAIN, Untertitel: TRAITEUR; BOUCHERIE CHARCUTERIE
 2 Wörter; Eigenname (*Sylvain Bonnemaïson*); -; Eigenname, Nachname (*Bonne-*

maison), Vorname (*Sylvain*); Lebensmittel
,Feinkost, Metzgerei, Schweinemetzgerei / Wurstwaren⁵⁵⁷.

z) L'OLYBRIUS, Untertitel: BANDES DESSINÉES

2 Wörter, zweisprachig französisch (*l'*) + lateinisch (*Olybrius*); Artikel (*l'*); -;
Name aus der Geschichte (*Olybrius*); der Untertitel heißt ‚Comics‘, also Bücher
Olybrius ist der Name eines Gallierregenten aus dem 5. Jh., der wegen seiner Un-
fähigkeit und Aufschneideri zum Symbol für Maulhelden wurde. Das französi-
sche Wort *olibrius* ist dafür ein Synonym (vgl. *PR* 2014: s.v. *olibrius*). Vermutlich
dient die Wahl des Namens als Anspielung auf die Asterix-Comics.

3.8.3. Mulhouse

Die französische Großstadt Mulhouse, elsässerdeutsch *Milhüsa*, deutsch *Mülhausen*, ist eine Stadt des Départements *Haut-Rhin* (‚Oberrhein‘), der Südhälfte des Elsass, in der französischen Region *Grand Est* (‚Großer Osten‘). Sie befindet sich am Eingang zur Burgundischen Pforte auf 284 m ü. NHN im Dreiländereck Frankreich – Deutschland – Schweiz⁵⁵⁸. Der die Stadt durchziehende Rheinzuffluss, die Ill, sowie deren Zufluss Doller wurden historisch genutzt, um Mühlen anzutreiben; daher kommt auch der Name *Mülhausen*⁵⁵⁹.

Die Zahl der *Mulhousiens* und *Mulhousiennes*, der Einwohner und -innen von Mulhouse, lag 2018 bei 108.942 mit 21,70 % Personen mit nichtfranzösischem Pass⁵⁶⁰.



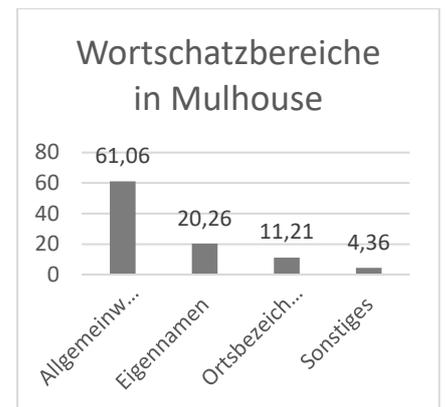
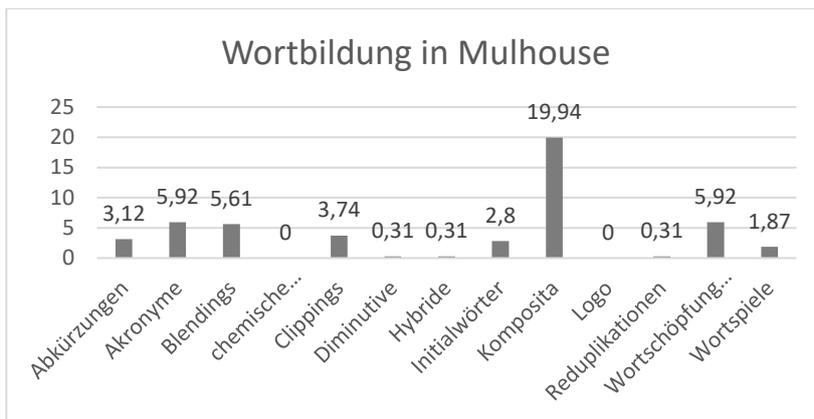
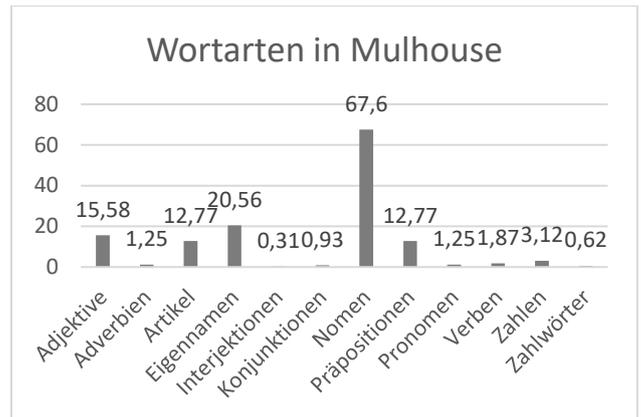
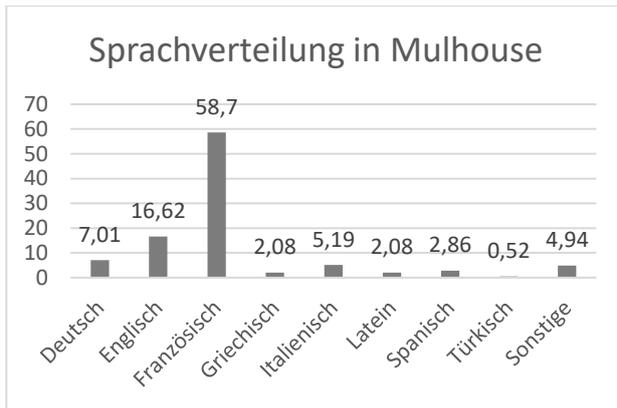
In Mulhouse wurden 321 Geschäftsschilder mit 385 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,98 Wörtern erfasst.

⁵⁵⁷ Das Französische verwendet zwei Wörter für das deutsche Wort *Metzgerei*.

⁵⁵⁸ Vgl. openstreetmap o.J., Michelin 2016: II-III, 120f., 142f.; Mulhouse o.J.: Tourismus

⁵⁵⁹ Vgl. Mulhouse o.J.: Geschichte

⁵⁶⁰ Vgl. Insee 2021: Mulhouse; Lintern@ute 2021: Mulhouse



Beispiele der Mulhouser Geschäftsschilder sind die folgenden:

- O²**, Untertitel: RESTAURANT, BAR A VINS
 2 Wörter, einsprachig französisch; Zahl (2); Abkürzung (O), Wortspiel (s. u.); Ortsbezeichnung (O², s. u.); Gastronomie
 Das Restaurant hat die Adresse *2 Passage de l'Hôtel de ville* ‚Rathauspassage 2‘; das <O> dient als Abkürzung für *hôtel de ville*, da das <h> im Französischen nicht gesprochen wird, also ‚Rathaus 2‘. Man kann diesen Buchstaben doppelt lesen, da er auch als *au* gelesen werden kann, so dass sich ‚in der 2‘ ergeben würde.
- tell Qu'elle
 3 Wörter, zweisprachig deutsch (*Tell*) + französisch (*qu'elle*); Konjunktion (*qu'*), Pronomen (*elle*); Wortspiel (s. u.); Ortsbezeichnung (*Tell*); Mode
 Die Adresse ist *1 Rue Guillaume Tell* ‚Wilhelm-Tell-Str. 1‘, daher Ortsbezeichnung. Gleichlautend mit *Tell qu'elle* ist *telle qu'elle*, ‚so wie sie‘, ein Wortspiel, das auf die Damenmode hinweist.
- LONGCHAMP
 Ein Wort, einsprachig französisch; -; -; Ortsbezeichnung (Longchamp ‚langes Feld‘.); Lederwaren, also Schuhe / Lederwaren
Longchamp ist eine Pferderennbahn außerhalb von Paris (vgl. Longchamp o.J.).
- CONCORD' IMMO
 2 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (beides); Clipping aus *concorde* und *agent immobilier* ‚Immobilienmakler‘, Kompositum aus *concord+immo*; Ortsbezeichnung (s. u.); Immobilienmakler
 Die Adresse ist *16 Place de la Concorde* ‚Eintrachtsplatz 16‘, also ein ähnlicher Fall wie a) und b).
- undiz
 Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*undies*); -; Allgemeinwortschatz; Unterwäschegeschäft, also Mode

Das Wort *undiz* steht für englisch *undies*. Die Firma sitzt in Frankreich, hat aber auf ihrer Homepage einen Mix aus Englisch und Französisch, z. B. *My fabulous soutien-gorge* ‚Mein fabelhafter BH‘. Hier ist die Wahl des Englischen also bewusst erfolgt, vermutlich weil die Firma international tätig ist (vgl. *undiz* o.J.). Diese Sprachmischung ist ‚makkaronisch‘ (vgl. McArthur in Kapitel 2.2.).

f) CAMAÏEU

Ein Wort, einsprachig französisch; Nomen; -; Allgemeinwortschatz; Mode

Das Wort bedeutet ‚Farbschattierung‘ und wird auch für Gemälde verwendet, die nur mit einer Farbe gemalt sind (vgl. *PR* 2014: s.v. *Camaïeu*).

g) iOU, Untertitel: IOU-SHOP.FR, CHAUSSURES SACS DRESSING

Ein Wort, einsprachig englisch (s. u.); Pronomen (*you*); -; -; Schuhe / Lederwaren
Für einen englischen Muttersprachler mag der Geschäftsname verwirrend erscheinen, da *iOU* als ‚Schuldschein‘ interpretiert werden kann. Wie die Aussprache gedacht ist, geht aus dem Wahlspruch des Ladens hervor, der auf der Homepage zu finden ist: „Just iOU!“ Ebenso ist mit *dressing* hier nicht das englische, sondern das französische Wort gemeint, das ‚Ankleideraum‘ bedeutet. Der Laden bietet *chaussures* ‚Schuhe‘ und *sacs* ‚Taschen‘ an (vgl. *iOU* o.J.).

h) Faller

Ein Wort, einsprachig deutsch; Eigename (*Faller*); -; Eigename, Nachname (*Faller*); Süßwarengeschäft, also Lebensmittel

i) CLEOR, Untertitel: VIVEZ BRILLEZ AIMEZ

Ein Wort, einsprachig französisch; Nomen; Kompositum (s. u.); eine Zuordnung zum Allgemeinwortschatz kann wegen der Kompositabildung nicht erfolgen; Schmuck

CLEOR setzt sich zusammen aus *clé* + *or* ‚Schlüssel + Gold‘, gemeint ist hier wohl ‚der Schlüssel zum Gold‘. Das Geschäft versucht laut Homepage, seine Preise so fair zu gestalten, dass Schmuck für alle zugänglich wird (vgl. *CLEOR* o.J.). Der Untertitel heißt ‚Leben Sie, Glänzen Sie, Lieben Sie!‘.

j) muy mucho

2 Wörter; einsprachig spanisch; Adverb (*muy* ‚sehr‘), Adjektiv (*mucho* ‚viel‘); -; Allgemeinwortschatz; Möbel und Deko, also Einrichtung / Haushaltwaren

k) Orange

Ein Wort; einsprachig französisch; Nomen; -; Allgemeinwortschatz; Mobiltelefongesellschaft, also Sonstiges

l) CROUST'Y PAIN, Untertitel: BOULANGERIE VIENNOISERIE PATISSERIE

2 Wörter; zweisprachig französisch + englisch (s. u.); Nomen (*pain*); Wortschöpfung (s. u.); Allgemeinwortschatz; (Untertitel:) ‚Bäckerei, Feinbäckerei, Konditorei‘, also Lebensmittel

Die kreative Schreibweise von *croust'y* kombiniert das französische Wort *croûte* ‚Kruste‘ mit dem englischen *crusty*. Da das <y> mit einem Apostroph abgetrennt wurde, erfolgte keine Einteilung als Clipping.

m) sushi's

Ein Wort; einsprachig japanisch; Nomen (*sushi*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie⁵⁶¹

n) Coiffurama, Untertitel: Salon mixte

Ein Wort, einsprachig französisch; -; Wortschöpfung (s. u.); -; Friseur

Coiffure ‚Friseur‘ wurde mit einer Endung versehen, möglicherweise von *panorama* entnommen.

o) un Monde de Cafés, Untertitel: Salon de Thé, 1924, les Cafés

4 Wörter, einsprachig französisch; Artikel (*un*), Nomen (*monde, cafés*), Präposition (*de*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
‚eine Welt der Kaffees / der Cafés‘, ‚Teesalon‘, ‚die Kaffees / Cafés‘

⁵⁶¹ Die Schreibung mit <s> ergibt keinen rechten Sinn. Ähnliches findet sich auch an anderen Orten wie das Ansbacher *CAP'S & CO*, siehe Diskussion in Kapitel 4.3.

- p) LE NEW ZINC, Untertitel: BAR BRASSERIE
 3 Wörter, zweisprachig französisch (*le, zinc*) + englisch (*new*); Artikel (*le*), Adjektiv (*new*), Nomen (*zinc*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
 ‚Der neue Schanktisch‘ ist eine *Bar* und *Brasserie* ‚Schänke‘.
- q) MAVIM
 Ein Wort, einsprachig französisch; -; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Versicherung
 Das Akronym bedeutet: ‚Mutuelle d’Assurances de la Ville de Mulhouse‘ ‚Wechselseitige Versicherungen der Stadt Mulhouse‘⁵⁶².
- r) catimini
 Ein Wort, einsprachig französisch; Nomen (*catimini*); Wortspiel; Allgemeinwortschatz; Kindermode, also Mode
Catimini bedeutet ‚Heimlichtuerei‘ (leo-Französisch: s.v. *catimini*), ist hier vermutlich ein Wortspiel mit *Cati* + *mini* ‚kleine Kathi‘, für die es hier Kleidung gibt.
- s) Karl Marc John
 3 Wörter, dreisprachig deutsch (*Karl*) + französisch (*Marc*) + englisch (*John*); Eigennamen (alles); -; Eigennamen, Vorname (alles); Männermode, also Mode
 Die drei Sprachen wurden sicherlich gewählt, um Weltgewandtheit auszudrücken.
- t) GEOX
 Ein Wort, einsprachig griechisch; Nomen (*geo*); Blend (s. u.); -; Schuhe
Geox besteht aus dem griechischen *γῆω* ‚Erd(e)-‘ und dem Wissenschafts-X⁵⁶³.
- u) Le petit Souk, Untertitel: autour de l’enfant
 3 Wörter, zweisprachig französisch (*le, petit*) + arabisch (*souk*); Artikel (*le*), Adjektiv (*petit*), Nomen (*souk*); -; Allgemeinwortschatz; Kinderzimmereinrichtungen, also Einrichtung / Haushaltswaren
Souk ‚Bazar‘ wurde 1818 aus dem Arabischen übernommen (vgl. PR 2014: s.v. *souk*). Die Übersetzungen sind: ‚Der kleine Bazar‘ und ‚rund ums Kind‘.
- v) By. Rose
 2 Wörter, zweisprachig englisch (*by*) + französisch (*Rose*); Präposition (*by*), Eigennamen (*Rose*); -; Eigennamen, Vorname (*Rose*); Damenmode und -schuhe, also Mode
 Die Zuordnung von *Rose* zu englisch wäre auch möglich. Da der Name jedoch in der Landessprache geläufig ist, wurde er dem Französischen zugerechnet. Besonders interessant ist hier der Punkt hinter *by* (siehe auch Kapitel 4.3.).
- w) PARFAIM DÉ CRÉPÉS
 3 Wörter, einsprachig französisch; Präposition (*des*, s. u.), Nomen (*crêpes*, s. u.); Blend (s. u.), Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Crêperie, also Gastronomie
 Das Wort *parfaim* ist ein Blend aus *par*+*faim* ‚aus Hunger‘ und zugleich ein Wortspiel mit *parfum* ‚Parfüm‘, da die Aussprache identisch ist. Die Schreibung *dé crépés* ist ungewöhnlich und dient wohl der Erregung von Aufmerksamkeit. Im Standardfranzösischen heißt es *des crêpes*, was zusammen ergibt ‚aus Hunger auf den Duft der Crêpes‘.
- x) [cabosse], Untertitel: Pâtissier | Chocolatier | Glacier
 Ein Wort, einsprachig französisch; -; Wortschöpfung (s. u.); -; (Untertitel:) ‚Konditor, Schokoladen-, Eishersteller‘, also Lebensmittel
 Laut der Homepage des Geschäftes stellt man sich die Aussprache des Wortes als

⁵⁶² Ob den Namensgebern bewusst war, dass *mavim* als türkisches Wort ‚mein Blau‘ bedeutet, bleibt fraglich. Jedenfalls ist Mulhouse als Hochburg der Personen mit nichtfranzösischem Pass im Elsass bekannt. Laut INSEE, dem französischen Statistikamt, hat die Stadt den höchsten Anteil Einwohner mit nicht-französischer Staatsangehörigkeit ‚in der Provinz‘, also außerhalb des Großraums Paris, vgl. Lintern@ute; Migrants 2015.

⁵⁶³ E-Mail von Customer Care Geox vom 04.03.2019: ‚Das Wort Geox wird aus Geo- das griechische Wort für "Erde"- und dem Buchstaben X, dem Symbol für die meisten fortgeschrittenen Technologien, gebildet. Der Name steht für unseren Aufwand und Energie, unsere Bemühungen sowie unser Know-how. Für unsere Sorge und das Augenmerk auf Details, stets um die Qualität bedacht.‘

ça bosse [sabɔs] vor mit der Bedeutung ‚es / man arbeitet‘, umgangssprachlich für ‚wir arbeiten‘ oder vom Register her ‚wir malochen / werkeln‘ (vgl. *cabosse* o.J.).

y) A’kaz, Untertitel: Kreyol Drinks & Food

Ein Wort; einsprachig kreolfrenschisch; Präposition (s. u.); -; -; Gastronomie
Im Standardfranzösischen heißt die Präposition *chez* oder *chez moi* ‚bei mir zu Hause‘ (vgl. Ludwig et al. 1990: s.v. *Akaz*). Im Restaurant soll man sich also ‚zu Hause‘ fühlen.

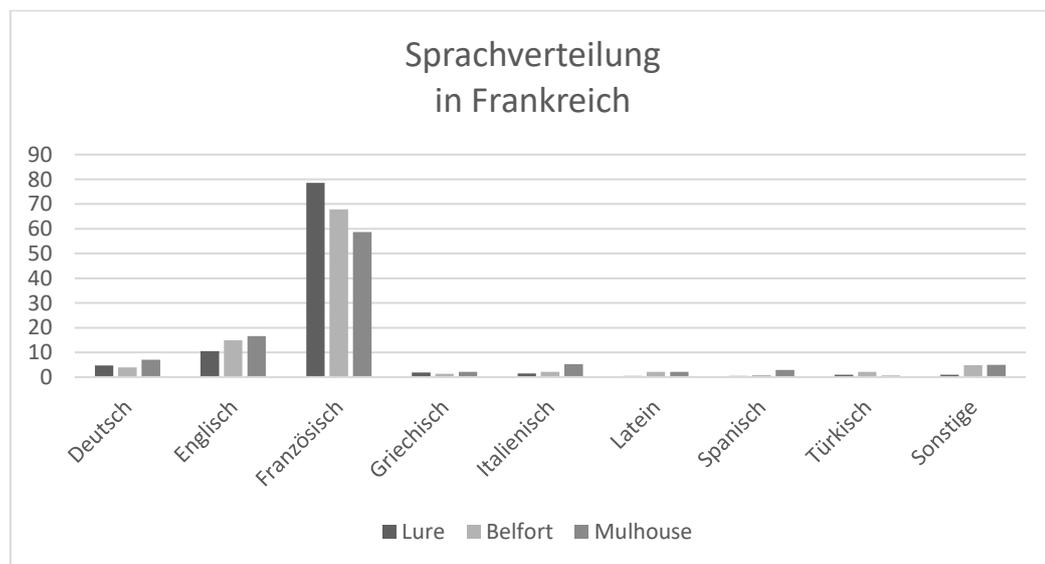
z) COMPTOIR DES COTONNIERS

3 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*comptoir*, *cotonniers*), Präposition (*des*); Kompositum; Allgemeinwortschatz; Damenmode, also Mode
Vermutlich hat die Firma mit dem Schwerpunkt Baumwollstoffe begonnen, denn sie heißt ‚Ladentisch der Baumwollhändler‘.

3.8.4. Vergleich der Geschäftsschilder Frankreichs

Die Wortzahl liegt bei den 826 französischen Schildern meines Korpus‘ am höchsten, da Deutschland 1,88, Österreich 1,79, die Schweiz 1,82 und England 1,98 Wörter pro Schild aufweisen:

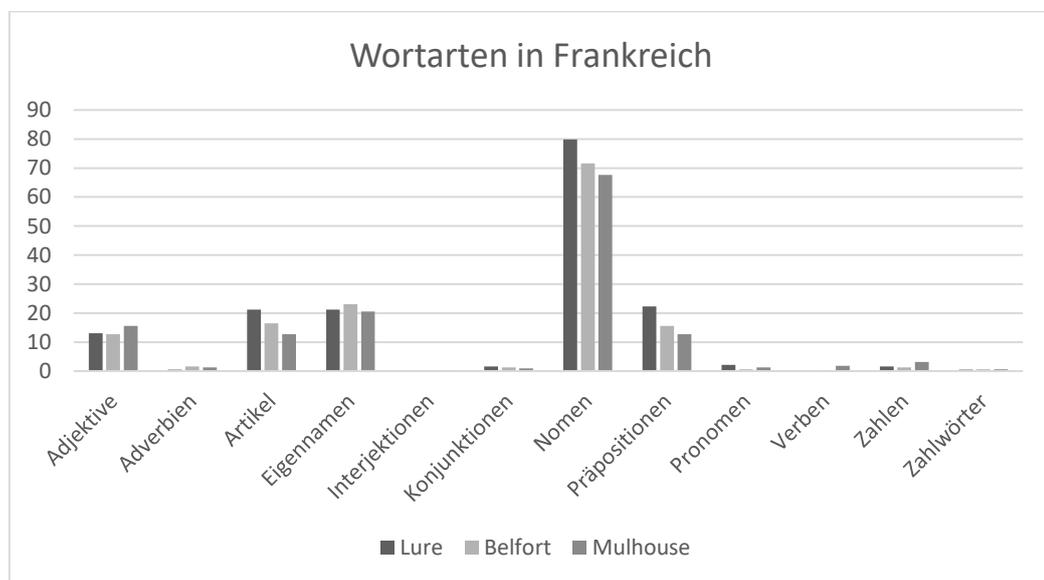
Wortzahl	1	2	3	4	5	7	Ø Fr.
Schilderzahl	252	344	150	61	14	1	2,10



Mit einem Landessprachenanteil von 78,57 % in Lure, 67,82 % in Belfort und 58,85 % in Mulhouse liegen die Werte über denen in den vergleichbaren Städten Deutschlands:

	Dt	E	Fr	Griech	Ital	Latein	Sp.	Türk	Sonst.
Miltenberg	65,26	15,26	4,21	1,05	4,80	2,63	0,53	2,11	4,74
Ansbach	61,64	21,12	5,60	0,86	4,31	0,86	0,86	0,86	4,31
Hanau	46,36	29,15	5,26	1,01	3,64	3,04	2,02	4,45	5,06

Während es in der Schweiz relativ hohe Prozentzahlen für Französisch gibt, insbesondere in Basel mit 14,11 %, sind in Frankreich die Zahlen für Deutsch deutlich niedriger, und das, obwohl alle untersuchten Orte eine zumindest zeitweise deutschsprachige Vergangenheit haben⁵⁶⁴. Die Lurer Schilder haben 4,76 %, die Belforter sogar nur 3,99 % und die Mulhouser, der einzigen untersuchten Stadt im Elsass, 7,55 %. Einen vergleichbaren Anteil hat Französisch in Österreich mit 4,28 % in Imst, 3,47 % in Steyr und 7,69 % in Salzburg. In Deutschland liegt Französisch in den meisten Orten um 5 %. Englisch liegt bei 10,48 % in Lure, 14,89 % in Belfort und 15,88 % in Mulhouse. In Deutschland steigen die Werte mit der Ortsgröße ebenfalls an, liegen aber deutlich höher als in Frankreich.



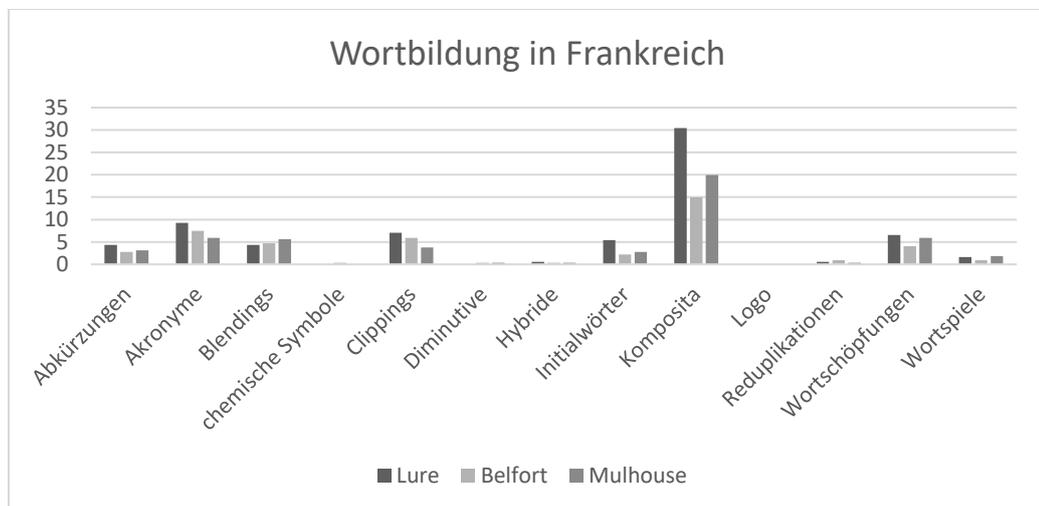
Die Verwendung von Artikeln ist in Frankreich im Vergleich zu den deutschsprachigen Ländern signifikant höher. Dies liegt an den Regeln der französischen Grammatik. Zum einen haben hier generalisierte Nomen wie im Englischen einen Artikel wie bei *Les Matériaux* ‚Material‘⁵⁶⁵ oder *LA CAPPADOCE* ‚Kappadokien‘ (Restaurant), zum anderen sind meist Konstruktionen mit Präpositionen vonnöten, um Zusammenhänge auszudrücken. Z. B. enthält Z.A. *de la Saline*, das im Deutschen wohl einfach ‚Gewerbegebiet Saline‘ heißen würde, einen Artikel genauso wie *Le Pont de l’Ognon* (Lure) ‚Die Ognonbrücke‘. Auf Deutsch würde das Lokal möglicherweise ‚Zur Ognonbrücke‘ oder einfach ‚Ognonbrücke‘ heißen. Das Lurer *maison de la presse* hieße auf Deutsch sicher schlicht ‚Pressehaus‘, hätte

⁵⁶⁴ Lure gehörte vom 12. bis 17. Jh. zum Heiligen Römischen Reich deutscher Nation; vom Ende des 15. Jh.s bis zum Ende des 17. Jh.s sprach man in Lure Deutsch, vgl. Lure 2021: Geschichte. Belfort gehörte bis 1871 zum Elsass, vgl. Belfort o.J.: Geschichte.

⁵⁶⁵ Siehe Lure, Kapitel 3.9.1.

also ebenfalls keinen Artikel. Die Artikelverwendung ist so regelhaft, dass sogar anderssprachigen Wörtern Artikel zugeordnet werden wie beim Lurer Gastro-
nomiebetrieb *Pub Brasserie* „LE BEER“ dem englischen Wort *beer*. Die Notwendigkeit, Zusammenhänge mit Präpositionen auszudrücken, führt auch zu einer
häufigeren Verwendung dieser Wortart. Die Lurer Schilder kommen hierbei auf
20,81 %, Belfort auf 15,58 % und Mulhouse auf 12,77 %. Parallel geht auch die
Anzahl der Wörter pro Schild von 2,49 in Lure auf 1,96 in Mulhouse zurück. In
Deutschland bleiben die Prozentzahlen der Präpositionen unter 7 %:

	Adj	Adv	Art	EN	Interj	Konj	N	Präp	Pron	V	Zahl	Zahlw
Miltenberg	9,52	1,36	1,36	41,50	0	0,68	73,47	6,80	1,36	1,36	4,08	0,68
Ansbach	5,67	1,03	3,61	38,66	0,52	1,03	68,56	0,52	1,55	0,52	0,52	1,03
Hanau	8,72	1,03	0,77	28,97	0,26	0,26	65,90	2,82	0,26	0,77	0,77	0,26



Die Anzahl der Komposita bei den französischen Schildern ist niedriger als
im deutschsprachigen Raum. Dabei ist der Wert in Lure mit 30,43 % noch relativ
hoch, in Mulhouse dagegen sind es 19,94 %, in Belfort nur 14,95 %. Dies liegt zum
einen daran, dass im Französischen einfache Formen verwendet werden können,
wo im Deutschen Komposita nötig sind, z. B. bei *TABAC HENRIETTE* ‚Tabak(haus)
(Rue) Henriette‘ (Mulhouse), *EHRET MEDICAL* ‚Ehret
medizinisches (Material)‘ (Lure), oder *LE TERMINUS* ‚Der Kopf(bahnhof)‘
(Belfort)⁵⁶⁶. Zum anderen fällt auf, dass vermehrt asyndetische Komposita ein-
gesetzt werden. Die klassischen französischen Komposita werden mit Präpositio-
nen, wie *à* oder *de*, gebildet. Sie sind postdeterminiert⁵⁶⁷. Diese Wortfolgen erschei-
nen satzartig. Asyndetische Komposita sind eine neuere Wortbildungsart, die erst

⁵⁶⁶ Vgl. Brauweiler 1999: o.S. (Kapitel 5., Punkt C)

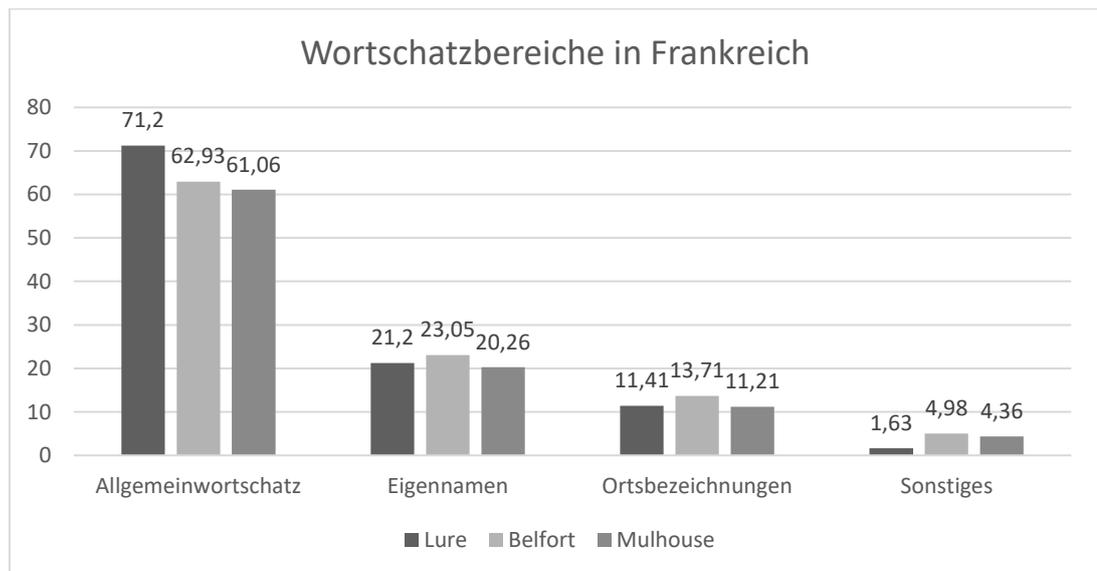
⁵⁶⁷ Vgl. Klein / Kleineidam 2006: 178; Brauweiler 1999: o.S. (Kapitel 4, 2. Absatz und Kapitel 4.1.)

seit Beginn des 19. Jh.s im Französischen zunehmend produktiv ist⁵⁶⁸. Hier tritt die germanische Wortfolge Determinans Determinatum auf; die Komposita sind also prädeterniniert⁵⁶⁹. Beispiele für klassische Komposita sind *Le Pont de l'Ognon* in Lure oder *Clin d'œil* in Belfort; *COMTPOIR DES COTONNIERS* in Mulhouse, asyndetische Formen sind *AUTO BILAN 70*, *Cancoillotte Restaurant*, *UNIVERS PHARMACIE* in Lure, *BOLLWERK Joaillier*, *Coquelicot Fleuriste* in Belfort und *CONCORD' IMMO* in Mulhouse.

Mit steigender Einwohnerzahl kommen als weitere Wortbildungsart nur noch Diminutive dazu, *LA PIAZZETTA* ‚das Plätzchen‘, ein italienisches Lebensmittelgeschäft in Belfort, und *Pazarcik Grill* ‚kleiner Sonntag Grill‘, ein türkischer Gastronomiebetrieb in Mulhouse. Mit französischen Wörtern gab es keine Diminutive.

Es findet sich nur ein Symbol (cSym), das Weiblichzeichen, und zwar in Belfort beim Friseur [♀] *MY COIFFURE*. Reduplikationen kommen in allen französischen Städten in geringer Menge vor, die Modegeschäfte *cache cache* ‚Versteckspiel‘ in Lure und Belfort, *COP COPINE* (2-mal) in Belfort und das Schmuckgeschäft *Bijou Bijou* ‚Schmuck‘ in Mulhouse. In den deutschen Vergleichsstädten sind Reduplikationen selten:

	Abk	Akron	Blend	cSym	Clip	Dimin	Hybr	Initialw	Komp	Logo	Redup	WSchö	WSp
Miltenberg	7,48	8,84	2,04	0	1,36	0,68	2,04	1,36	38,10	0	0	2,04	7,48
Ansbach	8,76	6,19	2,06	0	1,55	1,03	1,03	3,09	42,24	0	0	3,61	3,09
Hanau	5,13	6,67	4,1	0,51	1,03	0	1,79	2,82	39,49	0	0,26	5,38	2,31



⁵⁶⁸ Vgl. Thiele 1993: 67

⁵⁶⁹ Vgl. Brauweiler 1999: o.S. (Kapitel 4., 2. Absatz)

Der Allgemeinwortschatz zeigt mit der Ortsgröße abnehmende Prozentzahlen. In den deutschen Städten werden deutlich mehr Eigennamen eingesetzt:

	Allgemeinwortschatz	Eigennamen	Ortsbezeichnungen	Sonstiges
Miltenberg	74,83	40,50	14,29	2,72
Ansbach	66,49	38,66	10,82	1,55
Hanau	64,36	28,97	12,87	2,82

3.9. Die Städte in England

3.9.1. Marlborough

Die Kleinstadt Marlborough am River Kennet in der Grafschaft Wiltshire im südlichen England liegt in den hügeligen *Marlborough Downs* zwischen London und Bath sowie zwischen Salisbury und Swindon an der Fernstraße A 436⁵⁷⁰. Das Städtchen ist nach den *marl*, den ‚Mergelton- oder Kreidehügeln‘ in der Nähe, benannt. Der Legende nach befindet sich das heutige *Marlborough College* auf dem Grab Merlins, des Zauberers von König Artus. Die Volksetymologie erklärt den Ortsnamen daher als *Merlin's Barrow*⁵⁷¹.

Marlborough hatte laut Schätzung (zum Stichtag 30.06.) 2020 8.310 Einwohner. Der Ausländeranteil lag 2011 bei 19,90 %⁵⁷².

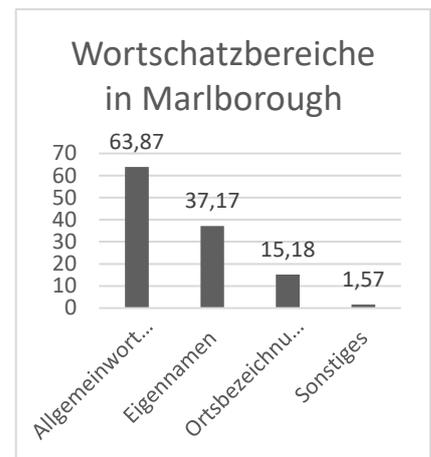
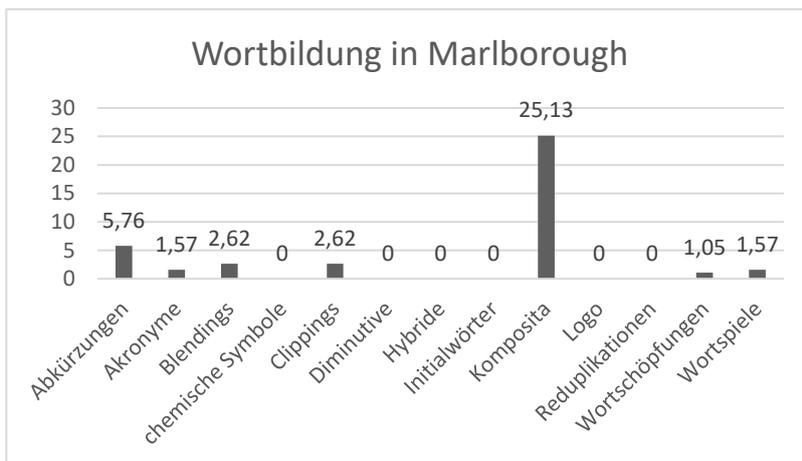
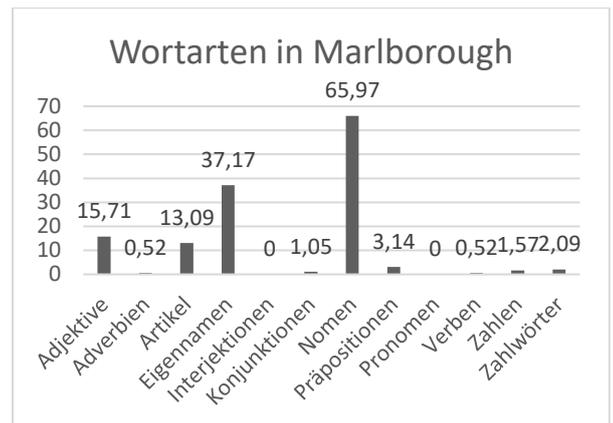
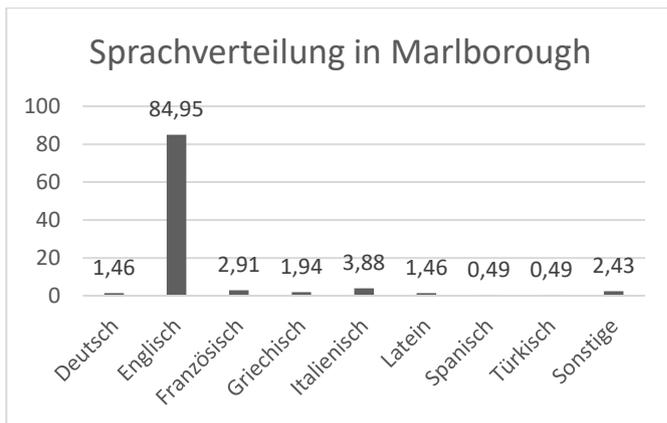


In Marlborough wurden 191 Geschäftsschilder mit 206 Sprachanteilen und durchschnittlich 2,20 Wörtern erfasst.

⁵⁷⁰ Vgl. openstreetmap o.J.; AA 2018: II, 1, 18f.; britishlistedbuildings o.J.: The town hall in Marlborough

⁵⁷¹ Vgl. Marlborough o.J.: Geschichte, Wappen.; british-history o.J.: 199-229; bbc: wiltshire 2011; Baedeker 2007a: 146

⁵⁷² Vgl. citypopulation 2021.: Marlborough



Beispiele der Geschäftsschilder in Marlborough sind die folgenden:

- Hyde Lane Car Park, Untertitel: Pay and Display
4 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*car park*); Kompositum aus *car+park*; Ortsbezeichnung (*Hyde Lane*), Allgemeinwortschatz; Parkplatz, also Sonstiges
- THE MARLBOROUGH, Untertitel: RESTAURANT; WINE BAR; BOUTIQUE
2 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*); -; Ortsbezeichnung (*Marlborough*); Gastronomie
- COOK, Untertitel: www.cookfood.net;
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*cook*); -; Allgemeinwortschatz; das Geschäft verkauft eingefrorenes Fertiggerichte, also Lebensmittel
- CRAFT AND COFFEE SHOP, Untertitel: St. Peter's Church
4 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*craft, coffee, shop*), Konjunktion (*and*); Kompositum *coffee+shop*; Allgemeinwortschatz; Einrichtung / Haushaltwaren
- PREZZO
Ein Wort, einsprachig italienisch; Nomen (*prezzo* ‚Preis‘); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- Boots; Untertitel: pharmacy beauty
Ein Wort, einsprachig englisch; Eigenname (*Boat*, Genitiv ohne Apostroph); -; Eigenname, Nachname (*Boat*); Apotheke, also Gesundheit
- GREGGS
Ein Wort, einsprachig englisch; Eigenname (*Gregg*); -; Eigenname, Nachname (*Gregg*, Genitiv ohne Apostroph); Lebensmittel
- THE MERRIMAN PARTNERSHIP, Untertitel: EST. 1738, SOLICITORS
3 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*), Eigennamen (*Merriman*), Nomen (*partnership*); Kompositum aus *merriman+partnership*; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Nachname (*Merriman*); Rechts- und Steuerberatung

- i) PACKAGING NOT INCLUDED, Untertitel: ZERO WASTE SHOP
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*packaging*), Adverb (*not*), Adjektiv (*included*); -; Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
- j) WH Smith
2 Wörter, einsprachig englisch; Eigenname (*WH Smith*); Abkürzung (*WH*); Eigenname, Nachname (*Smith*); Schreibwaren
- k) The Edinburgh Woolen Mill
4 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*), Adjektiv (*woolen*), Nomen (*mill*); -; Ortsbezeichnung (*Edinburgh*), Allgemeinwortschatz; Mode (teilweise aus Wolle)
- l) THE WHITE HARTE
3 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*), Adjektiv (*white*), Nomen (*harte*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie;
Harte ist eine historisierende Schreibung von *heart*. Im *OED* werden für das 14. bis 16. Jh. *herte* und *hart* erwähnt (vgl. *OED* 2023: s.v. *heart*).
- m) moda in pelle
3 Wörter, einsprachig italienisch; Nomen (*moda, pelle*), Präposition (*in*); -; Allgemeinwortschatz; Schuhe
,Mode aus Leder‘
- n) BLUE CROSS FOR PETS
4 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*blue*), Nomen (*cross, pets*), Präposition (*for*); -; Allgemeinwortschatz; Wohltätigkeitsgeschäft mit Gebrauchtartikeln aller Art, Erlös für Tierschutz, also Kaufhaus
- o) The Kingsbury
2 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*); -; Ortsbezeichnung; Hotellerie
Das Hotel hat die Adresse 43 *Kingsbury* Street.
- p) DORMY HOUSE
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*dormy, house*); Clipping (von *dormitory*), Kompositum aus *dormy+house*; Allgemeinwortschatz; Hotellerie
Dormitory ist 1485 im Englischen erstmals belegt (vgl. *OED* 2023: s.v. *dormitory*).
- q) SAPORE D’ITALIA
3 Wörter, einsprachig italienisch; Nomen (*sapore* ‚Geschmack‘), Präposition (*d’* ‚von‘); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Italia*); Gastronomie
- r) ATS EUROMASTER, Untertitel: Tyres and vehicle Maintenance
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*euromaster*); Akronym (*ats*, s. u.), Kompositum aus *ats+euro+master*; Ortsbezeichnung (*euro*), Allgemeinwortschatz; Reifenservice, also Autos
Das Akronym bedeutet *Associated Tyre Specialists* (vgl. ATS EUROMASTER o.J.).
- s) SEASALT CORNWALL
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*seasalt*); Kompositum aus *sea+salt*; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Cornwall*); Mode
- t) Joules, Untertitel: EST. 1989
Ein Wort, einsprachig englisch; Eigenname (*Joule*, Genitiv ohne Apostroph, vgl. f und g); -; Eigenname, Nachname (*Joule*); Mode
- u) essensuals, Untertitel: TONY & GUY
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen; Blend (s. u.), Wortspiel; -; Friseur
Das Blend besteht aus *essence* + *sensual* und spielt auf *essentials* an.
- v) THE MERLIN, Untertitel: ACCOMMODATION
2 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*); -; Name aus der Literatur (*Merlin*⁵⁷³); Hotellerie
- w) BEAUTY FULL TIME
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*beauty, time*), Adjektiv (*full*); Komposi-

⁵⁷³ Siehe hierzu den einführenden Abschnitt über die Etymologie von *Marlborough*.

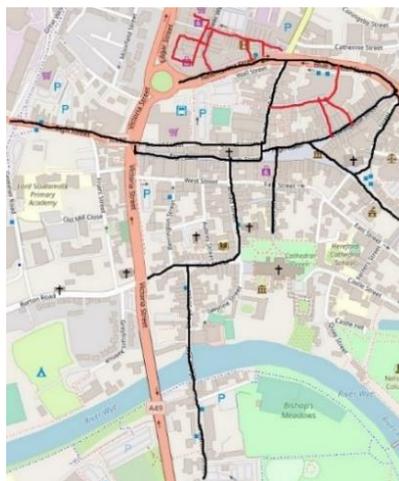
tum aus *full+time*, Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Drogerie
Das Schild spielt mit der Homophonie von *beauty full time* und *beautiful time*.

- x) FAIR ISLE, Untertitel: BABY & CHILDRENS WEAR
2 Wörter, einsprachig englisch; -; -; Ortsbezeichnung (*Fair Isle*); Kinderbekleidung und Wolle⁵⁷⁴, also Mode
- y) RSPCA, Untertitel: Love your local
Ein Wort, einsprachig englisch; -; Akronym (s. u.); -; Kaufhaus
RSPCA ‚Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals‘ (vgl. Wikipedia: s.v. *RSPCA*). Im Englischen vertreten sind die Wörter *royal* seit ca. 1400, *society* seit um 1513, *prevention* seit 1447, *cruelty* seit ca. 1230 und *animal* seit um 1398 (vgl. OED 2023: s.vv. *royal*, *society*, *prevention*, *cruelty*, *animal*).
- z) SPACE NK, Untertitel: APOTHECARY LONDON
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Space*); Abkürzung (*NK* für Firmengründerin ‚Nicky Kinnaird‘, vgl. Wikipedia: s.v. *Space NK*); Allgemeinwortschatz; Schönheitsprodukte, also Drogerie

3.9.2. Hereford

Die Mittelstadt Hereford liegt in der englischen Grafschaft Herefordshire am Severn-Zufluss *Wye* zwischen Birmingham und Cardiff ca. 25 km östlich von Wales⁵⁷⁵. Der Ortsname wird als ‚Heeres-Furt‘ erklärt, was militärische Nutzung zeigt. Möglich ist auch das Abstammen vom walisischen Namen der Stadt, *Henffordd*, was ‚alte Straße‘ bedeutet. Nachweisbar ist sowohl die Anwesenheit von Militär, als auch, dass hier ein Straßenknotenpunkt war⁵⁷⁶.

Die Einwohnerzahlsschätzung für 2020 beträgt 64.037. Der Ausländeranteil lag 2011 bei 29,16 %⁵⁷⁷.



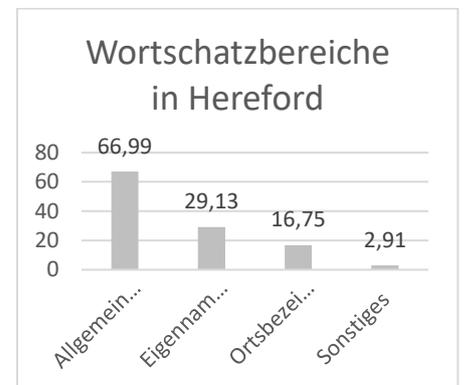
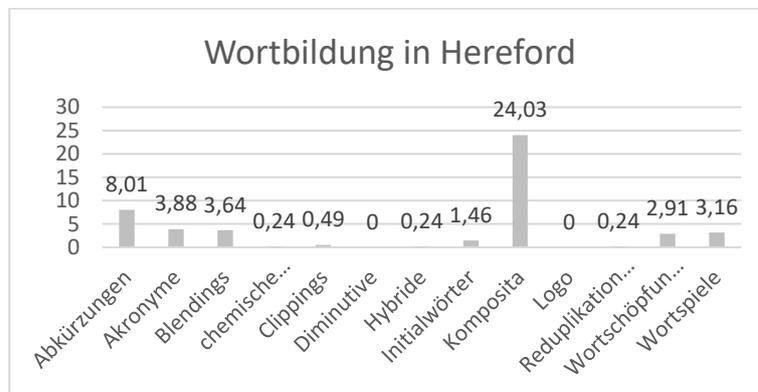
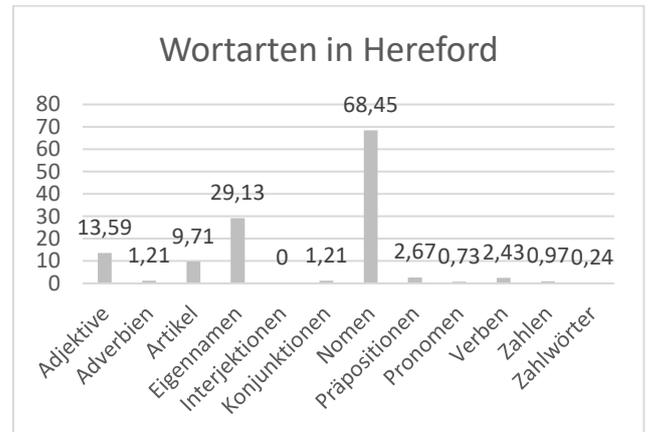
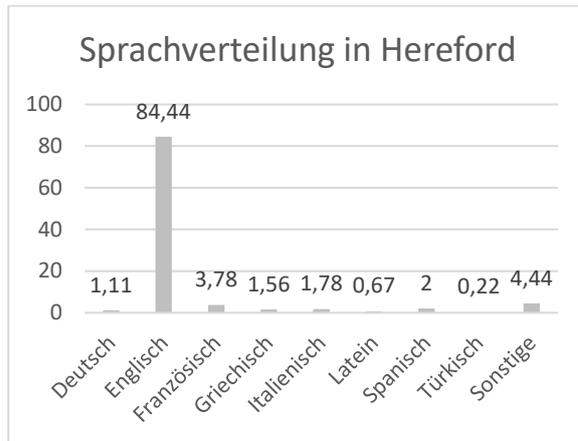
⁵⁷⁴ Die *Fair Isle* steht für Stricken, da von dort eine besondere Stricktechnik kommt, bei der man mit 2 Fäden gleichzeitig farbige Muster strickt, vgl. *AHD* 2000: s.v. *Fair Isle*

⁵⁷⁵ Vgl. *openstreetmap* o.J.; AA 2018: II, 1, 28f.; Hereford 2021

⁵⁷⁶ Vgl. Hereford 2021: Geschichte; Lambert 2021: Hereford

⁵⁷⁷ Vgl. *citypopulation* 2021: Hereford

In Hereford wurden 412 Geschäftsschilder und 450 Sprachanteilen und durchschnittlich 2,11 Wörtern erfasst.



Beispiele der Hereforder Geschäftsschilder sind die folgenden:

- DEEN'S COURT**
 2 Wörter, einsprachig englisch; -; -; Ortsbezeichnung (*Deen's Court*); Seniorenheim, also Sonstiges
- Wye Learn, Untertitel: Community Interest Company**
 2 Wörter, einsprachig englisch; Verb (*learn*); Wortspiel (s. u.); Ortsbezeichnung (*Wye*); Bildung
 Das Wortspiel ergibt sich aus der Homophonie vom Flussnamen *Wye* und *why*.
- Ponte Vecchio, Untertitel: Trattoria Italiana**
 2 Wörter, einsprachig italienisch; -; -; Ortsbezeichnung (*Ponte Vecchio*); Gastronomie
 Es ist die gleichnamige Brücke in Florenz gemeint (vgl. *Ponte Vecchio* o.J.).
- LV Hair**
 2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*hair*); Abkürzung (*LV* für ‚love‘); Allgemeinwortschatz; Friseur
- VELOSHOP**
 Ein Wort, zweisprachig französisch (*velo*) + englisch (*shop*); Nomen (*veloshop*); Kompositum aus *vélo*+*shop*, Hybrid aus französisch + englisch; -; Fahrradgeschäft, also Freizeit / Hobby / Sport
Vélo ‚Fahrrad‘ wurde 1818 aus dem Französischen übernommen, ist aber heute obsolet (vgl. OED 2023: s.v. *velocipede*).
- BRIDGE STREET BARBERS**
 3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*barbers*); -; Ortsbezeichnung (*Bridge Street*), Allgemeinwortschatz; Friseur

- g) WYE BRIDGE MOTORS
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*motors*); -; Ortsbezeichnung (*Wye Bridge*), Allgemeinwortschatz; Autos
- h) Feet First ..., Untertitel, Foot Health Care Clinic, Jenny Hollingshead, Tricia Blake
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*feet*), Adverb (*first*); Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Fußpflege, also Gesundheit
Feet first wird normalerweise auf Tote angewandt, hier steht es dafür, dass man sich vorrangig um Füße kümmert.
- i) DE KOFFIE POT
3 Wörter, einsprachig niederländisch; Artikel (*de* (,die‘), Nomen (*koffie pot* ‚Kaffeekanne‘); Kompositum aus *koffie+pot*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- j) madam & adam
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*madam*), Eigennamen (*Adam*); -; Eigennamen, Vorname (*Adam*); Gastronomie
Unter *Madam* versteht das Inhaberteam die Managerin Beth Thompson, *Adam* ist der Küchenchef Adam Lewandowski (vgl. madam & adam 2022). Das Wortpaar reimt sich.
- k) Phone Matters
2 Wörter, zweisprachig griechisch (*phone*) + englisch; Nomen; Kompositum aus *phone+matters*, Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Elektronik
Das Schild kann als ‚Telefonangelegenheiten‘ oder als ‚Das Telefon ist wichtig‘ gelesen werden. *Telephone* wurde 1832 im Englischen mit griechischem Wortgut gebildet (vgl. *OED* 2023: s.v. *telephone*).
- l) Thurabread Bakery
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (beides); Wortschöpfung (s. u.), Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
Das Wort *Thurabread* spielt auf *thoroughbred* an, betont aber gleichzeitig den Inhalt *bread*, also ‚sorgfältig hergestelltes Brot‘.
- m) KUBUS, Untertitel: POLSKI SKLEP
Ein Wort, einsprachig polnisch; Nomen; -; Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
‚Kubus‘, ‚polnisches Geschäft‘
- n) Handelsbanken
Ein Wort, einsprachig deutsch; Nomen (*Handelsbanken*); Kompositum aus *Handel+Fugen-s+Banken*; Allgemeinwortschatz; Bank
- o) OXFAM
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Bücher
Der Gründer von *OXFAM* ist das ‚Oxford Committee for Famine Relief‘ (vgl. *AHD* 2000: s.v. *OXFAM*). Alle Wörter waren schon im Mittelenglischen in Gebrauch, *committee* seit 1472, *famine* seit 1362 und *relief* seit um 1325 (vgl. *OED* 2023: s.vv.: *committee*, *famine*, *relief*). Die Wohltätigkeitsgeschäfte haben unterschiedliche Schwerpunkte.
- p) My Ladye Fayre, Untertitel HAIRSTYLIST
3 Wörter, einsprachig englisch; Pronomen (*my*), Nomen (*ladye*), Adjektiv (*fayre*); -; -; Friseur
Sowohl die Schreibung als auch die Wortstellung sind hier historisierend.
- q) Amir’s, Untertitel: Unisex Hairdressing
Ein Wort, einsprachig arabisch; Eigennamen (Genitiv von *Amir*); -; Eigennamen, Vorname (*Amir*); Friseur
- r) TESCO
Ein Wort, einsprachig englisch; -; Akronym und Initialwort (s. u.); -; Lebensmittel
Das Akronym ist zusammengesetzt aus dem Namen des ursprünglichen Hauptlieferanten T.E. Stockwell und dem Gründer des Geschäfts Jack Cohen (vgl. *English-heritage* o.J.: Sir Jack Cohen).
- s) Ryman stationery
2 Wörter, einsprachig englisch; Eigennamen (*Ryman*), Nomen (*stationery*); -; Ei-

- genname, Nachname (Ryman), Allgemeinwortschatz
Das Wort *stationery* ist seit 1727 in Gebrauch (vgl. *OED* 2023: s.v. *stationery*).
- t) QUEENS ARMS
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*arms*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Der Genitiv wird hier – wie bei den meisten alten Pubnamen mit Genitiv – ohne Apostroph geschrieben.
- u) trekitt, Untertitel: mountain sports
Ein Wort, zweisprachig Afrikaans + englisch; -; Blend, Hybrid, Wortschöpfung (s. u.); -; Freizeit / Hobby / Sport
Die Motivation für die Wortschöpfung kommt davon, dass das Geschäft Trekking-Ausrüstung verkauft, *trekking-kits*. Das Verb *to trek* wurde aus Afrikaans übernommen und ist seit 1850 in Gebrauch (vgl. *OED* 2023: s.v. *trek* v.)
- v) Dolphin Fish Bar & Restaurant
4 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (alles); Kompositum aus *fish+bar*; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- w) THE GARRICK LOUNGE
3 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*), Nomen (*lounge*); -; Allgemeinwortschatz, Name aus der Geschichte (*Garrick*); Gastronomie
David *Garrick* war ein bekannter Schauspieler aus Hereford (vgl. Hereford o.J.: Geschichte).
- x) CARTRIDGE, Untertitel: Printing Specialist
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen; -; Allgemeinwortschatz; Elektronik
- y) thefunnyfarm.com
2 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*), Adjektiv (*funny*), Nomen (*farm*); Blend (oder *scriptio continua*), Wortspiel (s. u.), Abkürzung (*com* für ‚commerce‘); -; Entertainment Agency, also Freizeit / Hobby / Sport
Der Begriff *funny farm* wird hier nicht in seiner in der Umgangssprache üblichen Bedeutung ‚Irrenhaus‘ verwendet⁵⁷⁸.
- z) WARHAMMER
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen; Kompositum aus *war+hammer*; Allgemeinwortschatz; Minifiguren zum (Krieg-)Spielen, also Freizeit / Hobby / Sport

3.9.3. Exeter

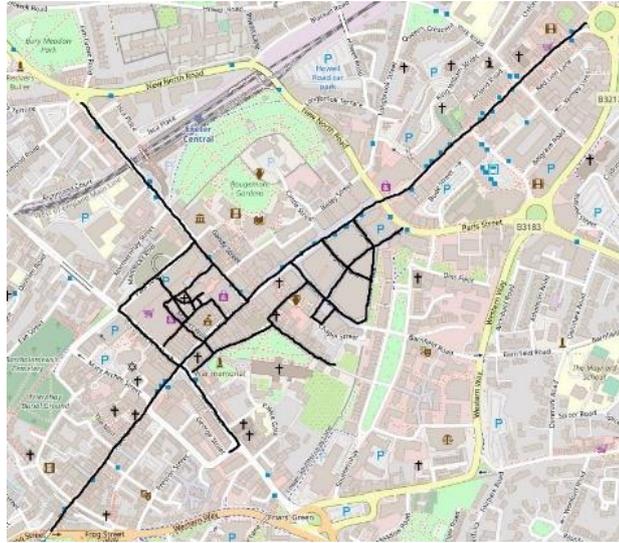
Die Großstadt Exeter im südwestlichen England befindet sich in der Grafschaft Devon am Fluss *Exe*, der der Stadt seinen Namen gab. *Exe* entstammt dem Keltischen und bedeutet ‚Wasser‘⁵⁷⁹. Die Autobahn M 5 führt durch die Stadt auf ihrem Weg von Bristol nach Plymouth, die Fernstraße A 30 von Salisbury nach Penzance ebenfalls⁵⁸⁰.

⁵⁷⁸ Zur Ähnlichkeit des Geschäftsschildes mit einer Internetadresse siehe Kapitel 4.3.

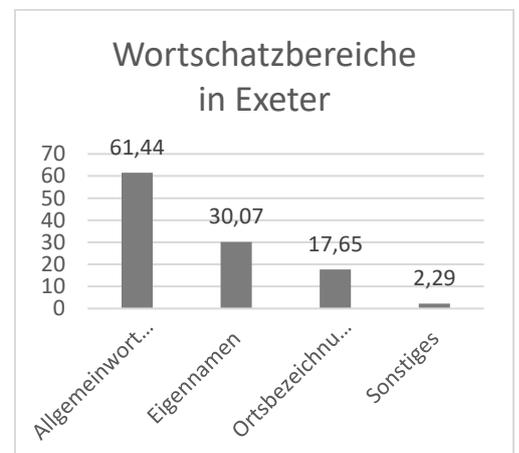
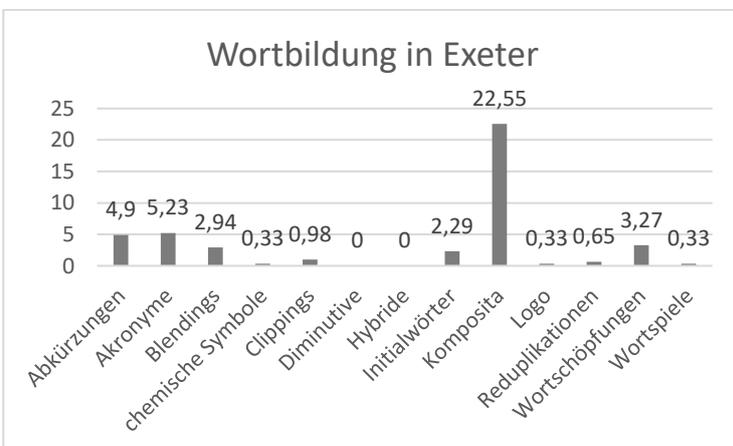
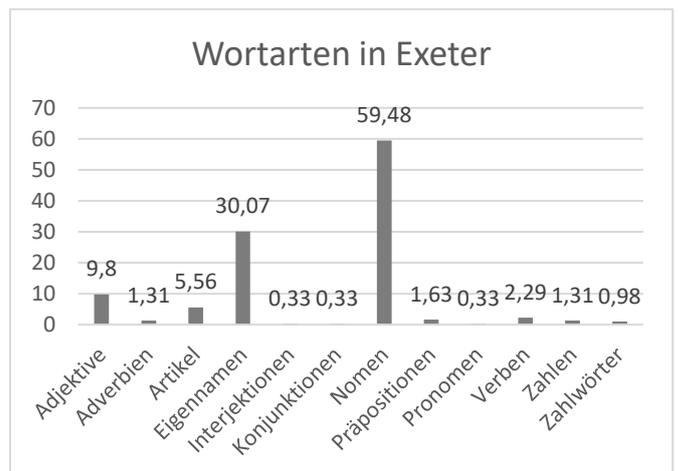
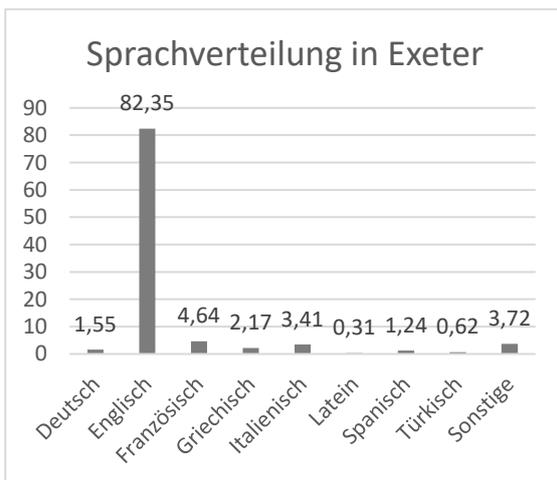
⁵⁷⁹ Vgl. *openstreetmap* o.J.; Lambert 2021: Exeter; Baedeker 2007a.: 218-222

⁵⁸⁰ Vgl. AA 2018: II, 1; 2-9, 14-17; Baedeker 2007a.: 218

2021 hat die Stadt 129.393 Einwohner. 2011 lag der Ausländeranteil bei 25,50 %⁵⁸¹.



In Exeter wurden 306 Geschäftsschilder mit 323 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,80 Wörtern erfasst.



⁵⁸¹ Vgl. citypopulation 2021: Exeter

Beispiele der Geschäftsschilder aus Exeter sind die folgenden:

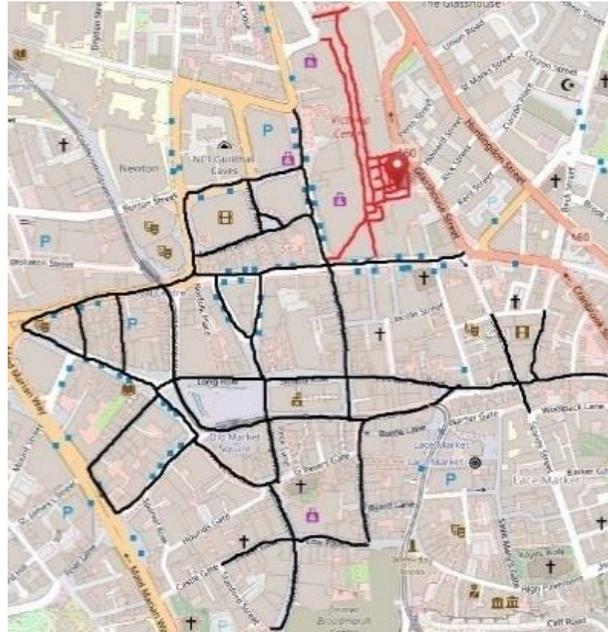
- a) iFixer
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*fixer*); Abkürzung (*i*, für ‚i-phone‘), Kompositum aus *i+fixer*; Allgemeinwortschatz; Elektronik
Der Geschäftsname ist hinsichtlich der Groß- und Kleinbuchstaben genauso geschrieben wie das Apple-Handy iPhone (vgl. apple 2023).
- b) co bikes electric, Untertitel: Electric bike hire from 30 mins to 24 hours
3 Wörter, zweisprachig englisch + französisch; Nomen (*bikes*), Adjektiv (*electric*); Abkürzung (*co* aus ‚cooperative‘), Kompositum aus *co+bikes*; Allgemeinwortschatz; Freizeit / Hobby / Sport
Das Wort *bicycle*, auf dem *bike* basiert, wurde 1868 aus dem Französischen übernommen (vgl. OED 2023: s.v. *bicycle*).
- c) Northernhay Gardens, Untertitel: 400th Anniversary 1612-2012
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*gardens*); -; Ortsbezeichnung (*Northernhay*), Allgemeinwortschatz; Sonstiges
- d) sta TRAVEL
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*travel*); Akronym und Initialwort (*sta*, s. u.); Allgemeinwortschatz; Reisebüro, also Freizeit / Hobby / Sport
Sta steht für ‚student travel Australia‘ (vgl. aubiz 2021: Sta Travel). Die Anfügung von *Travel* ergibt eine Dopplung.
- e) Poundland, Untertitel: Amazing Value Everyday!
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*poundland*); Kompositum aus *pound+land*; Allgemeinwortschatz; Kaufhaus
- f) toot garook
2 Wörter, einsprachig Aborigine-Sprache aus Australien; -; -; Ortsbezeichnung (*toot garook*); Geschenkartikel, also Einrichtung / Haushaltwaren
Toot garook ‚Froschquaken‘ ist ein Vorort von Melbourne (vgl. Wikipedia: s.v. *Tootgarook, Victoria*).
- g) OGGY OGGY, Untertitel: CORNISH OGGY OGGY THE PASTY COMPANY
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*oggy*); Reduplikation (*oggy oggy*); Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Oggy ‚Pastete‘ kommt aus dem Cornischen, ist also Dialekt (vgl. Spiegato 2022).
- h) snappy snaps, Untertitel: photography specialists
2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*snappy*), Nomen (*snaps*); Clipping (s. u.), Wortspiel; Allgemeinwortschatz
Für *snaps* wurde *snapshots* gekürzt, wodurch ein Reim entstand.
- i) Boston Tea Party
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*tea, party*); Kompositum aus *tea+party*; Ortsbezeichnung (*Boston*), Allgemeinwortschatz, Ereignis aus der Geschichte (*Boston Tea Party*); Café, also Gastronomie
- j) THE REAL CORNISH PASTY CO. TM
5 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*), Adjektiv (*real*), Nomen (*pasty*); Abkürzung (*CO*. Für ‚Company‘, *TM* für ‚Trademark‘, vgl. AHD 2000: s.vv. *co.*, *TM*); Ortsbezeichnung (*Cornish*), Allgemeinwortschatz; Lebensmittel
- k) ASK ITALIAN
2 Wörter, einsprachig englisch; Verb (*ask*); -; Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Italian*); Gastronomie
- l) WATERSTONE’S
Ein Wort, einsprachig englisch; Eigenname (Genitiv von *Waterstone*); -; Eigenname, Nachname (*Waterstone*); Bücher
- m) Argos
Ein Wort, einsprachig griechisch; -; -; Name aus der griechischen Mythologie (vgl. AHD 2000: s.v. *Argus*); Kaufhaus

- n) Superdrug
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*superdrug*); Kompositum aus *super* + *drug*; Allgemeinwortschatz; Drogerie
- o) Guildhall leather
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*leather*); -; Ortsbezeichnung (*Guildhall*), Allgemeinwortschatz; Schuhe / Lederwaren
- p) Sainsbury's
Ein Wort, einsprachig englisch; Eigenname (Genitiv von *Sainsbury*); -; Eigenname, Nachname (*Sainsbury*); Lebensmittel
- q) CeX, Untertitel: COMPLETE ENTERTAINMENT EXCHANGE
Ein Wort, einsprachig englisch; -; Akronym und Initialwort (Anfangsbuchstaben des Untertitels); -; Gebrauchtwarenartikel wie Videospiele, Handys, also Elektronik
Das Wort *complete* ist ca. 1374 erstbelegt, *entertainment* ca. 1475 und *exchange* 1374 (vgl. *OED* 2023: s.vv. *complete, entertainment, exchange*).
- r) wilko
Ein Wort, einsprachig englisch; Eigenname (s. u.); Abkürzung (s. u.); Eigenname, Nachname (s. u.); Werkzeugmarkt, also DIY
Der Firmengründer James K. *Wilkinson* kürzte seinen Namen (vgl. wilko o.J.: Geschichte).
- s) THE TURKS HEAD
3 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*), Nomen (*head*); -; Ortsbezeichnung (*Turk*, Genitiv ohne Apostroph), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- t) PATISSERIE VALERIE, Untertitel: EST. 1926
2 Wörter, einsprachig französisch; Nomen (*Pâtisserie*), Eigenname (*Valérie*); -; Allgemeinwortschatz, Eigenname, Vorname (*Valérie*); Gastronomie
- u) CAFFÈ NERO, Untertitel: THE ITALIAN COFFEE Co.
2 Wörter, einsprachig italienisch; Nomen (*Caffè* ‚Kaffee‘), Adjektiv (*nero* ‚schwarz‘); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie;
- v) PADDY POWER
2 Wörter, einsprachig englisch; Eigenname (*Power*); -; Ortsbezeichnung (*Paddy*, s. u.), Eigenname, Nachname (*Power*); Buchmacher, also Tabak / Glücksspiel / Zeitungen
Die Firma wurde 1988 von drei Iren gegründet, David *Power*, Stewart Kenny und John Corcoran (vgl. *Gambling Sites* 2021: Paddy Power). Der Vorname *Paddy* stellt den prototypischen Iren dar, der Nationalheilige Irlands ist Saint Patrick. *Paddy* wurde als Ortsbezeichnung gewertet, weil der Name den Hinweis auf Irland gibt (vgl. *AHD* 2000: s.v. *Paddy*).
- w) YORKSHIRE BUILDING SOCIETY
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*building, society*); Kompositum aus *building*+*society*; Ortsbezeichnung (*Yorkshire*), Allgemeinwortschatz; Bausparkasse, also Bank
- x) NAILS 4 U
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*nails*), Zahl (*4*); Abkürzung (*u* für ‚you‘), Kompositum; Allgemeinwortschatz; Friseur / Kosmetik
Hier wird die Zahl *4* für das homophone *for* verwendet. Sicherlich ist diese Schreibung durch SMS-Sprache beeinflusst.
- y) TRUGS
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (Plural von *trug*); -; Allgemeinwortschatz; Blumengeschäft, also Sonstiges
Ein *trug* ist ein ‚flacher Korb für Blumen, Obst etc.‘, das Wort entstammt dem Dialekt (vgl. *Collins* 2000: s.v. *trug*).
- z) WHITE STUFF
2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*white*), Nomen (*stuff*); -; Allgemeinwortschatz; Mode

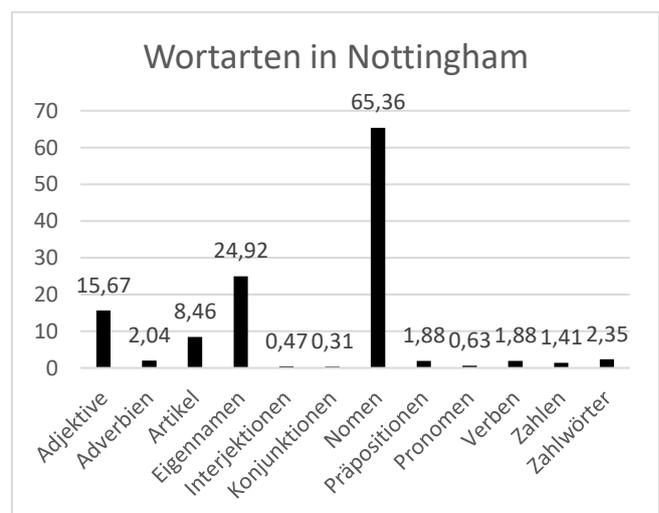
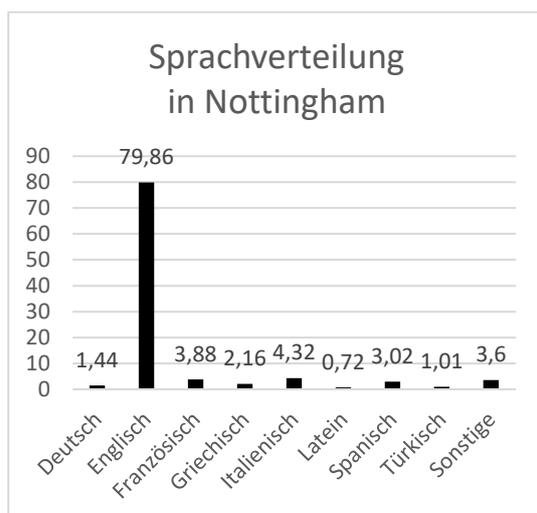
3.9.4. Nottingham

Die englische Großstadt Nottingham liegt in der Grafschaft Nottinghamshire in den *East Midlands* am *River Trent*⁵⁸². Die Angelsachsen gründeten in der heutigen Stadt im 6. Jh. eine Siedlung, die sie *Snotta inga ham* ‚Snott gehörendes Dorf‘ nannten. Dieser Name verschliff sich im Laufe der Zeit zu *Nottingham*⁵⁸³.

Die Schätzung für 2020 ergab 320.536 Einwohner. 2011 lag der Ausländeranteil bei 32,07 %⁵⁸⁴.



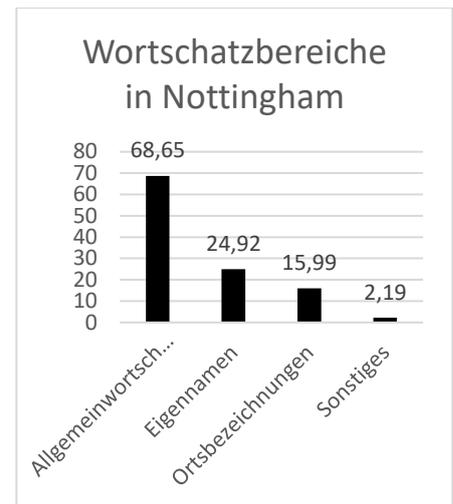
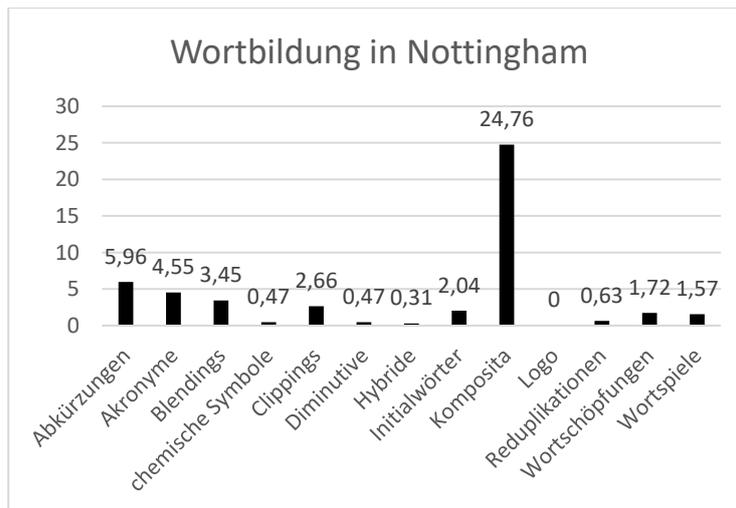
In Nottingham wurden 638 Geschäftsschilder mit 695 Sprachanteilen und durchschnittlich 1,92 Wörtern erfasst.



⁵⁸² Vgl. openstreetmap o.J.; AA 2018: II, 1; 40f, 50f

⁵⁸³ Vgl. Lambert 2021: Nottingham

⁵⁸⁴ Vgl. citypopulation 2021: Nottingham



Beispiele der Nottinghamer Geschäftsschilder sind die folgenden:

- a) OZ:BAR [sic!], Untertitel: AUSTRALIAN SPORTS BAR & GRILL
 2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Bar*); Kompositum aus *Oz+Bar*; Ortsbezeichnung (*Oz*), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Oz steht für ‚Australien‘ und gilt als umgangssprachlich (vgl. *OALD* 2010: s.v. *Oz*).
- b) BAR ARRIBA
 2 Wörter, zweisprachig englisch (*bar*) + spanisch (*arriba*); Nomen (*bar*), Interjektion (*arriba*); -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
ARRIBA heißt eigentlich ‚oben‘, wird hier in der Zweitbedeutung ‚Los geht’s!‘ verwendet (vgl. Langenscheidts 1977: s.v. *arriba*).
- c) NOTTINGHAM LIGHTING CENTRE
 3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*lighting centre*); Kompositum aus *lighting+centre*; Ortsbezeichnung (*Nottingham*), Allgemeinwortschatz; Elektronik
- d) The Catacombs, Untertitel: Tattoo and Piercing Studio
 2 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*), Nomen (*catacombs*); -; Allgemeinwortschatz; Sonstiges
- e) MALT CROSS, Untertitel: Bar & Kitchen
 2 Wörter, einsprachig englisch; -; -; Ortsbezeichnung (s. u.); Gastronomie
 Der Name des Restaurants ist Bezeichnung für das Gebäude, in dem es sich befindet. Es handelt sich um eine denkmalgeschützte viktorianische Musikhalle (vgl. visit-nottinghamshire 2021: Malt Cross).
- f) COD FISH & CHIPS
 3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen; (Kompositum aus *cod+fish*, wegen der Zusammengehörigkeit von *fish & chips* hier nicht wertbar); Allgemeinwortschatz; Gastronomie
- g) The Pop Inn
 3 Wörter, einsprachig englisch; Artikel (*the*), Adjektiv (*pop*), Nomen (*inn*); Clipping (*pop* von ‚popular‘), Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Gastronomie
 Der Name des Imbissbetriebes hat eine doppelte Bedeutung, nämlich ‚Der beliebte Inn‘ oder – über das Homophon (*the pop in* – ‚Der Schau-mal-rein‘.
- h) C²
 2 Wörter, einsprachig englisch; -; Abkürzung, Wortspiel (s. u.); Ortsbezeichnung (s. u.); Friseur
 Die Abkürzung steht für den Nachnamen des Inhabers, *Connor*; die 2 repräsentiert die Hausnummer, 2 *St. James’s Street*. Das Wortspiel ergibt sich aus der Steigerungsform, die unter ‚hoch 2‘ verstanden wird. Ein weiteres Wortspiel könnte man darin sehen, dass C₂, hier mit tiefgestellter <2>, als Abkürzung für Äthylalkohol

- C₂H₅OH verwendet wird, was unter Ärzten als Geheimhinweis auf Alkoholmissbrauch verwendet wird (vgl. DocCheck Flexikon o.J.: C2).
- i) PIEMINISTER, Untertitel: PIE & MASH
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*pieminister*); Kompositum aus *pie+minister*, Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Mit *PIEMINISTER* wird auf *prime minister* angespielt.
- j) CARDZONE
Ein Wort, einsprachig englisch; Nomen (*cardzone*); Kompositum aus *card+zone*; Allgemeinwortschatz; Schreibwaren
- k) Roosters Piri Piri
3 Wörter, zweisprachig englisch (*roosters*) + portugiesisch (*piri piri*); Nomen; Reduplikation (*piri piri*); Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Piri piri ‚Chili‘ oder ‚Gerichte mit Chili‘ (vgl. pepperworld 2015: *Piri piri*).
- l) Central Library and Contact Centre, Untertitel: Nottingham City Council
5 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*library, contact, centre*), Konjunktion (*and*); Kompositum aus *contact+centre*; Ortsbezeichnung (*central*), Allgemeinwortschatz; Bildung
- m) MISS KOREA
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*Miss*); Wortspiel (s. u.); Allgemeinwortschatz, Ortsbezeichnung (*Korea*); Gastronomie
Das Schild kann man als ‚Fräulein Korea‘ oder als ‚(Ich) vermisse Korea‘ lesen.
- n) Robin Hood energy, Untertitel: A not for profit company
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*energy*); -; Name aus der Mythologie (*Robin Hood*), Allgemeinwortschatz; Brennstoffe / Energie / Wasserversorgung etc.
- o) TK Hair Salon, Untertitel: TURKISH BARBER
3 Wörter, zweisprachig türkisch (*TK*) + englisch (*hair salon*); Nomen (*hair salon*); Abkürzung (*TK* für Geschäftsführer *Turan Kapudere*‘, vgl. TK Hair Salon o.J.), Kompositum aus *hair+salon*; Allgemeinwortschatz; Friseur
- p) Nottingham City General Practice Alliance, Untertitel: NHS, GP Nottingham City
5 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*general*), Nomen (*practice alliance*); Kompositum aus *practice+alliance*; Ortsbezeichnung (*Nottingham City*), Allgemeinwortschatz; Gemeinschaftspraxis von Allgemeinärzten, also Gesundheit
- q) CHIQUITO
Ein Wort, einsprachig spanisch; Adjektiv (*chiquito* ‚sehr klein‘); Diminutiv (Silbe *-it-*); (Allgemeinwortschatz)
- r) wagamama
Ein Wort, einsprachig japanisch; Adjektiv; -; Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Das Wort bedeutet ‚eigenwillig‘ (vgl. wagamama o.J.).
- s) Kings Walk Kitchen, Untertitel: Eat in & Take Away
3 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*kitchen*); -; Ortsbezeichnung (*Kings Walk*, s. u.), Allgemeinwortschatz; Gastronomie
Das Restaurant hat die Adresse 10 *Kings Walk*.
- t) stephen donald EYEWEAR
3 Wörter, einsprachig englisch; Eigenname (*Stephen Donald*), Nomen (*eyewear*); Kompositum aus *eye+wear*; Eigenname, Vorname (*Stephen*), Nachname (*Donald*), Allgemeinwortschatz; Optik
- u) CASH SHOP
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*cash shop*); Kompositum aus *cash+shop*; Allgemeinwortschatz; Pfandleihhaus, also Sonstiges
- v) Green Healthcare, Untertitel: Chinese Remedies, Acupuncture & Massage
2 Wörter, einsprachig englisch; Adjektiv (*green*), Nomen (*healthcare*); Kompositum aus *health+care*; Allgemeinwortschatz; Gesundheit
- w) bargain buys
2 Wörter, einsprachig englisch; Nomen (*bargain*), Verb (*buys*); -; Allgemeinwortschatz; Kaufhaus

x) EE

Ein Wort, einsprachig englisch; -; Akronym (EE für ‚everything everywhere‘, vgl. telecoms 2021: Everything Everywhere); -; Telekommunikation, also Sonstiges

y) KRCS

Ein Wort, einsprachig englisch; -; Akronym; -; Apple-Händler =>Elektronik
KRCS steht für Ken Woods + Rod Bishop Computer Services (vgl. comparthecloud 2021: Q & A with KRCS Group).

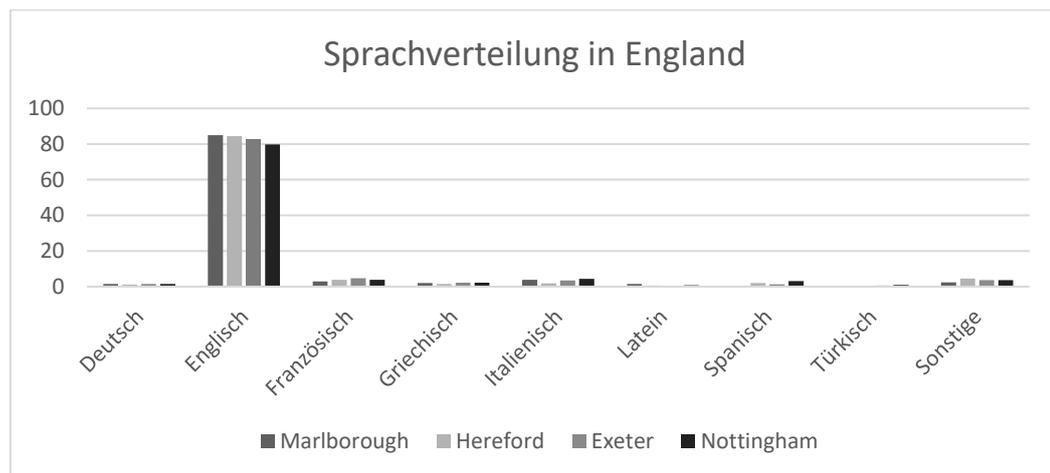
z) OneBelow

Ein Wort, einsprachig englisch; Zahlwort (one), Adverb (below); Blend aus one+below (oder Kompositum); Allgemeinwortschatz; Ein-Pfund-Discount-Laden, also Kaufhaus

3.9.5. Vergleich der Geschäftsschilder Englands

Die Wortzahlen der 1.547 in England erfassten Schilder liegen um 0,1 höher als in Deutschland:

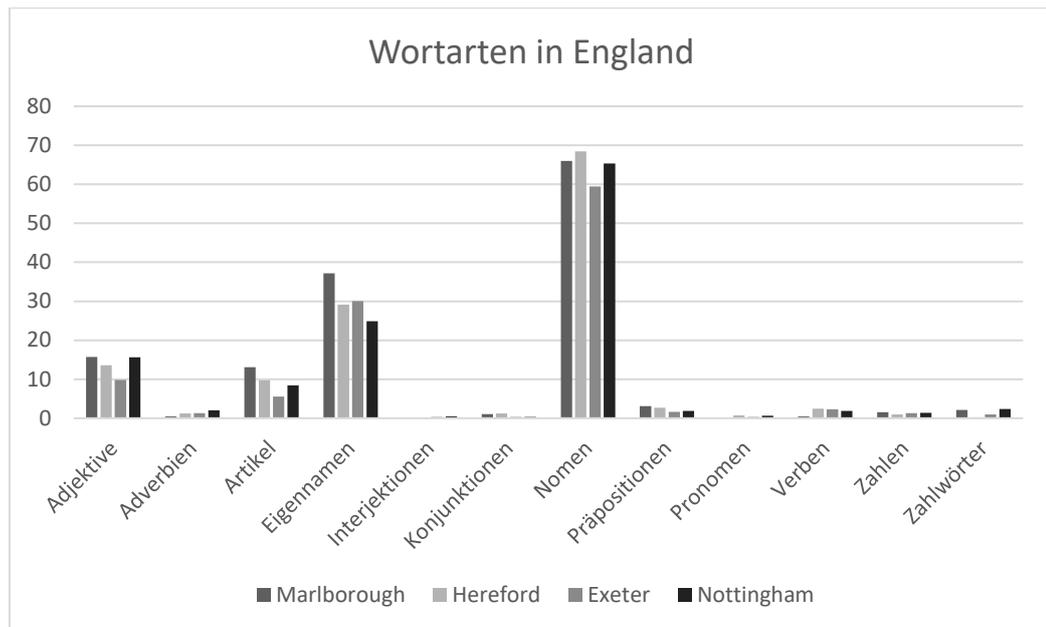
Wortzahl	0 ⁵⁸⁵	1	2	3	4	5	6	7	Ø GB
Schilderzahl	1	537	627	288	70	19	4	1	1,98



Der Muttersprachenanteil sinkt zwar von Marlborough mit 84,95 % bis Nottingham mit 79,86 % mit der Ortsgröße ab, liegt jedoch deutlich höher als in Deutschland. Andere Sprachen haben ausnahmslos geringere Anteile. Es gibt allerdings eine mit der Stadtgröße leicht zunehmende Tendenz zur Verwendung ausländischer Sprachen. Die zu den Einwohnerzahlen passenden deutschen Städte sind die folgenden:

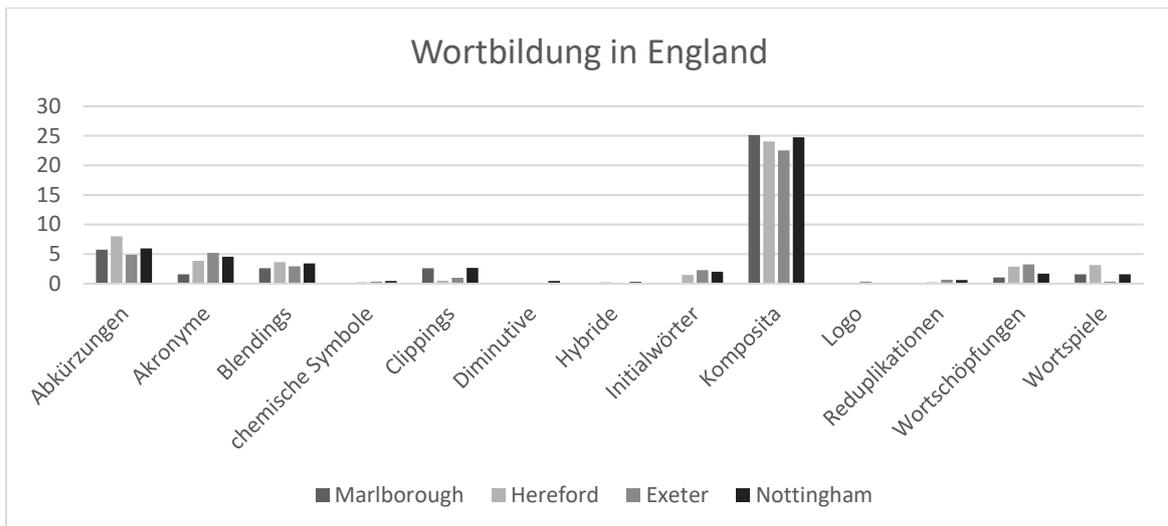
	Dt	E	Fr	Griech	Ital	Latein	Sp	Türk	Sonst.
Miltenberg	65,26	15,26	4,21	1,05	4,80	2,63	0,53	2,11	4,74
Ansbach	61,64	21,12	5,60	0,86	4,31	0,86	0,86	0,86	4,31
Ingolstadt	55,64	20,89	4,99	0,74	7,21	2,22	1,48	3,14	3,70
Paderborn	54,60	25,07	5,01	1,67	6,13	1,39	2,51	0,28	3,34

⁵⁸⁵ Ein in England erfasstes Schild ist ein Logo, das der Computerfirma *apple*, das nicht als Wort gezählt wurde.



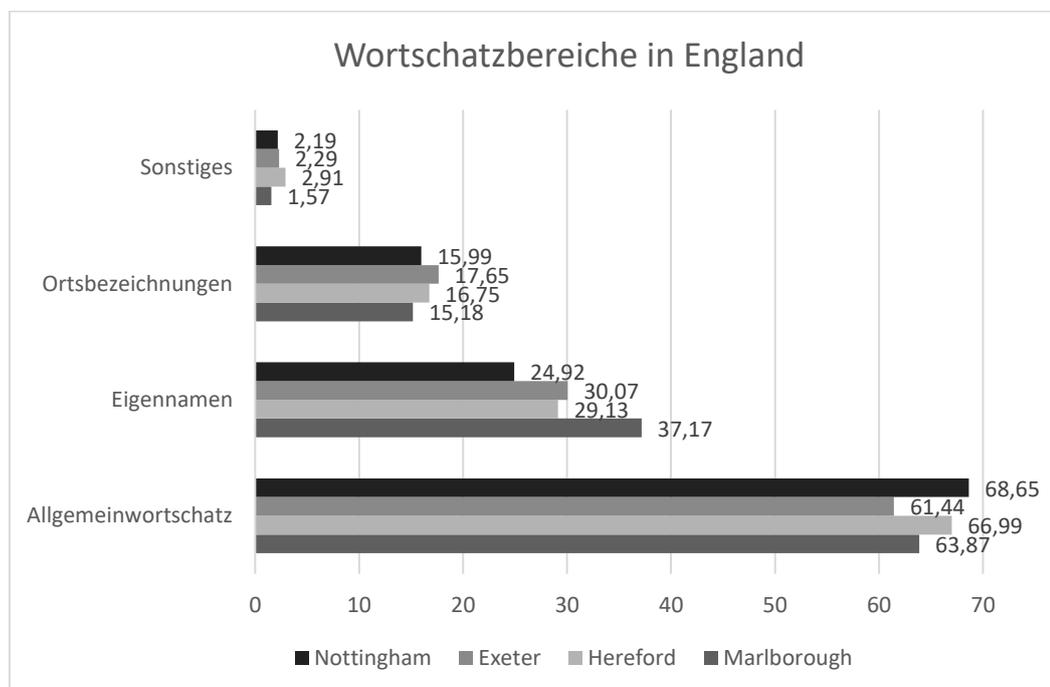
An Adjektiven weisen die englischen Schilder zwischen 15,71 % in Marlborough und 9,80 % in Exeter auf, in Deutschland sind es mit durchschnittlich 7,04 % deutlich weniger. Die Anzahl der Artikel ist zwar deutlich niedriger als in Frankreich, obwohl auch das Englische generalisierte Nomen mit Artikel bildet, sinkt aber nicht auf das Niveau des deutschsprachigen Raumes ab. Wie in Deutschland nimmt die Anzahl der verwendeten Wortarten mit der Einwohnerzahl zu. Nomen nehmen von 68,45 % in Hereford über 65,97 % in Marlborough und 65,36 % in Nottingham bis 59,48 % in Exeter ab, also nicht proportional zur Einwohnerzahl. Berücksichtigt man, dass Exeter in mehrfacher Hinsicht andere Zahlen zeigt als die anderen Städte, könnte man sagen, dass die Prozentzahlen in etwa im gleichen Bereich bleiben, außer eben in Exeter. Die aufgrund von Einwohnerzahlen ausgewählte südenenglische Großstadt zeigte beim Besuch viele leerstehende Geschäfte, wohl der Grund für die Abweichungen. Das bedeutet meines Erachtens, dass die Stadt für bestimmte Unternehmer aktuell nicht attraktiv ist, so dass vermutlich auch Geschäftsneugründungen fehlen.

	Adj	Adv	Art	EN	Interj	Konj	N	Präp	Pron	V	Zahl	Zahlw
Miltenberg	9,52	1,36	1,36	41,50	0	0,68	73,47	6,80	1,36	1,36	4,08	0,68
Ansbach	5,67	1,03	3,61	38,66	0,52	1,03	68,56	0,52	1,55	0,52	0,52	1,03
Ingolstadt	5,50	1,15	2,98	36,24	0,23	0,92	67,66	6,65	1,15	1,61	2,29	0,69
Paderborn	4,35	0,67	2,01	35,12	1,67	1,67	62,88	4,68	2,01	1,34	1,00	1,00



Die Anzahl der Abkürzungen ergibt wie in Deutschland kein klares Bild, bleibt aber auch in England unter 10 %. Ähnliches gilt für Akronyme. Komposita liegen im Durchschnitt bei 24,12 %, also niedriger als in Deutschland. Auch in England werden mit steigender Einwohnerzahl mehr Wortbildungsarten eingesetzt. Diesbezüglich bildet beim folgenden Vergleich Paderborn eine Ausnahme:

	Abk	Akron	Blend	cSym	Clip	Dimin	Hybr	Initialw	Komp	Logo	Redup	WSchö	WSp
Miltenberg	7,48	8,84	2,04	0	1,36	0,68	2,04	1,36	38,10	0	0	2,04	7,48
Ansbach	8,76	6,19	2,06	0	1,55	1,03	1,03	3,09	42,24	0	0	3,61	3,09
Ingolstadt	3,90	5,96	1,83	1,38	2,06	0,23	0,23	1,83	34,86	0,23	0,23	4,59	0,69
Paderborn	3,01	5,02	0,67	1,00	0	0	0	2,34	34,78	0	0,67	5,02	2,01



Der Allgemeinwortschatz hält sich im 60 %-Bereich wie in Deutschland. Eigennamen nehmen von Marlborough bis Nottingham stetig ab, wobei Exeter mit

einer höheren Zahl als Hereford wieder abweicht. Der gleiche Trend ist in Deutschland zu beobachten:

	Allgemeinwortschatz	Eigennamen	Ortsbezeichnungen	Sonstiges
Miltenberg	74,83	40,50	14,29	2,72
Ansbach	66,49	38,66	10,82	1,55
Ingolstadt	63,99	36,24	13,53	2,75
Paderborn	60,20	35,12	11,71	6,69

3.10. Vergleich der Geschäftsschilder in allen fünf Ländern

Dieses Kapitel enthält eine Übersicht zu den erfassten ausländischen Städten, die mit den Ergebnissen zu Deutschland verglichen werden. Insofern ist es eine Zusammenfassung des Kapitels 3. (Höchstwerte fett):

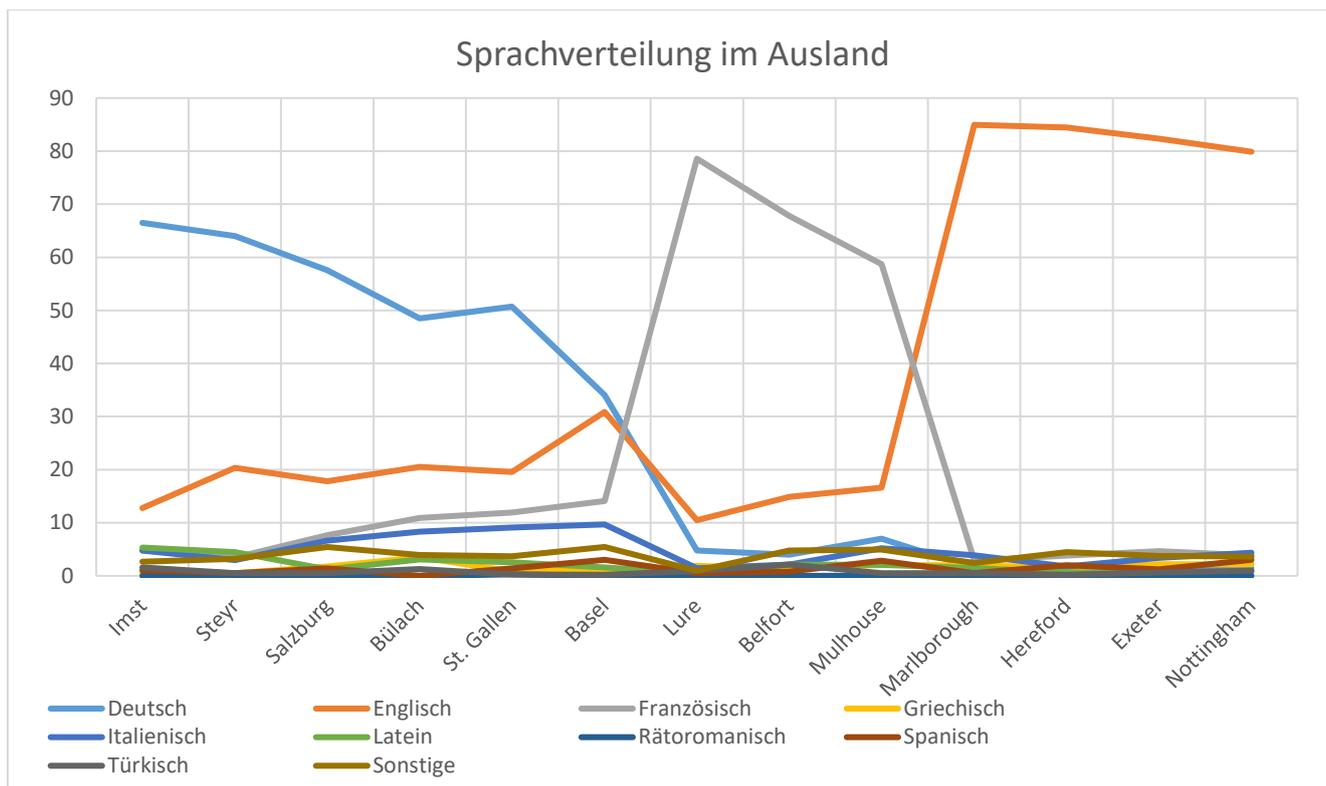
Wort- und Schilderzahl in allen fünf Ländern

	Deutschland	Österreich	Schweiz	Frankreich	England
Wortzahl	1,88	1,79	1,82	2,10	1,98
Schilderzahl	5504	980	887	826	1547

Die durchschnittliche Wortzahl der Schilder ist in England höher als in den deutschsprachigen Ländern und in Frankreich am höchsten. Die Gründe dafür liegen in den Grammatiken der Sprachen; im Englischen und Französischen werden mehr Artikel benötigt. Im Französischen werden zusätzlich häufig Präpositionen zur Kompositabildung eingesetzt.

Sprachverteilung im Ausland

	Dt	E	Fr	Griech	Ital	Latein	Räto-romänisch	Sp	Türk	Sonst.
Imst	66,49	12,77	4,79	0,53	4,79	5,32	-	1,06	1,60	2,66
Steyr	64,02	20,35	3,47	0,50	2,98	4,47	-	0,50	0,50	3,23
Salzburg	57,59	17,80	7,68	1,75	6,63	1,22	-	1,40	0,52	5,41
Bülach	48,47	20,52	10,92	3,49	8,30	3,06	-	-	1,31	3,93
St. Gallen	50,71	19,55	11,90	0,85	9,07	2,55	0,28	1,42	0,28	3,40
Basel	34,07	30,85	14,11	1,01	9,68	1,61	-	3,02	0,20	5,44
Lure	4,76	10,48	78,57	1,90	1,43	0,48	-	0,48	0,95	0,95
Belfort	3,99	14,89	67,82	1,33	2,13	2,13	-	0,80	2,13	4,79
Mulhouse	7,01	16,62	58,70	2,08	5,19	2,08	-	2,86	0,52	4,94
Marlborough	1,46	84,95	2,91	1,94	3,88	1,46	-	0,49	0,49	2,43
Hereford	1,11	84,44	3,78	1,56	1,78	0,67	-	2,00	0,22	4,44
Exeter	1,55	82,35	4,64	2,17	3,41	0,31	-	1,24	0,62	3,72
Nottingham	1,44	79,86	3,88	2,16	4,32	0,72	-	3,02	1,01	3,60

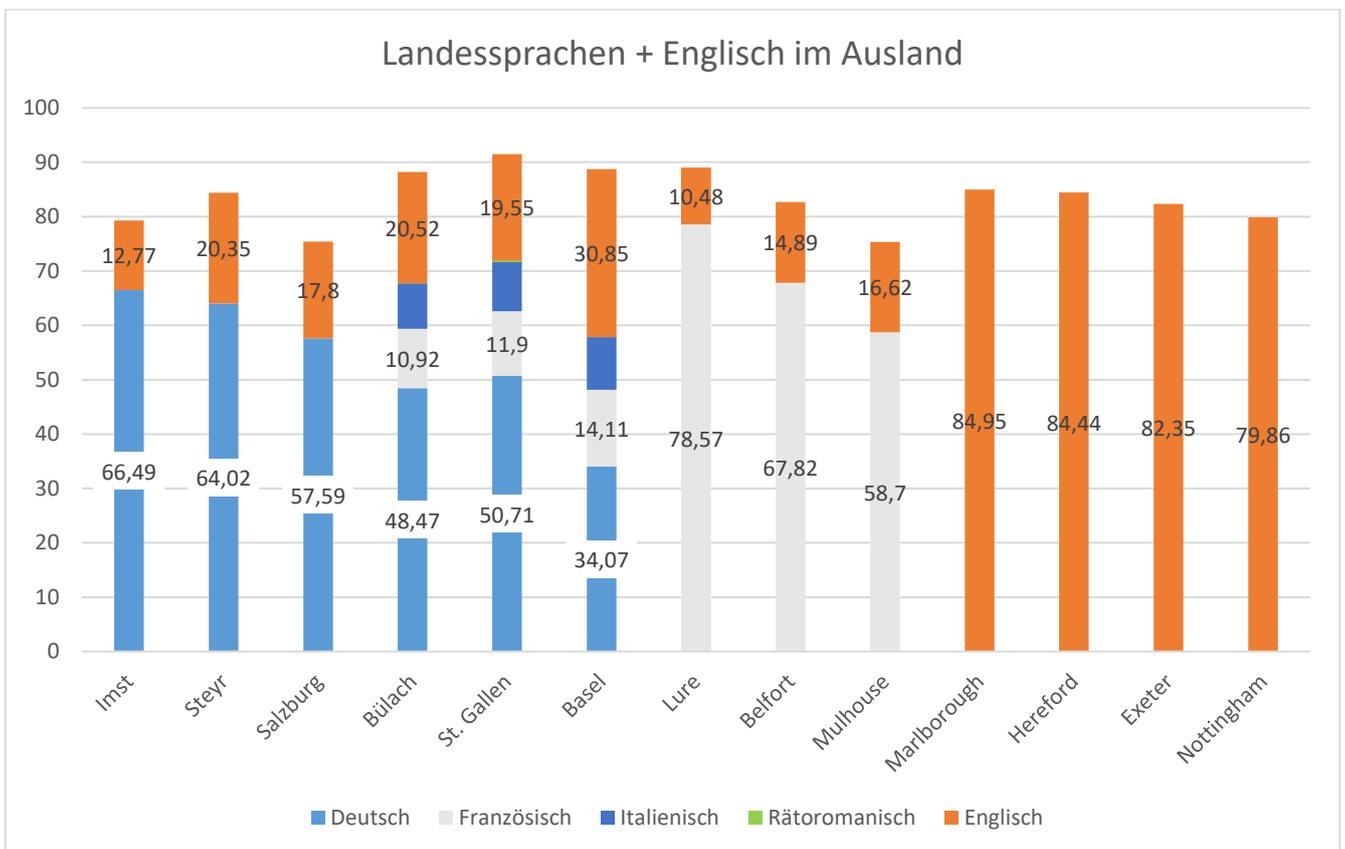
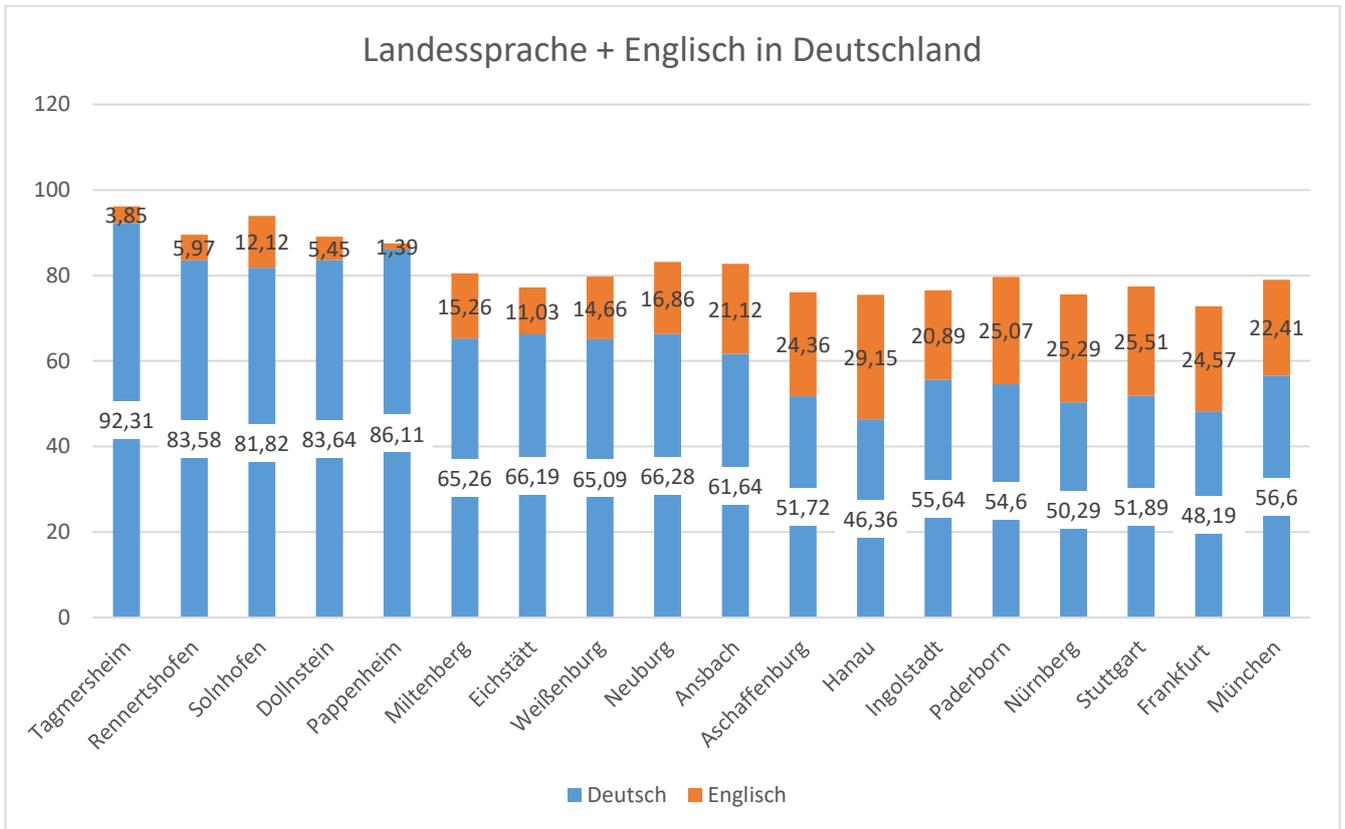


Bei den deutschsprachigen Ländern haben die Basler Schilder mit 34,07 % den niedrigsten Landessprachenanteil, deutlich weniger als das bundesdeutsche Minimum in Hanau mit 46,36 %. Abgesehen von den St. Galler Schildern, deren Prozentsatz leicht über dem im kleineren Bülach liegt, kann man eine kontinuierliche Abnahme des Landessprachenanteils proportional zur Einwohnerzahl feststellen. In den bundesdeutschen Städten ist dieser Trend nicht durchgängig. Hier weichen die Schilder in Aschaffenburg, Hanau und München von einer gedachten Trendlinie ab, so dass man zwar eine grundsätzliche Tendenz zu weniger Landessprachenanteil mit steigender Einwohnerzahl annehmen kann, jedoch weitere Faktoren in die Betrachtung einbeziehen muss wie Migrantenanteile und bewusst gewähltes Lokalkolorit⁵⁸⁶. England zeigt den höchsten Anteil an Landessprache, da diese hier mit der *lingua franca* der Globalisierung zusammenfällt. Bildet man in den anderen Ländern die Summe aus Landessprache(n) + Englisch, kommt man auf ähnlich hohe Zahlen. Die Prozentsätze für Englisch sind bei den Schweizer Schildern besonders hoch, wofür wieder bewusst gewähltes Lokalkolorit als Ursache gelten kann. Die übrigen Sprachen bleiben auch im Ausland unter 10 %⁵⁸⁷. Um eine übersichtliche Nebeneinanderstellung zu ermöglichen, stelle ich

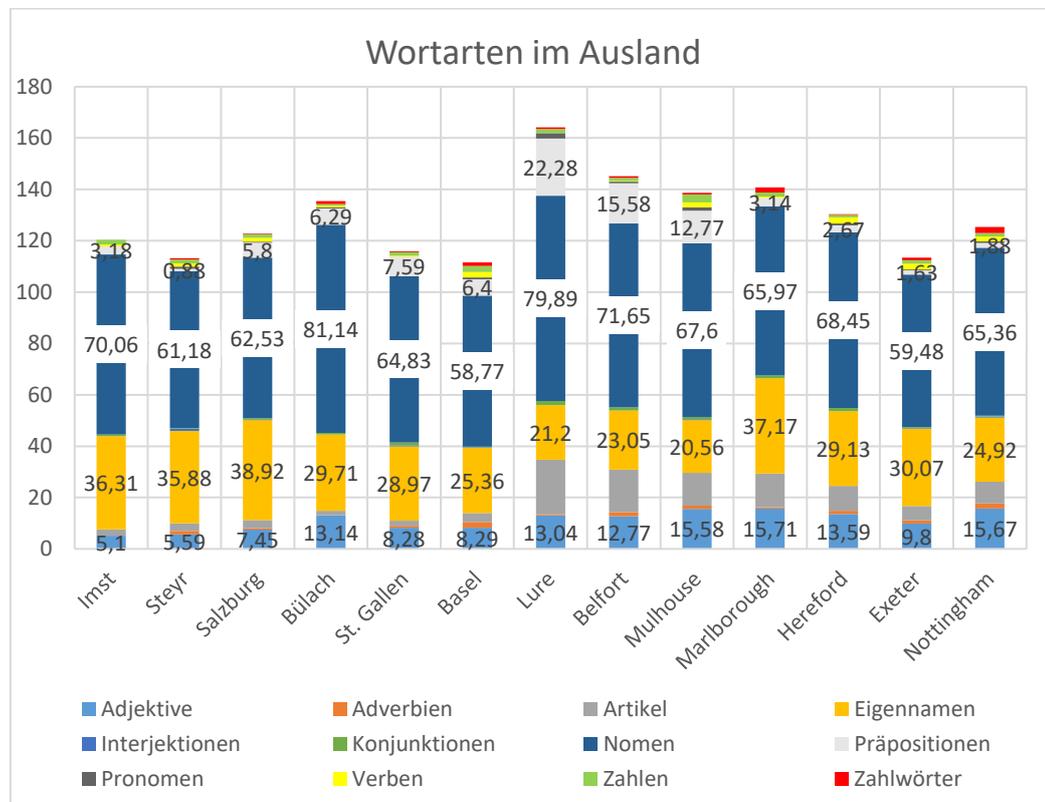
⁵⁸⁶ Siehe Kapitel 3.5.

⁵⁸⁷ Die Farben wurden so angepasst, dass die Grafik möglichst gut erkennbar ist.

die Anteile der Landessprachen und Englisch auf den Geschäftsschildern einander gegenüber:



Die Grafiken zeigen, dass die Summe aus Landessprache(n) + Englisch ähnlich hohe Werte ergibt wie Englisch in England allein. Auch Schlick (2002b und 2003) trifft diese Feststellung in ihrer Studie⁵⁸⁸.

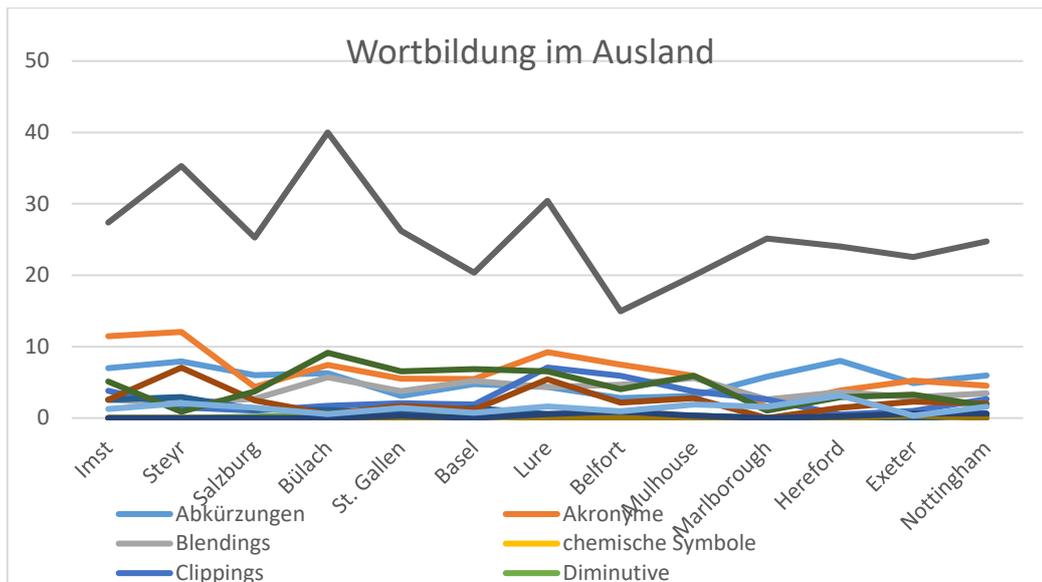


Eigennamen sind in allen diesen Ländern weniger beliebt als in Deutschland. Der Durchschnitt liegt bei 39,94 % in Deutschland und 29,33 % in den anderen Ländern, also 10 % niedriger, wobei in Frankreich die wenigsten belegt sind. Der Anteil der Nomen ist in etwa gleich mit 67,45 % in den besuchten deutschen Orten und 67,01 % in den ausländischen. Für Adjektive stehen durchschnittliche 7,04 % in Deutschland gegen 11,08 % in den übrigen Ländern; sie sind im Ausland also höherfrequent. Bei Artikeln stehen 2,61 % gegen 7,94 %, was an der Grammatik liegt⁵⁸⁹. Präpositionen sind in Deutschland mit 0,24 % selten, im Ausland mit 6,93 % deutlich häufiger, wobei in Frankreich die höchsten Zahlen belegt sind. Auch dies hängt mit der Grammatik zusammen⁵⁹⁰. Bei den übrigen Wortarten sind keine großen Unterschiede festzustellen.

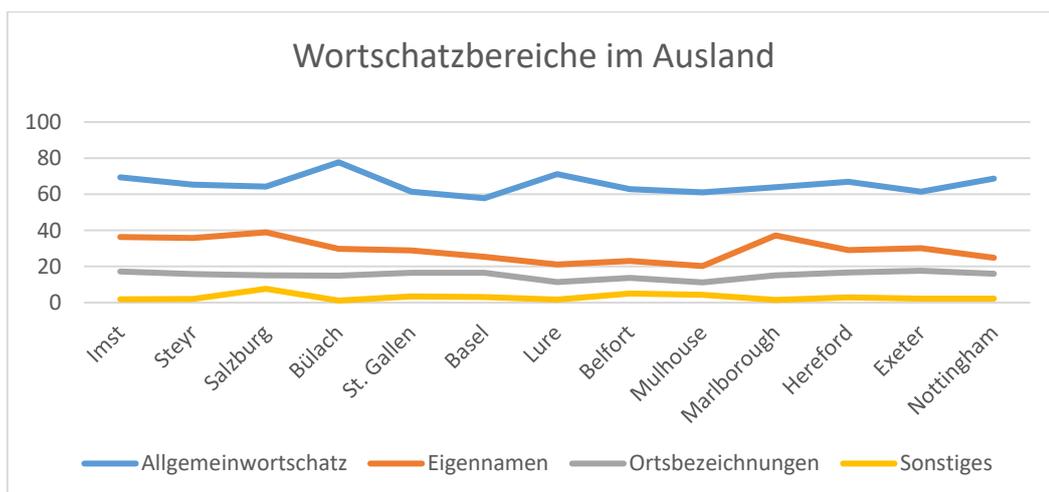
⁵⁸⁸ Vgl. Schlick 2003: 5, siehe auch Kapitel 2.2.

⁵⁸⁹ Vgl. Kapitel 3.5. und 4.2.2.

⁵⁹⁰ Vgl. Kapitel 3.5.



Die Wortbildung zeigt, dass in bestimmten Orten einzelne Formen bevorzugt werden, z. B. in Imst und Steyr Akronyme, in Lure Clippings. Im Schnitt sind die Prozentzahlen jedoch wie die deutschen, mit einer Ausnahme – den Komposita. Der deutsche Durchschnitt von 40,37 % wird nur in Bülach mit 40,00 % annähernd erreicht, in Steyr sind es noch 35,29 %, in allen anderen Städten liegen die Prozentzahlen deutlich darunter, so dass sich ein Schnitt von 25,91 % ergibt. Dabei haben die Schilder in Österreich und die in der Schweiz den höchsten und die in Frankreich den niedrigsten Prozentsatz. Dies ist dadurch erklärbar, dass in der französischen Sprache statt Komposita mitunter einfache Formen verwendet werden können⁵⁹¹.



Den bundesdeutschen Durchschnitt von 63,72 % bei Allgemeinwortschatz, 39,91 % bei Eigennamen, 13,38 % bei Ortsbezeichnungen und 2,74 % bei

⁵⁹¹ Vgl. Brauweiler 1999: o.S. (Kapitel 5., Punkt C) und Kapitel 3.8.4.

sonstigem Wortschatz stehen 65,54 % in Österreich, 29,30 % in der Schweiz, 15,24 % in Frankreich und 3,02 % in England gegenüber. Der Anteil an Allgemeinwortschatz sinkt mit der Einwohnerzahl und bleibt lediglich in England auf etwa gleichem Niveau. Die bereits erwähnten Eigennamen sind der einzige Bereich, der sich auffällig unterscheidet.

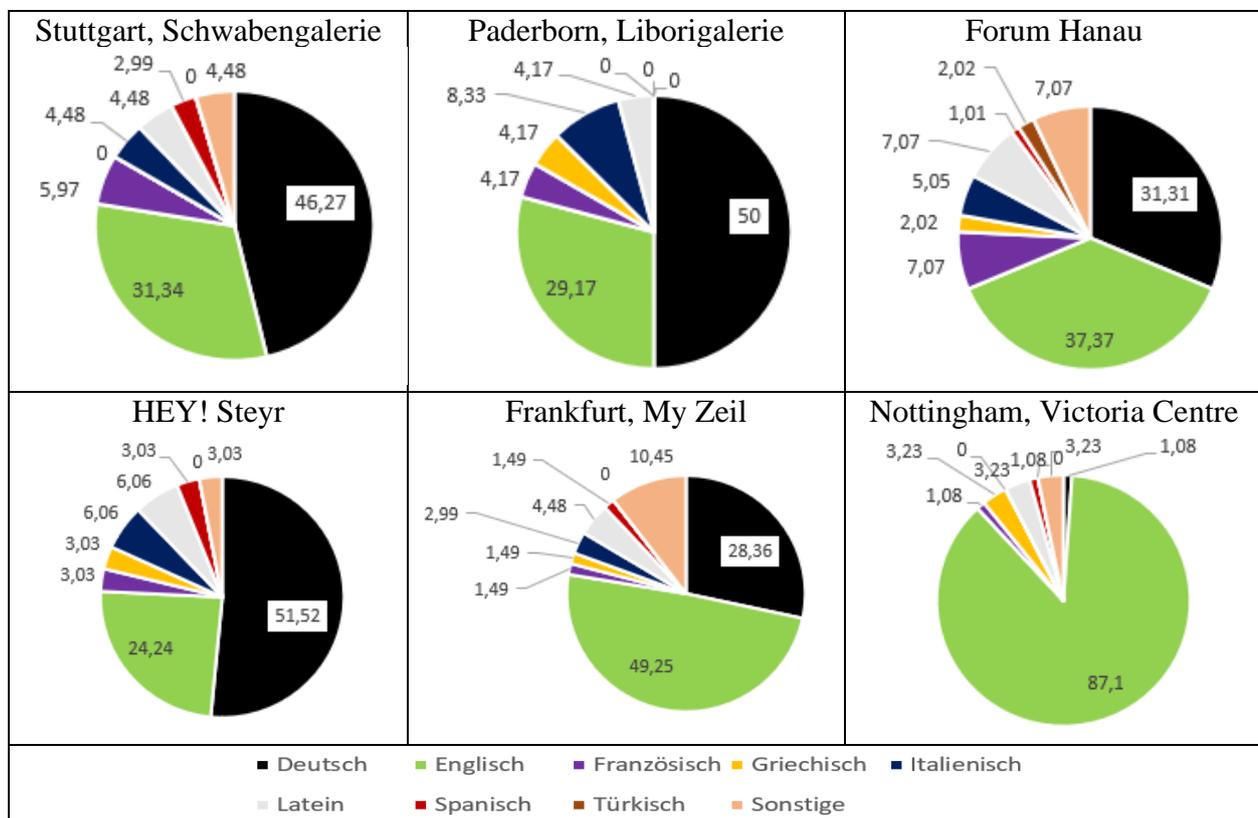
3.11. Exkurs: Geschäftsschilder in Einkaufszentren

Einkaufszentren wirken auf den ersten Blick relativ gleichförmig. Deshalb war zu überprüfen, ob alle Einkaufszentren die gleiche Prägung haben.

Von den 334 Einträgen haben 166 ein Wort, 124 zwei, 35 drei, 8 vier, eines fünf Wörter; damit beträgt der Durchschnitt 1,66 Wörter pro Schild. Dies ist niedriger als der niedrigste Schnitt für ein Land⁵⁹² und liegt vermutlich daran, dass bei der räumlichen Nähe der einzelnen Geschäfte zueinander weniger Wörter genügen müssen, um die Aufmerksamkeit der Kunden zu erregen.

Nun zu den Sprachen:

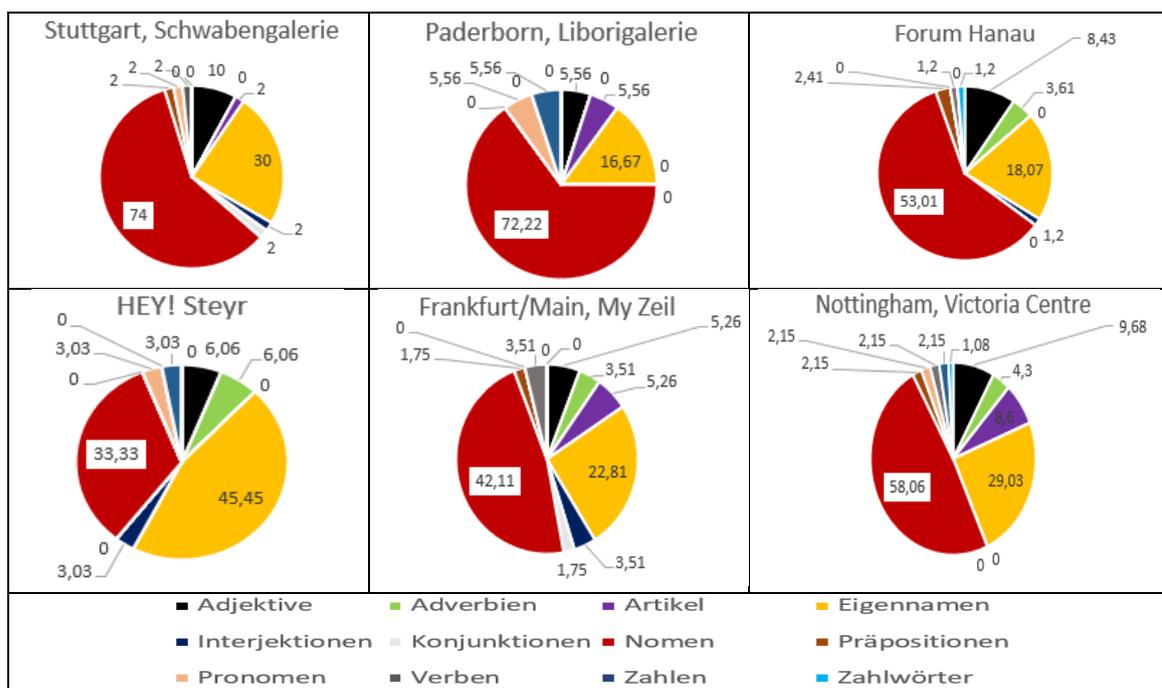
Sprachverteilung in Einkaufszentren



⁵⁹² Vgl. Kapitel 3.10.

Der Anteil an Landessprache ist im Frankfurter *My Zeil* am niedrigsten, am höchsten in Nottingham. Schon in Abschnitt 3.9. wurde deutlich, dass es für die Engländer kaum eine Alternative zu ihrer Landessprache gibt. In Deutschland wird im *My Zeil* mit Abstand am meisten Englisch eingesetzt. Mit 49,25 % übertrifft das Englische hier sogar das Deutsche. Im *My Zeil* findet sich auch der höchste Prozentsatz bei den sonstigen Sprachen mit 10,45 %, die Geschäftsinhaber dieses Zentrums streben also einen internationalen Touch an. Den niedrigsten Anteil Englisch mit 24,24 % und den höchsten für Deutsch mit 51,52 % sieht man im *HEY! Steyr*. Vermutlich spielen die mitunter teuren Mieten in Einkaufszentren eine Rolle beim insgesamt hohen Aufkommen von Englisch, da international tätige Ketten diese wohl leichter finanzieren können. Firmen, die in mehreren Ländern agieren, wählen vermehrt englische Namen⁵⁹³.

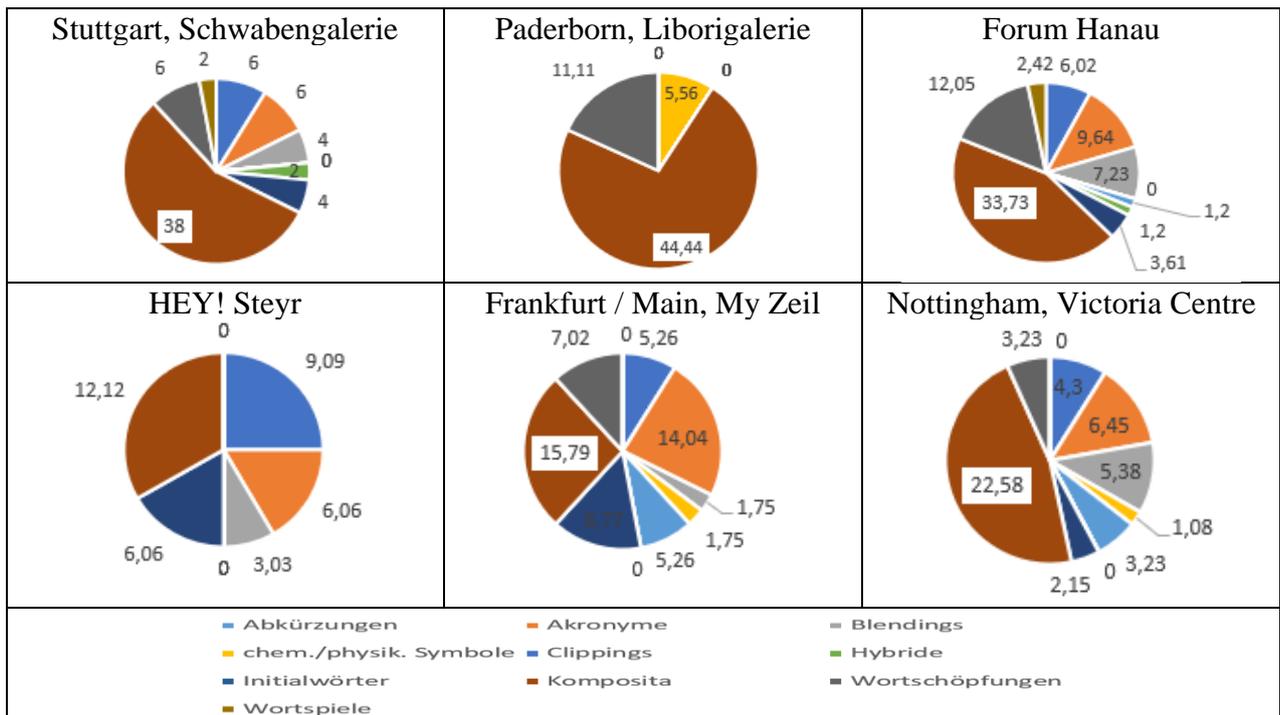
Wortarten in Einkaufszentren



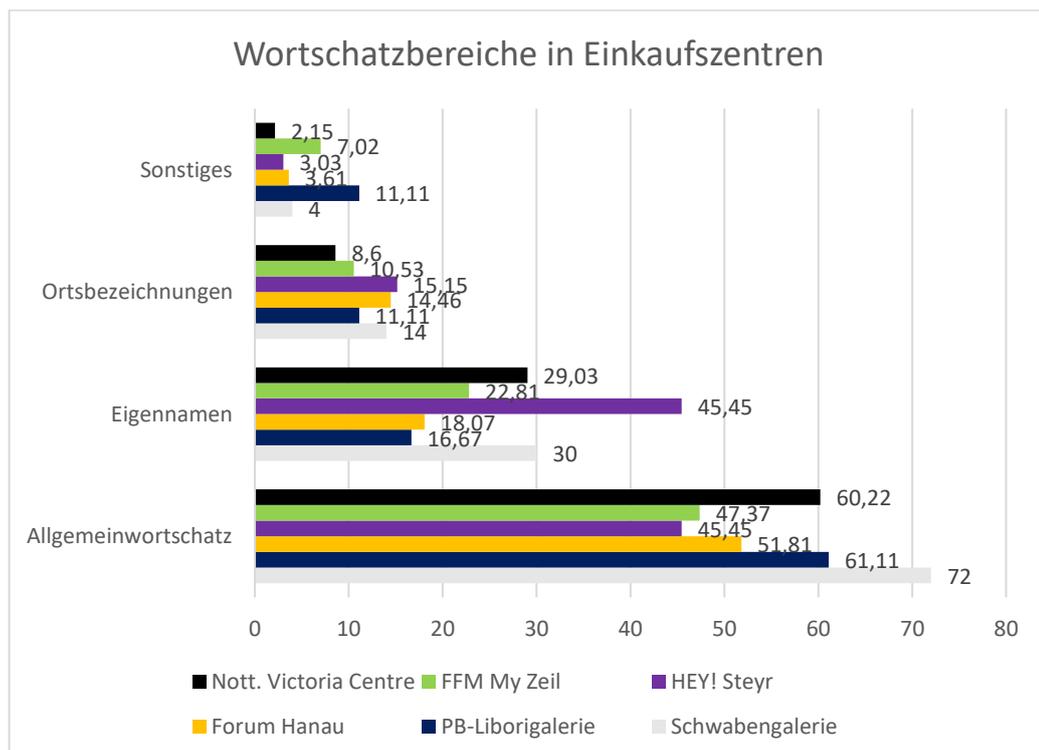
Bei den Wortarten ist das Bild ausgesprochen gemischt. Während in der *Schwabengalerie* 10,00 % Adjektive und 74,00 % Nomen verwendet werden, sind es in *My Zeil* nur 5,26 % Adjektive und in *HEY! Steyr* nur 33,33 % Nomen. Im *Victoria Centre* ist mit 8,6 % Artikeln der höchste Prozentsatz belegt, im *Forum Hanau* und im *HEY! Steyr* sind es 0 %.

⁵⁹³ Hierzu wäre eine gesonderte Analyse notwendig.

Wortbildung in Einkaufszentren



Bei der Wortbildung gibt es nur bei Komposita und Wortschöpfungen auffällige Unterschiede. Im *HEY! Steyr* gibt es nur 12,12 % Komposita, in der *Liborigalerie* 44,44 %. Wortschöpfungen bewegen sich zwischen 0 % in Steyr bis zu 12,05 % in Hanau. Bei den 10 Hanauer Geschäften, die Wortschöpfungen auf ihren Schildern enthalten, sind die Hälfte Filialen von Ketten.



Auch bei den Wortschatzgruppen sind starke Schwankungen zu verzeichnen. Der Allgemeinwortschatz sinkt von 72,00 % in der *Schwabengalerie* bis auf 45,45 % im *HEY! Steyr*. Eigennamenanteile bewegen sich zwischen 45,45 % in Steyr bis 16,67 % in Paderborn. Ortsbezeichnungen bleiben in ähnlichen Bereichen zwischen 15,15 % in Steyr und 8,6 % in Nottingham. Sonstiges liegt zwischen 2,15 % in Nottingham und 11,11 % in Paderborn.

Im Gegensatz zum ersten Eindruck ist das Bild bei den untersuchten Einkaufszentren ausgesprochen gemischt. Die Prozentzahlen unterscheiden sich teilweise stark hinsichtlich Sprachen, Wortarten, Wortbildung und sogar Wortschatzbereich.

3.12. Alternative Bewertung der Sprachen in Deutschland

Da Eigennamen im Grunde nur auf bestimmte Individuen verweisen, also reinen Referenzcharakter haben, erfolgt hier für Deutschland eine zweite Bewertung der Sprachanteile. Hierfür wurden alle Eigennamen aus der Bewertung genommen. Beispielsweise gilt dann *FS EXCLUSIVE CARS* (Eichstätt) nicht mehr als italienisch + englisch (*FS* kürzt einen italienischen Eigennamen ab), sondern als einsprachig englisch. Für Schilder, die nur aus Eigennamen bestehen, wird die neue Kategorie ‚keiner Sprache zugeordnet‘ eingeführt.

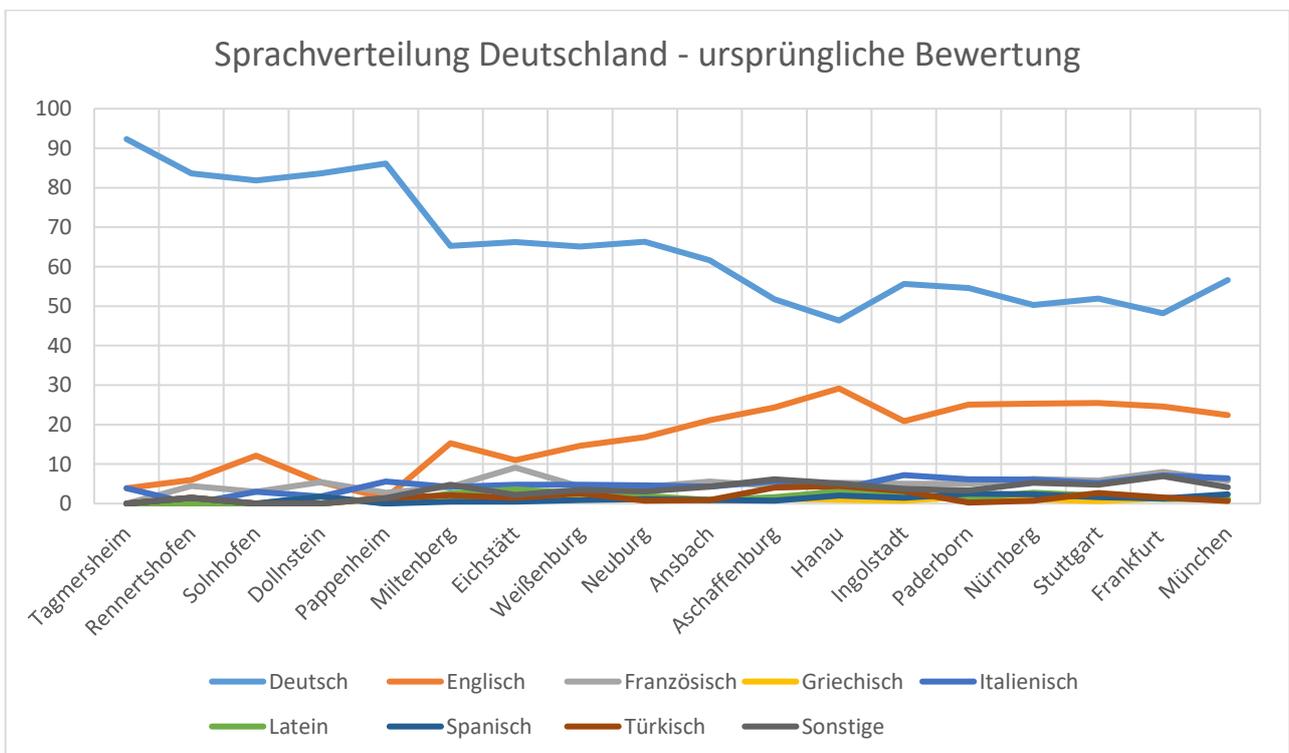
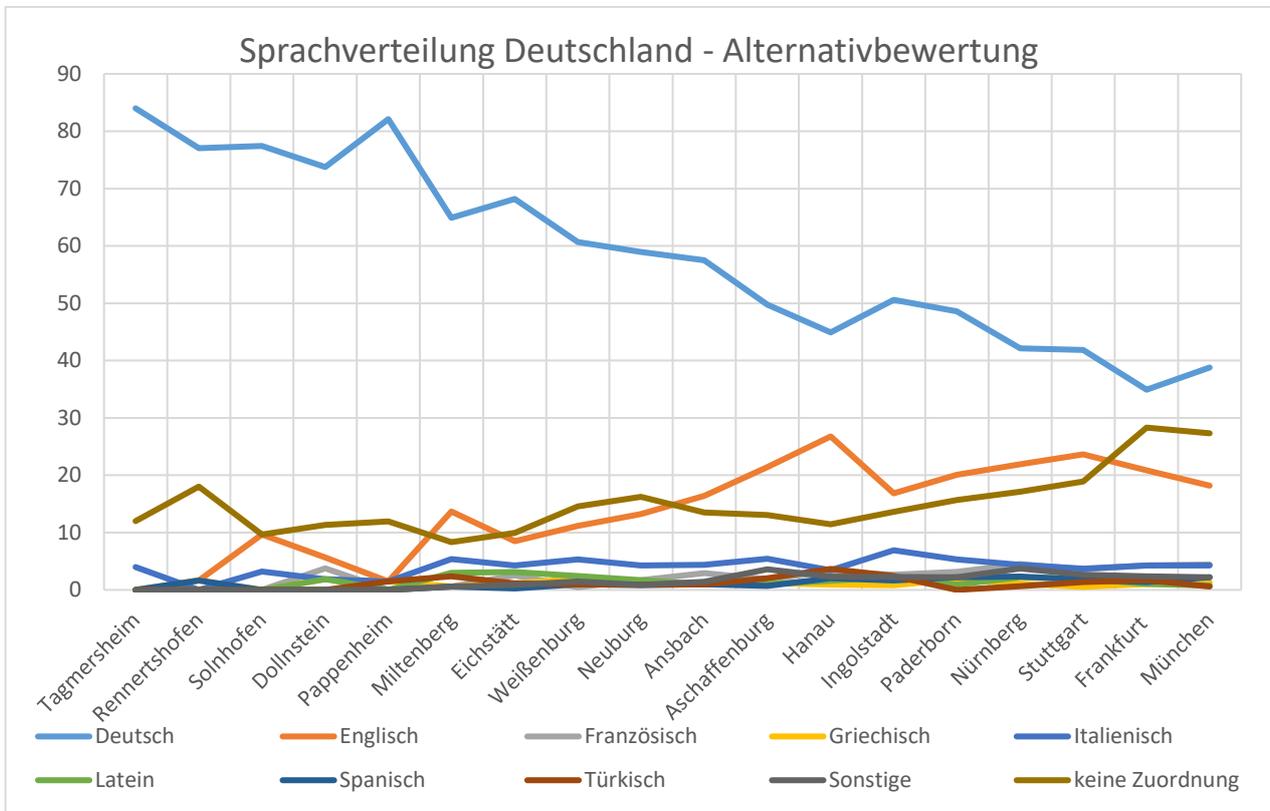
Das zweite geänderte Kriterium ist die Sprachzuordnung von ab 1800 aufgenommenen Fremdwörtern im Deutschen. Die Sprachverwender nehmen hochfrequente Wörter als ihrer eigenen Sprache zugehörig wahr⁵⁹⁴. Infolgedessen wurden Wörter nun als deutsch gewertet, wenn sie als häufig gelten. Die Häufigkeitsangabe des *DWDS*⁵⁹⁵ liegt dieser Einstufung zugrunde. Die Häufigkeitsbewertungen des *DWDS* basieren auf maschinellen Auswertungen großer Textkorpora. Sie erfolgen beim jeweiligen Wort in Form von einem bis maximal sieben Häufigkeitsbalken. Für jede Balkenanzahl gibt es definierte Bereiche der Häufigkeit. Der erste Balken liegt bei 5 bis 1.115-maligem Vorkommen in den Textkorpora, der zweite geht bis 11.153, der dritte bis 111.539, der vierte bis 1.115.394, der fünfte bis 111.539.457 und der sechste bis 35.271.873.584⁵⁹⁶. Ab vier Balken wurde als

⁵⁹⁴ Vgl. Mitsche 2015: 80

⁵⁹⁵ *DWDS* = Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache

⁵⁹⁶ Vgl. *DWDS*: Worthäufigkeit

häufig angesehen, darunter gilt das Wort als selten. Wörter wie *Restaurant*, *Café* / *Cafe* oder *der Service*⁵⁹⁷ gelten dann nicht mehr als französisch bzw. englisch, sondern als deutsch. Hier die alternative und die ursprüngliche Sprachverteilung:



⁵⁹⁷ Vgl. DWDS: s.v. Restaurant, Café, der Service, 08.07.2023

Die genauen Ergebnisse der Alternativbewertung sind in dieser Tabelle angegeben (Höchstwerte fett):

Sprache / Ort	Dt	E	Fr	Griech	Ital	Latein	Sp	Türk	sonst	keine Zuordnung
Tagmers-heim	84,00	0	0	0	4,00	0	0	0	0	12,00
Rennerts_hofen	77,05	1,64	0	1,64	0	0	1,64	0	0	18,03
Solnhofen	77,42	9,68	0	0	3,23	0	0	0	0	9,68
Dollnstein	73,78	5,66	3,77	1,87	1,87	1,87	0	0	0	11,32
Pappenheim	82,09	1,49	0	1,49	1,49	0	0	1,49	0	11,94
Miltenberg	64,88	13,69	0,60	0,60	5,36	2,98	0,60	2,38	0,60	8,33
Eichstätt	68,18	8,52	2,56	1,14	4,26	3,12	0,28	1,14	0,85	9,94
Weißenburg	60,68	11,17	0,49	1,94	5,34	2,43	0,97	0,97	1,46	14,56
Neuburg	58,97	13,25	1,71	1,28	4,27	1,71	0,85	0,85	0,85	16,24
Ansbach	57,49	16,43	2,90	0,97	4,35	0,97	0,97	0,97	1,45	13,53
Aschaffenburg	49,75	21,39	1,87	1,19	5,43	1,02	0,68	2,04	3,57	13,07
Hanau	44,92	26,77	3,20	0,92	3,43	1,60	2,06	3,66	2,29	11,44
Ingolstadt	50,61	16,87	2,64	0,81	6,91	2,24	1,63	2,44	2,24	13,62
Paderborn	48,59	20,06	3,13	1,88	5,33	0,94	2,19	0	2,19	15,67
Nürnberg	42,15	21,93	4,51	1,09	4,35	2,18	2,33	0,62	3,73	17,11
Stuttgart	41,85	23,62	3,59	0,55	3,73	1,93	1,80	1,38	2,62	18,92
Frankfurt	34,92	20,85	4,24	1,02	4,24	1,02	1,36	1,69	2,37	28,31
München	38,77	18,21	4,41	1,32	4,26	0,73	2,20	0,59	2,20	27,31

Der Vergleich der Grafiken zeigt, dass die beiden Linien für Deutsch und Englisch zwar einen ähnlichen Verlauf haben, die Prozentzahlen jedoch niedriger liegen, z. B. für Deutsch maximal 84 % statt 92,31 %, und minimal 34,92 % statt 46,36 % und für Englisch maximal 26,77 % statt 29,15 %. Die neu entstandene Kategorie ‚keine Sprachzuordnung‘ liegt zwischen 8,33 % und 28,31 %. Während bei der ursprünglichen Bewertung Französisch und Italienisch zusammen den dritten Platz in der Häufigkeit einnahmen, gehört dieser nun allein Italienisch⁵⁹⁸. Die sonstigen Sprachen, die vorher viele ausländische Eigennamen enthielten, liegen nun bei maximal 3,73 % gegenüber vorher 6,93 %.

Die Kategorie ‚keine Sprachzuordnung‘ beinhaltet ausschließlich Schilder, auf denen nur Eigennamen stehen. Die Tatsache, dass diese mit der Einwohnerzahl ansteigen, widerspricht den Erkenntnissen der Namenskunde, dass Eigennamen im Zuge der Globalisierung weniger zum Einsatz kommen⁵⁹⁹. Die Globalisierung zeigt sich durch vermehrten Einsatz der *lingua franca* Englisch umso mehr, je größer der

⁵⁹⁸ Hierzu ist anzumerken, dass die vielen Pizzerien im Korpus nach wie vor als italienisch gelten, da das Wort *Pizzeria* – im Gegensatz zu *Pizza* – nicht so häufig ist, vgl. DWDS: s.v. *Pizzeria* und *Pizza*, 08.07.2023

⁵⁹⁹ Vgl. Kapitel 2.5.

Ort ist. Also müssten nach der These der Namenskunde Eigennamen eher abnehmen; das Gegenteil ist der Fall.

Grundsätzliche Ergebnisse meiner Studie bleiben jedoch unberührt. Nach wie vor ist die Landessprache Deutsch die bei weitem häufigste Sprache und Englisch die zweithäufigste. Auch die Tendenz, dass grundsätzlich Deutsch mit der Größe des Ortes abnimmt und Englisch im Gegensatz dazu zunimmt, ist deutlich zu sehen. Wie bei der ursprünglichen Bewertung kann dies nicht als absolute Regel gesehen werden. Überraschend ist, dass die Anzahl der Schilder ohne Sprachzuordnung mit der Ortsgröße zunimmt.

4. Weitere Auswertungen des erfassten Datenmaterials

4.1. Die Sprachkombinationen

Ein besonderes Augenmerk wird in diesem Kapitel auf die Sprachkombinationen gerichtet. Bei der Auswertung der Orte blieb unberücksichtigt, ob eine Sprache an erster oder zweiter Stelle auf dem Geschäftsschild steht, ob also bei einer Kombination von Deutsch + Englisch das Deutsche das vordere Element darstellt oder das hintere. Nun wird untersucht, ob sich in diesem Bereich statistische Auffälligkeiten zeigen.

Die folgende Tabelle ist in alphabetischer Reihenfolge angegeben. Für sonstige Sprachen oder solche, die sich nicht zuordnen lassen, steht das Fragezeichen, das vor Buchstaben einsortiert wird. Zu lesen ist die Tabelle zeilenweise. Beim Wechsel der Erstsprache wird eine neue Zeile begonnen. Hier sind zunächst die 969 zweisprachigen Schilder in Deutschland, das Maximum ist pro Erstsprache fett markiert:

35 ?+Dt	31 ?+E	2 ?+Fr	1 ?+Griech	1 ?+Ital	1 ?+Sp
31 Dt+?	263 Dt+E	53 Dt+Fr	6 Dt+Griech	17 Dt+Ital	17 Dt+Latein
4 Dt+Sp	18 Dt+Türk				
13 E+?	155 E+Dt	7 E+Fr	16 E+Ital	2 E+Latein	1 E+Sp
8 E+Türk					
4 Fr+?	86 Fr+Dt	11 Fr+E	1 Fr+Griech	9 Fr+Ital	2 Fr+Latein
1 Fr+Sp	1 Fr+Türk				
1 G+?	9 Griech+Dt	3 Griech+E	1 Griech+Fr		
14 I+Dt	18 Ital+E	1 Ital+Fr	1 Ital+Latein	1 Ital+Sp	1 Ital+Türk
43 L+Dt	9 Ital+E	4 Latein+Fr	2 Latein+Griech		
17 Sp+Dt	4 Sp+E	1 Sp+Fr	1 Sp+Ital		
25 T+Dt	12 Türk+E	3 Türk+Fr	1 Türk+Ital		

Zählt man die Elemente mit Deutsch als erster Sprache zusammen, ergeben sich 409, mit Deutsch als zweitem Element sind es 384. Einen statistisch signifikanten Unterschied gibt es also nicht. Bei den übrigen Sprachen findet man mit zwei Ausnahmen ein überwiegendes Vorkommen als erstes Element. Für Französisch sind es 115 Kombinationen als erstes Element gegenüber 72 als zweites, für Griechisch 14 gegenüber 8, für Latein 58 gegenüber 22, für Spanisch 23 gegenüber 8, für Türkisch 41 gegenüber 28 und für sonstige Sprachen 71 gegenüber 49. Hier gibt es sehr wohl einen sichtbaren Unterschied, als erstes Element sind diese Sprachen deutlich häufiger. Aus dem Rahmen fallen die Schilder mit Englisch mit 202-mal erstes und 351-mal zweites sowie die mit Italienisch mit 36-mal erstes und 45-mal zweites Element sowie die mit Deutsch. Eine Erklärung hierfür konnte nicht gefunden werden.

73 Schilder sind dreisprachig. Hier gibt es viele unterschiedliche Kombinationen:

1 ? + Dt + E	1 ? + Dt + Fr	1 ? + Latein + Dt		
1 Dt + ? + E	1 Dt + E + Fr	2 Dt + Fr + ?	3 Dt + Fr + E	2 Dt + Fr + Griech
18 Dt + Fr + Ital	1 Dt + Griech + Ital	1 Dt + Türk + E		
1 E + Dt + Ital	1 E + Dt + Sp	2 E + Fr + Dt	10 E + Dt + Latein	
2 Fr + Dt + E	4 Fr + E + Dt	2 Fr + E + Sp	1 Fr + Sp + Ital	
3 Griech + Dt + E				
1 Ital + ? + E	1 Ital + Dt + E	2 Ital + Dt + Fr	1 Ital + E + Dt	2 Ital + E + Fr
1 Latein + ? + Fr	3 Latein + Dt + ?	1 Latein + E + Dt		
1 Sp + E + Fr				
1 Türk + Latein + D	1 Türk + Fr + Dt			

Die einzigen auffälligen Häufungen sieht man bei den 18 Kombinationen deutsch + französisch + italienisch sowie bei den zehn Mal englisch + deutsch + lateinisch. Beispiele für ersteres sind *EISCAFE DOLOMITI* (Aschaffenburg, Weißenburg), *Eis Cafe Venezia* (Aschaffenburg, Weißenburg), *EISCAFE LATINA* (Aschaffenburg), *Eiscafé Da Vinci* (Frankfurt), *EIS CAFE MAZZUCCO* (Hanau), *Eiscafé da Manuele* (Neuburg), *Eiscafé San Marco* (Neuburg), *Eis Cafe da Stefano* (Neuburg), *EIS CAFE SIRENA* (Nürnberg), *original ital. Eiscafé Artusa* (Paderborn), *EISCAFÉ NUNZIATA* (Paderborn), *Eiscafé Canaletto* (Stuttgart, Schwabengalerie). Manche Eiscafé gibt es mehrfach am selben Ort. Die Liste zeigt, dass unterschiedliche Schreibweisen verwendet werden, also Café mit oder ohne Akzent, Eiscafé als ein Wort oder zwei, nur Großbuchstaben oder Groß- und Kleinbuchstaben. Bei der zweiten Kombination handelt es sich um das Reiseunternehmen *TUI*, das in vielen Städten zu finden ist. Dieses Akronym setzt sich zusammen

aus ‚Touristik Union International‘. Der erste Teil *Touristik* wurde im 19. Jh. aus dem Englischen entlehnt, *Union* ist seit dem 16. Jh. gebräuchlich und *international* wurde im 19. Jh. aus den lateinischen Teilen *inter-* und *natio* gebildet, heißt also ‚zwischenvolklich‘⁶⁰⁰. So entsteht die Sprachkombination englisch + deutsch + lateinisch. Bei der Alternativbewertung, die in Kapitel 3.12. besprochen ist, werden *Eiscafé* und *international* als deutsch gewertet; lediglich *Touristik* bleibt unverändert als englisch gewertet stehen, da das Wort niederfrequent ist.

Vier Sprachen kommen nur zwei Mal vor, nämlich sonstige Sprache + französisch + deutsch + englisch bei *Czech’s Autowasch-Center* und griechisch + englisch + deutsch + französisch bei *TKI Automotive GmbH*; TKI steht für ‚Thermomanagement, Komfortelektronik, Innenraumklimatisierung‘ (beide Eichstätt). Dabei ist griechisch *thermos* ‚warm‘ enthalten, *Management* und *Komfort* sind englische Lehnwörter, *Innenraum* ist deutsch und *Auto* wurde aus dem Französischen übernommen⁶⁰¹. Danach gibt es zwar noch einmal Deutsch, es wurde jedoch keine Sprache ein zweites Mal aufgeführt.

Bei zweisprachigen Schildern finden sich die meisten Fremdsprachen häufiger als erstes Element, nur Englisch und Italienisch sind als zweites öfter belegt. Deutsch kommt an beiden Stellen fast gleich oft vor. Die häufigste Kombination ist Deutsch + Englisch, gefolgt von Englisch + Deutsch. Ansonsten ist nur noch Französisch + Deutsch nennenswert. Mehrsprachige Schilder weisen nur zwei Häufungen auf, nämlich Deutsch + Französisch + Italienisch bei Eiscafés vom Typ: Eiscafé + italienische Ortsbezeichnung (z. B. *Venezia*) und Englisch + Deutsch + Latein bei der Kette *TUI*, die im Korpus mehrfach belegt ist. Wortbildungsmuster in einzelnen Branchen und Ketten können also für ein häufigeres Vorkommen bestimmter Formen verantwortlich sein.

⁶⁰⁰ Vgl. Kluge 2011: s.vv. *Tourist*, *Union*, *international*

⁶⁰¹ Vgl. Kluge 2011: s.v. *Auto*

4.2. Die Branchen

Diese Untersuchung hat den Zweck herauszufinden, ob es in den Branchen hinsichtlich der erfassten Kriterien erkennbare Trends gibt. In diesem Kapitel sind die Branchen nach der Häufigkeit ihres Vorkommens in Deutschland aufsteigend sortiert⁶⁰².

4.2.1. Die Branchen der Geschäftsschilder in den deutschen Orten

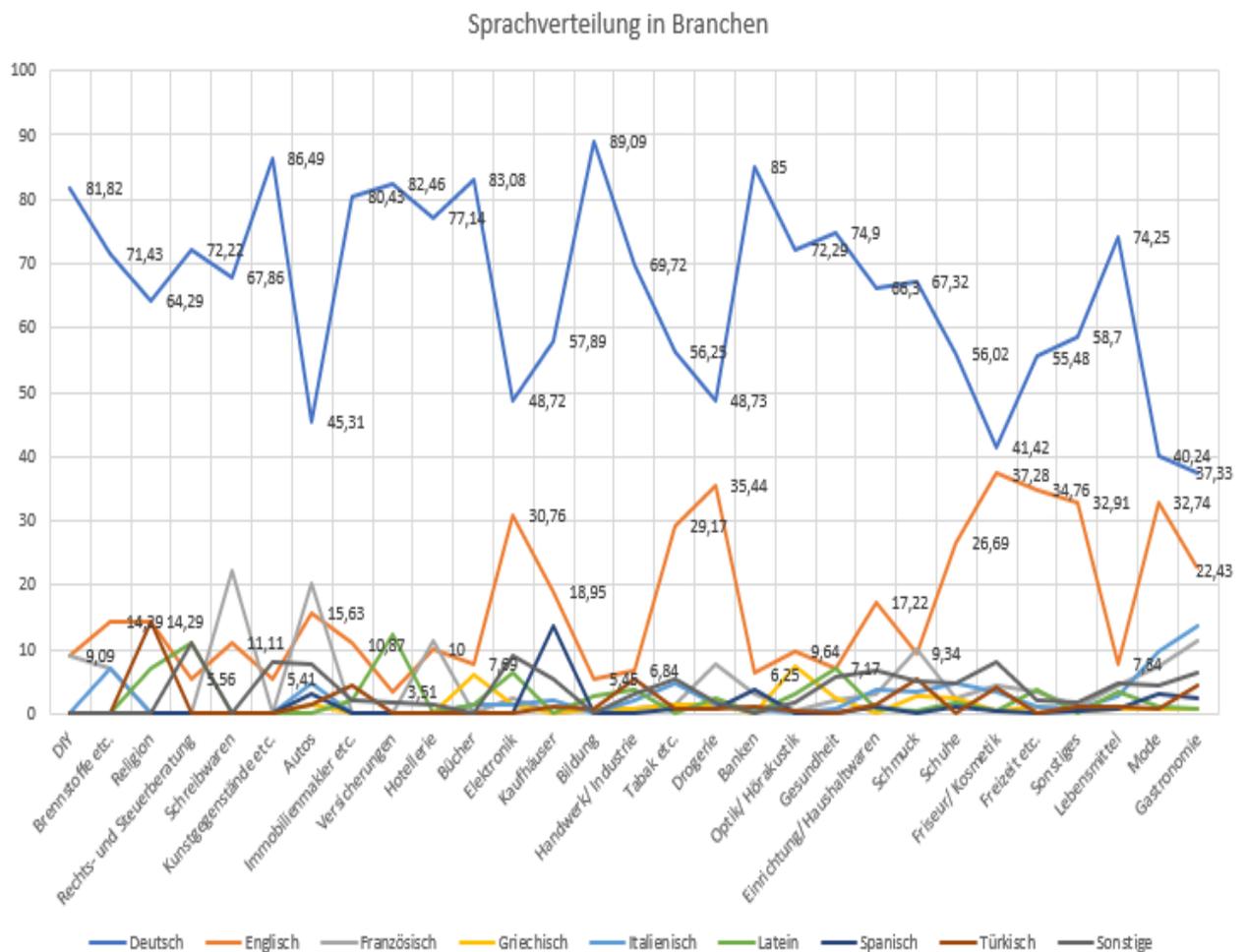
Branche	Erläuterungen	Anzahl	Wortzahl
Autos	inklusive Zubehör, Wartung, Reparatur und Pflege	38	1,63
Immobilienmakler / Architekten / Ingenieure		41	1,98
Versicherungen		49	1,92
Hotellerie		56	2,25
Bücher		57	1,96
Elektronik		60	1,65
Kaufhäuser	Produkte unterschiedlicher Art, die mehreren Kategorien angehören	67	1,52
Bildung	Schulen aller Art, Nachhilfeinstitute, Erwachsenenbildungsträger	105	1,89
Handwerk / Industrie		110	1,98
Tabak / Glücksspiel / Zeitungen	Diese Kombination ist wegen der Kioske erforderlich, da sie alle drei Bereiche abdecken. Es kommen auch reine Tabakgeschäfte, Casinos und Wettbüros vor.	120	1,92
Drogerien	inklusive Parfümerien	146	1,49
Banken	inklusive. Bausparkassen	151	1,90
Optik / Hörakustik	Brillen, Kontaktlinsen etc. und Hörgeräte	153	1,75
Gesundheit	Apotheken, Reformhäuser, Logopädie-, Physiotherapie-, Thaimassagepraxen u. ä.	209	2,10
Einrichtung / Haushaltwaren	Möbel-, Haushaltwaren- und Dekorationsartikelgeschäfte	235	1,62
Schmuck	Juweliere, Uhren- und Modeschmuckgeschäfte	242	1,66
Schuhe / Lederwaren		244	1,49
Friseur / Kosmetik	inklusive Nagelstudios	253	2,11

Branche	Erläuterungen	Anzahl	Wortzahl
---------	---------------	--------	----------

⁶⁰² Dies handhabe ich so, weil die Aussagekraft der Statistik mit der Anzahl der erfassten Schilder steigt.

Freizeit / Hobby / Sport	Reisebüros; Bastel- und Hobbybedarf; Fotografie, Fitnessstudios u. ä.	309	2,05
Sonstiges	alles, was sich keiner der aufgelisteten Branchen zuordnen lässt	408	1,76
Lebensmittel	Geschäfte mit Schwerpunkt Lebensmittel; hierzu gehören auch Vollsortimenter wie <i>EDEKA, Lidl, ALDI</i> etc.	461	1,85
Mode / Accessoires	Kleidung, Unterbekleidung, Kleidungszubehör wie Schals	894	1,58
Gastronomie	Restaurants, Cafés, Imbiss	982	1,92

Bei den Wortzahldurchschnitten in Deutschland können keine interpretierbaren Auffälligkeiten abgelesen werden. Die folgende Grafik zeigt die Sprachverteilung in deutschen Branchen, wobei für Deutsch und Englisch die Werte eingefügt sind:



In allen Branchen ist die Landessprache Deutsch am häufigsten vertreten. Unter 45 % liegen die Schilder der Branchen ‚Friseur / Kosmetik‘, ‚Gastronomie‘

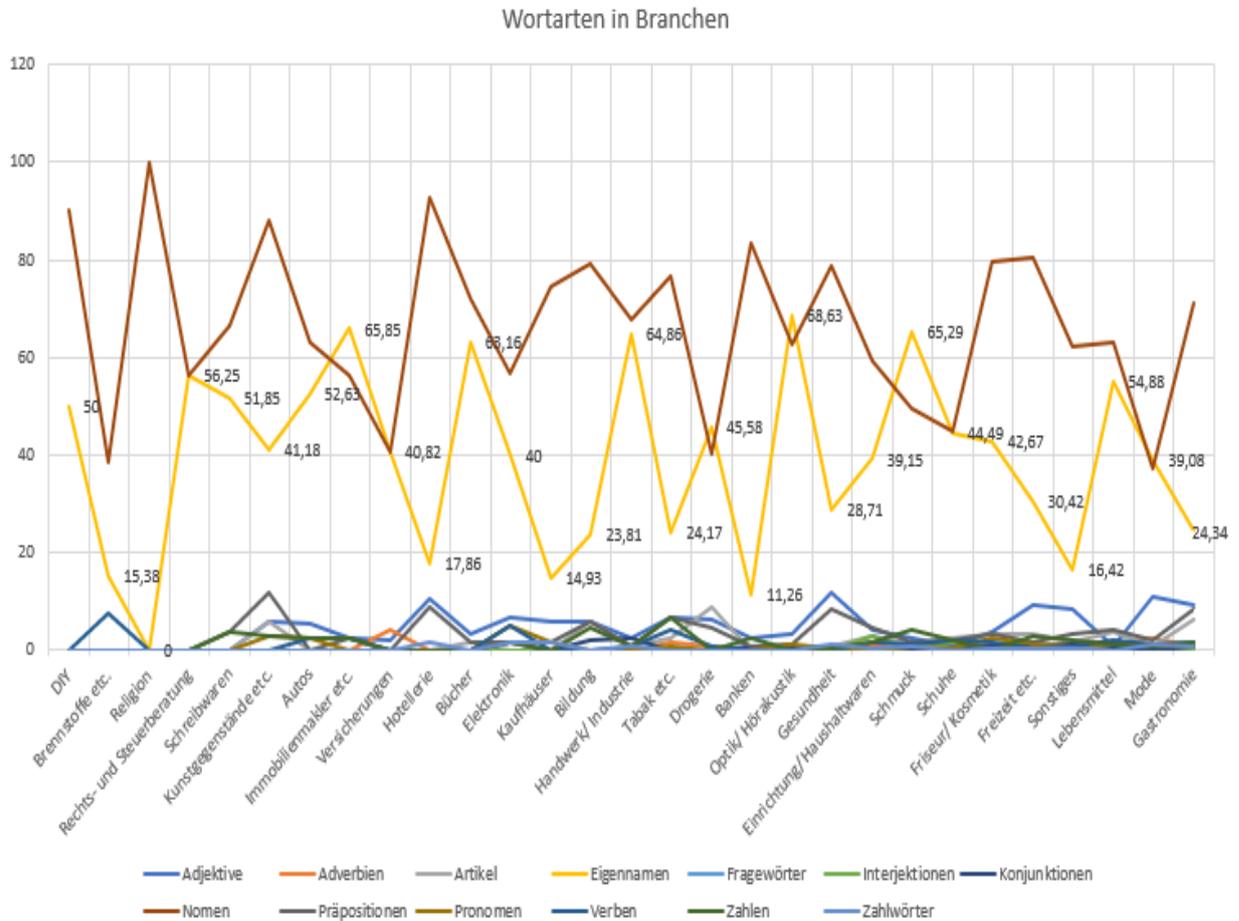
und ‚Mode‘. Über 85 % finden sich bei denen der ‚Bildung‘ und der ‚Kunstgegenstände etc.‘. Die beliebteste Fremdsprache ist Englisch; die Spannbreite geht von den Schildern der ‚Versicherungen‘ mit 3,51 % bis zu denen der Branche ‚Friseur / Kosmetik‘ mit 37,28 %. Mehr französische als englische Schilder gibt es nur bei ‚Autos‘⁶⁰³ mit 20,31 % und ‚Schreibwaren‘ mit 22,22 %. Die Schilder von ‚Gastronomie‘ mit 11,37 %, ‚Hotellerie‘ mit 11,43 %, und ‚Schmuck‘ mit 9,74 % folgen. In den Branchen ‚Brennstoffe‘, ‚DIY‘ und ‚Drogerie‘ liegen die Prozentzahlen zwischen 5 % und 10 %, der Rest darunter. Griechisch findet sich bei ‚Bücher‘ mit 6,15 % und bei ‚Optik / Hörakustik‘ mit 7,23 %, ansonsten liegt es unter 3 %. Italienisch ist bei ‚Brennstoffe etc.‘ mit 7,14 %, bei ‚Gastronomie‘ mit 13,82 % und bei ‚Mode‘ mit 9,57 %, in den übrigen Branchen unter 5% belegt. Latein ist beliebt in den Branchen ‚Elektronik‘ mit 6,41 %, ‚Gesundheit‘ mit 7,17 %, ‚Rechts- und Steuerberatung‘ mit 11,11 %, ‚Religion‘ mit 7,17 % und ‚Versicherung‘ mit 12,28 %; auch hier liegen die übrigen Branchen unter 5 %. Mehr als diesen Prozentsatz für Spanisch weisen nur die Schilder bei ‚Kaufhäuser‘ mit 13,68 %, Türkisch bei ‚Handwerk / Industrie‘ mit 5,26 %, ‚Religion‘ mit 14,29 % und ‚Schmuck‘ mit 5,24 % auf.⁶⁰⁴

Am Linienverlauf lässt sich ein mit höherer Schilderzahl in einer Branche zunehmender Trend zu mehr Englisch und anderen Fremdsprachen ablesen. Besonders niedrige Werte für Deutsch fallen meist mit hohen Werten für Englisch zusammen wie bei den Branchen ‚Elektronik‘ und ‚Drogerie‘. Es können jedoch auch unterschiedliche Fremdsprachen zusammen niedrige Werte für Deutsch erklären, was in der ‚Gastronomie‘ besonders auffällig ist. Außerdem steigt grundsätzlich die Anzahl der Sprachen mit der Häufigkeit der Schilder einer Branche, allerdings nur bis zu einem gewissen Punkt, an dem eine Art Sättigung erreicht zu sein scheint. Lediglich in der Gastronomie gibt es wohl keine Limitierung, da sich hier die vielen auswärtigen Speisenangebote deutlich in der Sprachwahl niederschlagen.

⁶⁰³ Auch dies liegt daran, dass das Wort *Auto* aus dem Französischen entlehnt wurde. Da es hochfrequent ist, wird es in der alternativen Auszählung in Kapitel 3.12. als deutsch gewertet.

⁶⁰⁴ Sonstige Sprachen sind verhältnismäßig häufig bei ‚Autos‘ mit 7,81 %, ‚Einrichtung / Haushaltwaren‘ mit 6,59 %, ‚Elektronik‘ mit 8,97 %, ‚Friseur / Kosmetik‘ mit 7,99 %, ‚Gastronomie‘ mit 6,45 %, ‚Gesundheit‘ mit 5,58 %, ‚Kaufhäuser‘ mit 5,26 %, ‚Kunstgegenstände etc.‘ mit 8,11 %, ‚Rechts- und Steuerberatung‘ mit 11,11 %, ‚Schmuck‘ mit 5,05 % und ‚Tabak / Glücksspiel / Zeitungen‘ mit 5,56 %.

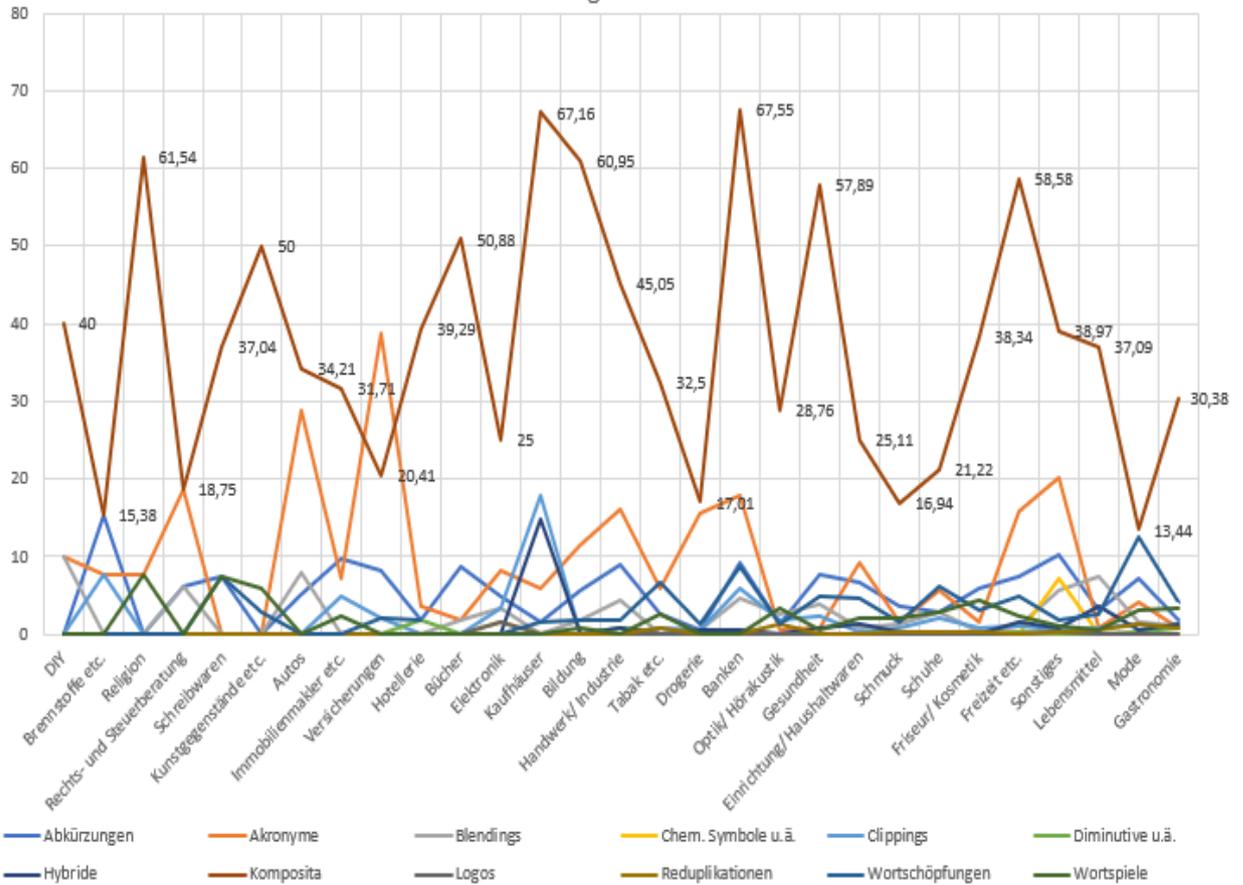
Eine Tendenz zur Anwendung von mehr Varianten, je größer der Ort ist, lässt sich auch bei den Wortarten erkennen, wie die folgende Grafik zeigt⁶⁰⁵:



Nomen kommen am häufigsten vor, allerdings gibt es in den Branchen ‚Drogerie‘, ‚Immobilienmakler‘, ‚Optik / Hörakustik‘, und ‚Schmuck‘ mehr Eigennamen als Nomen. Eigennamen sind in den übrigen Branchen die zweithäufigste Wortart. Die Prozentsätze der Adjektive liegen in der Rangfolge darunter, allerdings sind sie nur bei ‚Gesundheit‘ mit 11,96 %, ‚Hotellerie‘ mit 10,71 % und ‚Mode‘ mit 10,86 % im zweistelligen Bereich. Zwischen 5 % und 10 % liegen sie bei ‚Autos‘, ‚Bildung‘, ‚Drogerie‘, ‚Elektronik‘, ‚Freizeit / Hobby / Sport‘, ‚Gastronomie‘, ‚Kaufhäuser‘, ‚Kunstgegenstände etc.‘, ‚Sonstiges‘ und ‚Tabak / Glücksspiel / Zeitungen‘. Ansonsten gibt es nur wenig über 5 %, nämlich Artikel bei ‚Bildung‘, ‚Drogerie‘, ‚Gastronomie‘ und ‚Kunstgegenstände etc.‘; Präpositionen bei ‚Bildung‘, ‚Gastronomie‘, ‚Gesundheit‘, ‚Hotellerie‘, ‚Kunstgegenstände etc.‘ und ‚Tabak / Glücksspiel / Zeitungen‘.

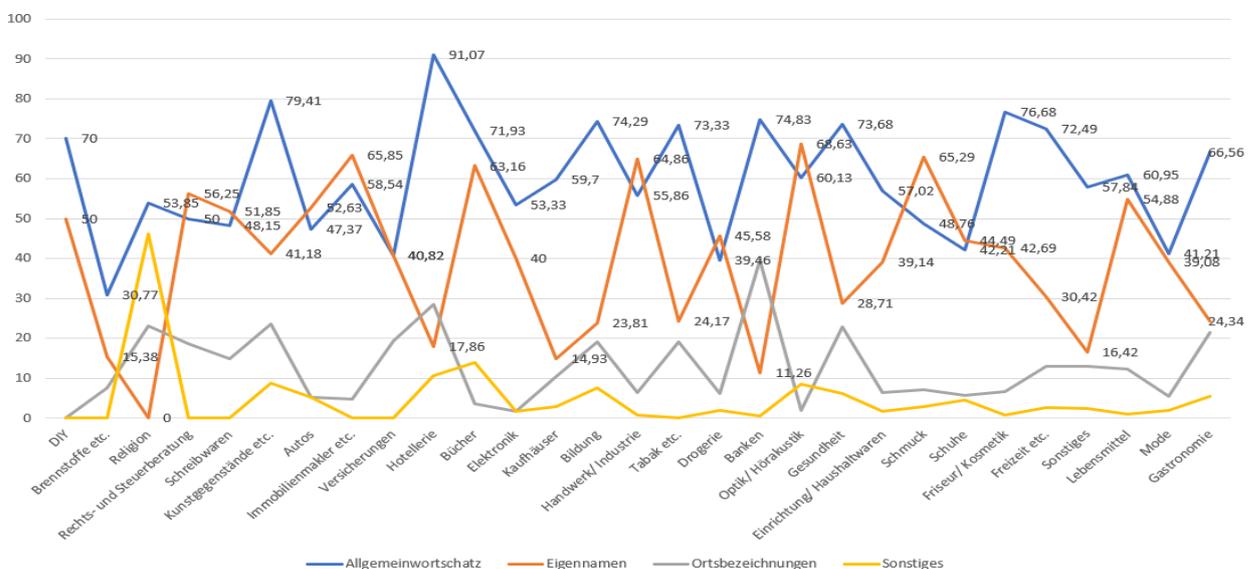
⁶⁰⁵ Wegen der Übersichtlichkeit sind hier nur die Zahlen für Eigennamen eingefügt. Die Zahlen der Nomen können anhand der Linien abgelesen werden. Durch Überschneidungen können nicht beide Zahlenreihen sichtbar gemacht werden.

Wortbildung in Branchen



Komposita sind die beliebteste der analysierten Wortbildungsarten, wobei sich allerdings große Schwankungen zeigen. Es folgen Akronyme, die bei ‚Versicherungen‘ mit 38,78 % sogar mit höheren Prozentzahlen als die Komposita belegt sind. Die Anzahl der Wortbildungsarten steigt grundsätzlich mit der Anzahl der Geschäfte in der jeweiligen Branche.

Wortschatzbereiche in Branchen



Bei den Wortschatzbereichen⁶⁰⁶ ist in erster Linie der Allgemeinwortschatz mit den meisten Schildern belegt. Bei den Branchen ‚Autos‘, ‚Drogerien‘, ‚Handwerk / Industrie‘, ‚Immobilienmakler‘, ‚Optik / Hörakustik‘, ‚Rechts- und Steuerberatung‘, ‚Schmuck‘, ‚Schreibwaren‘ und ‚Schuhe / Lederwaren‘ ist jedoch der Anteil der Eigennamen größer. In diesen Branchen ist der Geschäftsinhaber wohl besonders wichtig. Ortsbezeichnungen werden in bestimmten Branchen hochfrequent verwendet, z. B. bei Banken, wenn diese eine bestimmte Region versorgen. In der Gastronomie beziehen sich die Ortsbezeichnungen meist auf die Gegend, aus der die angebotenen Speisen kommen.

Es gibt eine grundsätzliche Tendenz, mehr Sprachen, Wortarten, Wortbildungsformen und Wörter aus dem Wortschatzbereich ‚Sonstige‘ einzusetzen, je höherfrequent eine Branche ist. Dabei scheint es jedoch eine Art Sättigungspunkt zu geben, ab dem die Werte nicht mehr steigen. Von der Tendenz der Steigerung weichen einige Branchen ab.

In meinem Korpus kann man folgende Sprachpräferenzen erkennen: Deutsch mit einem Anteil von mindestens 70 % finden sich bei Do-It-Yourself, Brennstoffe etc., Rechts- und Steuerberatung, Kunstgegenstände etc., Immobilienmakler, Versicherungen, Bücher, Bildung, Banken, Optik / Hörakustik, Gesundheit und Lebensmittel. Einen Englischanteil von über 20 % haben die Schilder von Elektronik, Drogerien, Friseur / Kosmetik, Freizeit / Hobby / Sport, Sonstiges, Mode und Gastronomie. Über 10 % Französisch sind nur bei Schreibwaren, Hotellerie, Autos, Schmuck und Gastronomie belegt, über 10 % Italienisch nur bei Mode. Die weiteren Sprachanteile sind, statistisch gesehen, zu vernachlässigen.

4.2.2. Branchenvergleich der Geschäftsschilder aller fünf Länder

Es wurde bereits deutlich, dass Statistiken mit einer geringen Anzahl an Einträgen nicht für Vergleiche geeignet sind. Daher werden hier nur diejenigen Branchen aufgeführt, die in Deutschland mindestens 200 Einträge aufweisen. Bei dieser Größenordnung produzieren einzelne ungewöhnliche Geschäftsschilder tatsächlich keine Verzerrungen der Statistik, wie z. B. ein Eintrag mit zehn Wörtern und einer

⁶⁰⁶ Auch hier wurden wegen der Übersichtlichkeit nur die Zahlen für Eigennamen eingefügt.

mit sieben bei ‚Sonstiges‘ deutlich macht, das trotzdem eine durchschnittliche Wortzahl von lediglich 1,76 aufweist. Da es sich bei ‚Sonstiges‘ um keine einheitliche Branche handelt, wird dies trotz der 408 Schilder in Deutschland weggelassen. Die Reihenfolge geht wie in Kapitel 3.2.1. nach der Häufigkeit in Deutschland. Zunächst zu den Schilder- und Wortzahlen (Höchstwert pro Branche fett markiert):

Schilderzahl	D	A	CH	F	GB	Wortzahl	D	A	CH	F	GB
Gesundheit	209	26	47	23	46		2,10	2,15	2,28	2,43	2,43
Einrichtung / Haushaltwaren	235	44	30	29	46		1,62	1,73	1,60	2,03	2,30
Schmuck	242	53	50	32	53		1,66	1,62	1,60	1,88	1,72
Schuhe / Lederwaren	244	34	34	34	37		1,49	1,35	1,79	1,62	1,49
Friseur / Kosmetik	253	35	47	50	108		2,11	1,86	2,13	2,04	2,23
Freizeit / Hobby / Sport	309	43	47	37	94		2,05	1,84	1,91	2,30	1,99
Lebensmittel	461	70	61	63	86		1,85	1,61	1,72	2,78	1,95
Mode / Accessoires	894	153	140	131	181		1,58	1,53	1,56	1,76	1,69
Gastronomie	982	166	146	139	342		1,92	1,92	1,88	2,47	2,02

Wegen der erwähnten grammatischen Besonderheiten liegt die Wortzahl in Frankreich meistens am höchsten. Um dies zu verdeutlichen, sind hier einige Beispiele aus der Branche ‚Lebensmittel‘ zusammengestellt: *La Ronde des Gourmandises* ‚Die Leckereienrunde‘, *La Perle d'Amour* ‚Die Liebesperle‘, *la petite ferme de Ganna* ‚Gannas kleiner Bauernhof‘ und *AU GOUT D'ORIENT* ‚Zum Orientgeschmack‘. Die Übersetzungen zeigen, dass die deutsche Sprache weniger Wörter benötigt, um das Gleiche auszudrücken.

Jedoch liegen nur in zwei Dritteln der hier ausgewerteten Branchen die Wortzahlen in Frankreich am höchsten. Die Präferenzen bezüglich der Wortzahl sind also branchen- und länderspezifisch. Inwieweit diese Aussage für die folgenden Kategorien gilt, ist zu überprüfen.

Die verschiedenen Landessprachen müssen, wie bei den Ländervergleichen zu den Orten in Kapitel 3.10, bei der Beurteilung der Sprachanteile berücksichtigt werden (Landessprachen fett, in den folgenden Tabellen ebenfalls):

Gesundheit	Dt	E	Fr	Griech	Ital	Latein	Sp	Türk	Sonst.
D	74,90	7,17	1,99	2,39	0,80	7,17	0	0	5,58
A	78,13	0	0	3,13	3,13	9,38	0	0	6,25
CH	52,46	18,03	3,28	8,20	4,92	4,92	0	0	8,2
F	0	8,00	80,00	8,00	0	4,00	0	0	0
GB	0	85,85	0	4,17	0	0	2,08	0	4,17

Die Landessprachenanteile sind bei Gesundheit hoch, wobei sie in der Schweiz deutlich niedriger liegen. In allen deutschsprachigen Ländern und in Frankreich setzen die Geschäftsinhaber in diesem Bereich relativ viel auf Griechisch und Latein; in England kommen sie zwar ohne Latein aus, Griechisch findet sich jedoch auch hier. Auch wenn sich das sogenannte Medizinalenglisch inzwischen durchgesetzt hat, wie die Ausgaben des medizinischen Wörterbuches *Pschyrembel* zeigen – 1977 noch ohne Englisch und 2020 durchgängig mit englischer Übersetzung der Begriffe –, ist die Prägung der Medizinsprache durch Griechisch und Latein nach wie vor unübersehbar.

Einrichtung / Haushaltwaren	Dt	E	Fr	Griech	Ital	Latein	Sp	Türk	Sonst.
D	66,30	17,22	2,93	0	3,66	0,73	1,10	1,47	6,59
A	68,63	19,61	0	0	0	3,92	0	0	7,84
CH	37,84	32,43	0	0	10,81	5,41	5,41	0	8,11
F	9,09	6,06	69,70	0	0	0	6,06	0	9,09
GB	0	91,67	2,08	0	0	0	0	0	6,25

Die Landessprachenanteile weichen bei Einrichtung / Haushaltwaren stark voneinander ab, von 48,65 % in der Schweiz bis 91,67 % in England. Der hohe Landessprachenanteil in England verwundert nicht angesichts der Rolle des Englischen als *lingua franca*. Es erfüllt in England die Rolle der Landessprache und die der Globalität⁶⁰⁷. In der Schweiz ist Englisch fast ebenso stark vertreten wie Deutsch. Es tauchen verschiedene Sprachen auf, lediglich in England sind es nur drei. Der meist hohe Englischanteil wird nur in Frankreich unterschritten, wo stattdessen Deutsch relativ hoch liegt. Dies kann an den deutschen Eigennamen einiger Geschäftsinhaber liegen, wie bei *muller-ott*.

Die Anzahl der Schweizer Schmuck-Uhregeschäfte liegt trotz der dortigen Uhrenindustrie im Verhältnis nicht über den anderen Ländern:

Schmuck	Dt	E	Fr	Griech	Ital	Latein	Sp	Türk	Sonst.
D	67,32	9,34	10,12	2,72	3,50	0,39	0	5,45	5,06
A	60,34	10,34	3,45	5,17	1,72	3,45	1,72	1,72	12,07
CH	52,63	15,79	12,28	3,51	3,51	5,26	0	0	7,02
F	8,33	11,11	72,22	2,78	0	0	0	0	5,56
GB	5,56	77,78	7,41	3,70	1,85	0	0	0	3,70

⁶⁰⁷ Vgl. Kapitel 2.2., 3.9. sowie 3.10.

Neben den Landessprachen sind Englisch und Französisch fast gleichauf, abgesehen von dem niedrigen Prozentsatz für Französisch in Österreich. In der Schmuckbranche sind also diese Sprachen in vier der Länder beliebt.

Schuhe / Lederwaren	Dt	E	Fr	G	I	L	Sp.	T	Sonst.
D	56,02	26,69	2,56	2,56	4,89	1,88	1,13	0	4,89
A	61,11	19,44	8,33	2,78	2,78	0	0	0	5,56
CH	43,90	36,59	7,32	0	9,76	0	0	0	2,44
F	10,81	24,32	40,54	5,41	16,22	2,7	0	0	0
GB	10,53	84,21	0	0	5,26	0	0	0	0

Neben Englisch ist bei Schuhe / Lederwaren Italienisch die Sprache der Wahl, lediglich in Österreich ist es stattdessen Französisch.

Friseur / Kosmetik	Dt.	E	F	Griech	Ital	Latein	Sp	Türk	Sonst.
D	41,42	37,28	4,44	0,30	3,55	0,30	0,59	4,14	7,99
A	54,35	34,78	8,70	0	2,17	0	0	0	0
CH	18,84	37,68	28,98	1,45	7,25	0	1,45	0	4,35
F	5,00	18,33	70,00	0	0	0	0	1,67	5
GB	0	90,27	2,65	0	1,77	1,77	1,77	0,88	0,88

Der niedrige Deutschanteil in der Schweiz ist das Bemerkenswerteste an der Aufstellung zu Friseur / Kosmetik. Das könnte daran liegen, dass sich die Schweizer bei vielen Wörtern nicht bewusst sind, dass sie dem Französischen entstammen und sie daher für Deutsch halten⁶⁰⁸. Bei Friseuren findet man daher Geschäftsnamen wie *Coiffure Michael* oder *Coiffeur Hairtopica* auf, bei denen jeweils das erste Wort als französisch gewertet wurde. Nimmt man alle Schweizer Landessprachen zusammen, ergeben sich 55,07 %, ähnlich wie in den übrigen deutschsprachigen Ländern.

Freizeit etc.	Dt	E	Fr	Griech	Ital	Latein	Sp	Türk	Sonst.
D	55,48	34,76	3,33	0,95	0,95	3,81	0,24	0,24	2,14
A	55,36	35,71	1,79	0	1,79	1,79	1,79	0	1,79
CH	50,00	27,42	3,23	1,61	8,06	6,45	1,61	0	1,61
F	2,08	27,08	54,17	0	0	4,17	2,08	4,17	6,25
GB	5,61	84,11	3,78	2,8	0,93	0,93	0,93	0	0,93

Abgesehen von England liegen bei der Branche Freizeit / Hobby / Sport die Landessprachenanteile im vergleichbaren Bereich von etwa der Hälfte der Einträge. Summiert man die Landessprachen und Englisch auf, kommt man in etwa auf den

⁶⁰⁸ Vgl. dazu Kapitel 2.4.

Anteil Englisch in England. In dieser Branche kommen in allen fünf untersuchten Ländern verschiedene Sprachen vor, die Bandbreite ist also groß.

Lebensmittel	Dt	E	F	Griech	Ital	Latein	Sp	Türk	Sonst.
D	74,25	7,84	4,29	0,93	2,61	3,55	0,93	1,12	4,85
A	76,25	7,50	3,75	0	0	1,25	0	0	11,25
CH	53,08	7,41	23,46	0	11,11	0	0	2,47	2,47
F	6,58	10,53	73,68	0	2,63	2,63	1,32	0	2,63
GB	0	85,71	4,40	0	1,10	0	1,1	0	7,69

Um drei Viertel liegen die Landessprachenanteile in der Branche ‚Lebensmittel‘. In der Schweiz ist dabei, wie bei den Friseuren, der Französischanteil relativ hoch. Auch in dieser Branche werden viele französische Bezeichnungen benutzt, die höchstwahrscheinlich nicht als fremdsprachig wahrgenommen werden. Beispiele sind *Praliné Scherrer* und *chocolaterie KÖLBENER*. Die kleinen Anteile verschiedener Sprachen sind zum Teil auf Geschäfte mit ausländischen Lebensmitteln zurückzuführen, z. B. *ZABKA* (Eigenname), Untertitel: *POLSKI SKLEP* ‚polnisches Geschäft‘ in Hereford.

Mode	Dt	E	Fr	Griech	Ital	Latein	Sp	Türk	Sonst.
D	40,24	32,74	7,40	0,69	9,57	1,18	3,06	0,79	4,34
A	51,14	23,30	6,82	1,14	10,8	1,70	0,57	0	4,55
CH	29,01	29,01	14,81	0	16,05	1,23	3,70	0	6,17
F	6,41	19,87	56,41	1,28	4,49	2,56	1,92	0,64	6,41
GB	3,21	83,42	5,35	0	1,60	2,14	1,07	0	3,21

Englisch wird gerne bei der Mode verwendet, gefolgt von Italienisch – außer in England, wo nach Englisch Deutsch und Latein in absteigender Häufigkeit belegt sind. Die Prozentsätze für Französisch sind ebenso in allen Ländern nennenswert. Die Fremdsprachen Englisch, Italienisch und Französisch sind die häufigsten in dieser Branche. Besonders hoch liegt der Französischanteil wiederum in der Schweiz, da hier französische Eigennamen vorkommen, wie *CAPPAUL*, *ANDRE* und *BAYARD Co., LTD.*, und Marken mit französischen Namen wie *ESPRIT*, *TROIS POMMES* oder *Clochard*. Zusätzlich ist den Deutschschweizern das Französische nahe, da sie es i. d. R. als erste Fremdsprache lernen⁶⁰⁹. Deshalb nennen sie Geschäfte auch z. B. *TOI ET MOI* oder *DU pareil ... au même*.

Die meisten Einträge in Deutschland sind in der Branche Gastronomie zu finden. Je mehr Einträge eine Statistik hat, desto weniger schlagen Sonderfälle bei

⁶⁰⁹ Vgl. Schläpfer 1982: 19 und Kapitel 2.4.

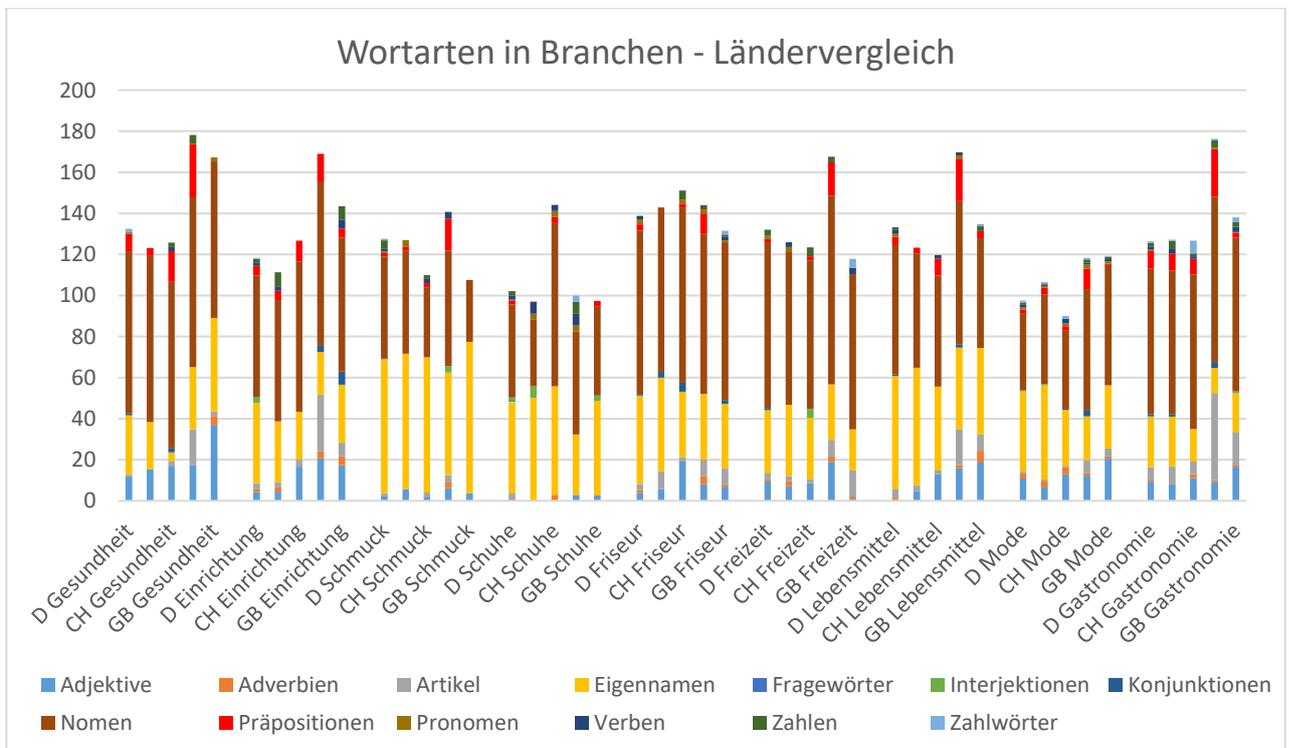
den Berechnungen zu Buche. Infolgedessen ist die folgende Aufstellung die aussagekräftigste in diesem Kapitel:

Gastronomie	Dt	E	F	Griech	Ital	Latein	Sp	Türk	Sonst.
D	37,33	22,43	11,37	0,92	13,82	0,84	2,38	4,45	6,45
A	42,79	16,67	13,51	1,35	14,86	1,80	2,25	1,80	4,95
CH	30,56	27,78	12,78	0,56	15,56	0	4,44	1,67	6,67
F	4,02	16,67	58,62	0	6,90	1,15	2,87	4,02	5,75
GB	0,49	65,85	6,34	0,98	10,73	0,24	5,61	2,20	7,56

In der Branche Gastronomie ist sogar in England der Landessprachenanteil verhältnismäßig niedrig. Auch die Mischung der Sprachen zeigt sich überall deutlich. Das kommt daher, dass viele ausländische Geschäftsleute ihre kulinarischen Spezialitäten anbieten und dies schon auf den Schildern deutlich machen.

In den Ländern werden innerhalb der Branchen teilweise unterschiedliche Sprachen bevorzugt. Diese These stellten Scollon / Scollon (2003) auf⁶¹⁰, was hiermit bestätigt wurde. Dies ist vergleichbar mit obigen Feststellungen zur Wortzahl.

Für die Wortarten, Wortbildungsarten und Wortschatzbereiche beschränke ich mich auf die Darstellung der Zahlen für die drei häufigsten Branchen, da diese am aussagekräftigsten sind. Zunächst erfolgt jeweils eine Übersicht über die häufiger vorkommenden Branchen⁶¹¹:



⁶¹⁰ Scollon / Scollon 2003: 119

⁶¹¹ Da ein Schild mehr als eine Wortart enthalten kann, gehen die Prozentzahlen oft über 100 %.

Die Wortartverwendung steigt grundsätzlich mit der Menge der Einträge einer Branche, was wohl daran liegt, dass die Geschäftsleute kreativer sind, wenn sie sich gegen mehr Konkurrenz durchsetzen müssen. Nomen und Eigennamen kommen fast überall am häufigsten vor, Adjektive am dritthäufigsten, sind aber nicht in jeder Branche nachweisbar.

In der Branche Schmuck übersteigt der Anteil der Eigennamen den der Nomen, außer in Frankreich. Bei Schuhen in England und bei Lebensmitteln in Österreich ist es genauso. Häufungen bestimmter Wortarten sind ebenfalls branchen- und länderabhängig, wie man bei den Adjektiven am besten erkennen kann. Zwar sind beispielsweise Präpositionen in Frankreich grundsätzlich relativ häufig, ihr Anteil schwankt je nach Branche jedoch von 0 % bei Schuhe / Lederwaren bis 26,09 % bei Gesundheit.

Bei Lebensmittelgeschäften sind Eigennamen und Nomen ähnlich häufig (Höchstwerte pro Spalte = Wortart fett, ebenso in den folgenden Tabellen):

Lebensmittel	Adj	Adv	Art	EN	Interj	Konj	N	Präp	Pron	V	Zahl	Zahlw
D	0,89	1,08	3,90	54,88	0	0,87	62,91	4,12	1,30	2,17	1,08	0
A	4,77	0	2,86	57,14	0	0	55,71	2,86	0	0	0	0
CH	13,11	0	1,64	40,98	0	0	54,10	8,20	0	1,64	0	0
F	15,87	1,59	17,46	39,68	0	1,59	69,84	20,63	1,59	1,59	0	0
GB	18,60	5,81	8,14	41,86	0	0	53,49	3,49	0	0	2,33	1,16

Bei der Tabelle zur Branche ‚Lebensmittel‘ fallen vor allem die unterschiedlichen Prozentzahlen für Adjektive auf. Die deutschen Geschäftsinhaber setzen kaum auf diese Wortart, in England erscheinen sie in fast einem Fünftel der Schilder dieser Branche. Bei der Mode hingegen sind Eigenschaftswörter durchgängig beliebt:

Mode	Adj	Adv	Art	EN	Interj	Konj	N	Präp	Pron	V	Zahl	Zahlw
D	10,86	2,46	0,90	39,08	0,34	0,11	37,29	2,02	1,23	1,23	0,90	1,12
A	6,54	3,27	0,65	45,75	0,65	0	43,79	3,27	0,65	0,65	0,65	0,65
CH	12,86	3,57	0,71	27,14	0	0,71	37,86	2,14	1,43	2,14	0	1,43
F	12,21	1,53	6,11	21,37	0	3,05	58,78	9,92	2,29	0,76	1,53	0,76
GB	20,44	1,10	3,87	30,94	0	0	58,56	0,55	1,10	1,10	1,10	0,55

Österreichische Modegeschäftsinhaber setzen am meisten auf Eigennamen, die französischen am wenigsten. Auch die anderen Wortarten sind stark vertreten. Dies bestätigt wiederum die These, dass bei größerer Konkurrenz mehr Wortarten

eingesetzt werden und insgesamt nach einer originellen Benennung des Geschäfts gesucht wird, um sich von anderen abzusetzen.

In der häufigsten Branche, der Gastronomie, sind in allen fünf Ländern jeweils fast alle Wortarten belegt (Höchstwert pro Wortart fett):

Gastronomie	Adj	Adv	Art	EN	Interj	Konj	N	Präp	Pron	V	Zahl	Zahlw
D	9,28	0,61	6,52	24,34	0,51	0,82	70,95	8,56	0,81	1,53	1,73	0,82
A	7,93	0	9,04	24,10	0	1,20	69,88	8,43	0	2,41	3,61	0,60
CH	10,96	2,05	6,16	15,75	0	0	75,34	7,53	0	1,37	1,37	6,16
F	9,35	0,72	42,45	12,23	0	2,88	80,58	23,02	0,72	0	3,60	0,72
GB	16,62	0,86	16,05	18,91	0,86	0	74,79	2,29	0,57	2,58	2,29	2,29

Interjektionen sind in der Gastronomie am wenigsten beliebt und werden nur in Deutschland und England gebraucht; Pronomen wurden in Österreich und der Schweiz keine gefunden. Neben den erwähnten häufigen Kategorien Eigennamen und Nomen, gefolgt von Adjektiven, fallen die Artikel mit ihren großen Länderunterschieden auf. In England sind sie stärker vertreten als in den deutschsprachigen Ländern, in Frankreich jedoch ist ihre Zahl mehr als vier Mal so hoch wie in Österreich und sechseinhalb Mal so hoch wie in Deutschland. Dies liegt an der unterschiedlichen Grammatik, das Französische verlangt weitaus häufiger Artikel⁶¹². Während im Französischen Restaurants z. B. *Le Pont de l'Ognon*, *LA CAPPADOCE* oder *LE SIROCCO* heißen, würden diese im Deutschen ‚Ognonbrücke‘, ‚Kappadokien‘, oder ‚Schirokko‘ lauten, also ohne Artikel. In der Gastronomie ist dieses Phänomen am deutlichsten belegt. Das Französische benötigt auch mehr Präpositionen als Deutsch oder Englisch, da es erst seit 200 Jahren Komposita durch direkte Nebeneinanderstellung bildet⁶¹³ und von daher Konstruktionen mit *de* oder *à* wie *Le Pont de l'Ognon* (Lure) oder *Le BOUCHE à OREILLE*⁶¹⁴ ‚die Flüsterpropaganda‘ (Belfort) nach wie vor öfter vorkommen. Diese Häufungen von Artikeln und Präpositionen setzen sich bei den anderen Branchen fort, lediglich bei Schmuck sind es etwas weniger. In England ist hingegen der Anteil an Präpositionen am niedrigsten. Dies liegt an der unterschiedlichen Namensgebung. Gastronomische Betriebe haben in England oft sehr alte Namen bzw. Erwähnungen von Geschichte oder Mythologie, z. B. *THE WHITE HARTE*, *THE WELLINGTON ARMS* in Marlborough, *THE BLACK LION*, *THE SARACENS*

⁶¹² Vgl. hierzu Kapitel 3.8.4.

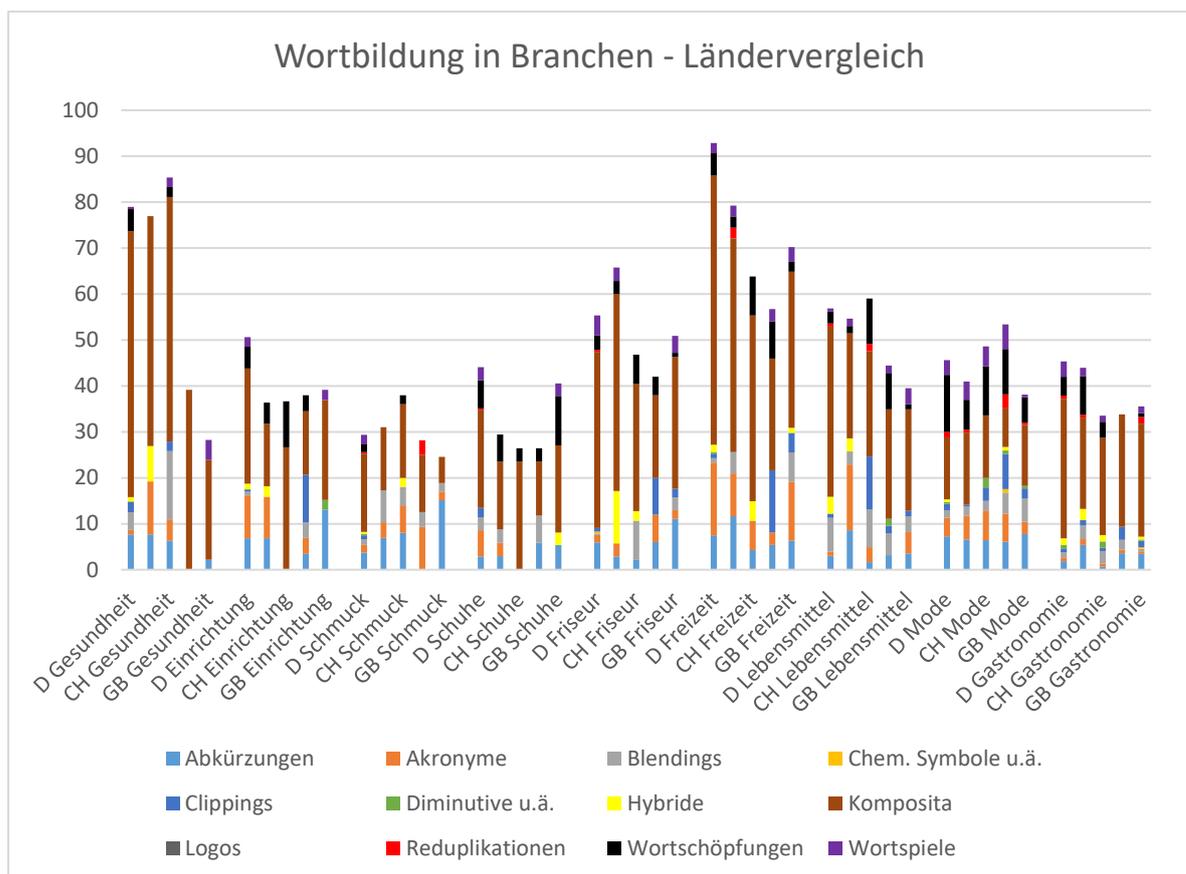
⁶¹³ Vgl. Thiele 1993: 67

⁶¹⁴ Vgl. Pons 2006: s.v. *bouche*

HEAD, THE SPREAD EAGLE, QUEENS ARMS, THE GOLDEN FLEECE, THE KINGS FEE in Hereford, *THE CHEVALIER INN* in Exeter und *THE LOXLEY* in Nottingham. Neben diesen traditionellen Schildaufschriften gibt es auch moderne wie *Cafe Thirty 8, Movida* (spanisch für ‚Szene‘) oder die Kette *COSTA COFFEE*. Alle diese Beispiele kommen ohne Präposition aus.

Zu sehen waren die häufigsten Kategorien Nomen und Eigennamen, denen in einigem Abstand die Adjektive folgen. In England sind Artikel häufiger als im deutschsprachigen Raum, in Frankreich übersteigen diese die englischen Zahlen nochmals um einiges. Auch Präpositionen kommen im Französischen auf Grund der Grammatik häufig vor. So werden Komposita nach wie vor meist mit Präpositionen gebildet. Ob die Unterschiede in der Grammatik auch in der Wortbildung ihren Niederschlag finden, wird sich bei der folgenden Betrachtung zeigen

Die Übersicht über die Wortbildungsarten ergibt folgendes Bild⁶¹⁵:



Auch hier zeigen sich größere Anteile für einzelne Wortbildungsarten, die sich bei den Ländern innerhalb einer Branche deutlich unterscheiden.

⁶¹⁵ Für Schilder, auf denen nur Eigennamen stehen, wurde keine Wortbildungsform vergeben. Deshalb liegen die Prozentzahlen unter 100 %. Die Farben wurden so angepasst, dass eine optimale Lesbarkeit der Grafik erreicht wird.

Bei Lebensmitteln gibt es viele Komposita, deren Zahl in Frankreich deutlich niedriger liegt als in den anderen vier Ländern (Höchstwerte pro Spalte = Wortbildungsart fett, ebenso in den folgenden Tabellen):

Lebensmittel	Abk	Akron	Blend	cSym	Clip	Dimin	Hybr	Komp	Redup	WSchö	WSp
D	3,04	0,89	7,38	0	0,87	0	3,67	37,09	0,65	2,60	0,65
A	8,57	14,30	2,86	0	0	0	2,86	22,86	0	1,59	1,59
CH	1,64	3,28	8,20	0	11,48	0	0	22,95	1,64	9,84	0
F	3,17	0	4,76	0	1,59	1,59	0	23,81	0	7,94	1,59
GB	3,49	4,65	3,49	0	1,16	0	0	22,09	0	1,16	3,49

Auch in dieser Branche finden sich in Österreich relativ viele Abkürzungen. Am bekanntesten ist wohl *A Hofer* (Steyr), bei dem das *A* für das Akronym ‚Aldi‘ steht. Blends sind in Deutschland beliebt, z. B. das *Liwell Reformhaus* in Aschaffenburg aus ‚live + well‘. Dazu gehören auch *Tchibo* aus ‚Tchilling + Bohne‘ und *REWE* aus ‚Revisionsverband der Westkauf-Genossenschaften‘⁶¹⁶. Bei den österreichischen Akronymen sind z. B. fünf *SPAR*-Geschäfte enthalten, geprägt aus dem Wahlspruch des niederländischen Gründers Adriaan van Well *Door Eendrachtig Samenwerken Profiteren Allen Regelmatig* ‚Durch einträchtig(es) Zusammenarbeiten profitieren alle regelmäßig‘. Daraus entstand zunächst *De Spar*, was auf Niederländisch ‚die Tanne‘ heißt. So erklärt sich das Emblem der Kette.

Die Schweizer Schilder zeigen z. B. höhere Prozentsätze für Blends, Clippings und Wortschöpfungen. In Bülach gibt es das Kaffeegeschäft *moCaffé*, Untertitel: *Tradizione e Qualità*, das italienisch *mocca* + *caffè* zusammenfügt, dabei aber statt des im Italienischen üblichen Gravis einen Akut verwendet, also den Akzent, der im Französischen bei diesem Wort üblich ist. Dies bringt gleichzeitig ein Wortspiel mit dieser Sprache, da französisch *mon café* ‚mein Kaffee‘ heißt. Das Sankt Galler *yogurtlandia* besteht aus ‚yogurt+land+(Endung) -ia‘. Für Clippings kann *coop* genannt werden, bei dem *coopérative* ‚Genossenschaft‘ gekürzt wurde. Hierbei handelt es sich um die Rechtsform des Unternehmens, die Programm ist⁶¹⁷. *Coop* ist eine Kette, die sechs Mal bei Lebensmitteln vorkommt. Als Wortschöpfung wurde eine weitere Kette gewertet, die fünf Mal bei Lebensmitteln in Erscheinung tritt, nämlich *MIGROS*. Über diesen Namen weiß man nur, dass ihn der Gründer Gottlieb Duttweiler erfunden hat⁶¹⁸. In Frankreich gibt es ebenfalls

⁶¹⁶ Vgl. Kapitel 2.5.

⁶¹⁷ Vgl. *coop* o.J.

⁶¹⁸ Wikipedia: *Migros* zitiert eine Biographie von Karl Lüönd über Duttweiler

eine nennenswerte Anzahl Wortschöpfungen, z. B. *CROUST'Y PAIN*, Untertitel: *BOULANGERIE VIENNOISERIE PATISSERIE*. Für *Croust'y* wurde das französische Wort *croûte* ‚Kruste‘ und das englische Wort *crusty* kreativ miteinander vermischt. Der Schilderverfasser von [*cabosse*], Untertitel: *Pâtissier | Chocolatier | Glacier* versucht eine phonetische Wiedergabe von *ça bosse* [sabɔs] ‚wir malochen‘⁶¹⁹. Ähnliches finden wir in der Modebranche:

Mode	Abk	Akron	Blend	cSym	Clip	Dimin	Hybr	Komp	Redup	WSchö	WSp
D	7,28	4,03	1,68	0	1,34	0,45	0,56	13,44	1,23	12,43	3,14
A	6,54	5,23	1,96	0	0,43	0	0	15,67	0,65	6,54	3,92
CH	6,43	6,43	2,14	0	2,86	2,14	0	13,57	0	10,71	4,29
F	6,11	6,11	4,58	0,76	7,63	0,76	0,76	8,40	3,05	9,92	5,34
GB	7,73	2,76	4,97	0	2,21	0,55	0	13,26	0,55	5,52	0,55

Abgesehen von den beschriebenen Auffälligkeiten zeitigen die Schilder in Deutschland bei Mode eine nennenswerte Menge an Wortschöpfungen. Die Firmengründer von *TOM TAILOR* setzen z. B. auf Englisch, da sie „einen griffigen und einprägsamen Firmennamen benötigen, der sowohl in den internationalen Märkten als auch in Deutschland funktioniert“⁶²⁰. Mit *tailor* machen sie klar, worum es geht, und versuchen, über den Vornamen *Tom* alle anzusprechen, da hier ‚any Tom, Dick and Harry‘⁶²¹ mitklingt, also Mode für ‚jedermann‘.

Gastronomie	Abk	Akron	Blend	cSym	Clip	Dimin	Hybr	Komp	Redup	WSchö	WSp
D	1,83	0,82	1,12	0	0,82	0,82	1,43	30,38	0,71	4,08	3,36
A	5,42	1,20	3,01	0	1,20	0	2,41	19,88	0,60	8,43	1,81
CH	0,68	0,68	2,74	0	0,68	1,37	1,37	21,23	0	3,42	1,37
F	3,60	0,72	2,16	0	2,88	0	0	24,46	0	0	0
GB	3,44	0,57	0,57	0,29	1,43	0,29	0,57	24,64	1,43	0,86	1,43

In der Gastronomie ist das Bild zwar wie bei Mode relativ vielfältig. Die Prozentzahlen für Komposita und der Hybride liegen über denen der Mode; alle übrigen jedoch darunter. Die Schilderverfasser der Branche Gastronomie begnügen sich also mit weniger Wortbildungsarten als die der Mode.

Komposita finden am häufigsten Verwendung, die übrigen Wortbildungsarten bleiben meist bei niedrigen Prozentzahlen. Dies gilt grundsätzlich in den in diesem Kapitel besprochenen Branchen, einige Ausnahmen kommen vor. Die in der Gastronomie relativ hohe Zahl an Abkürzungen in Österreich liegt an Restau-

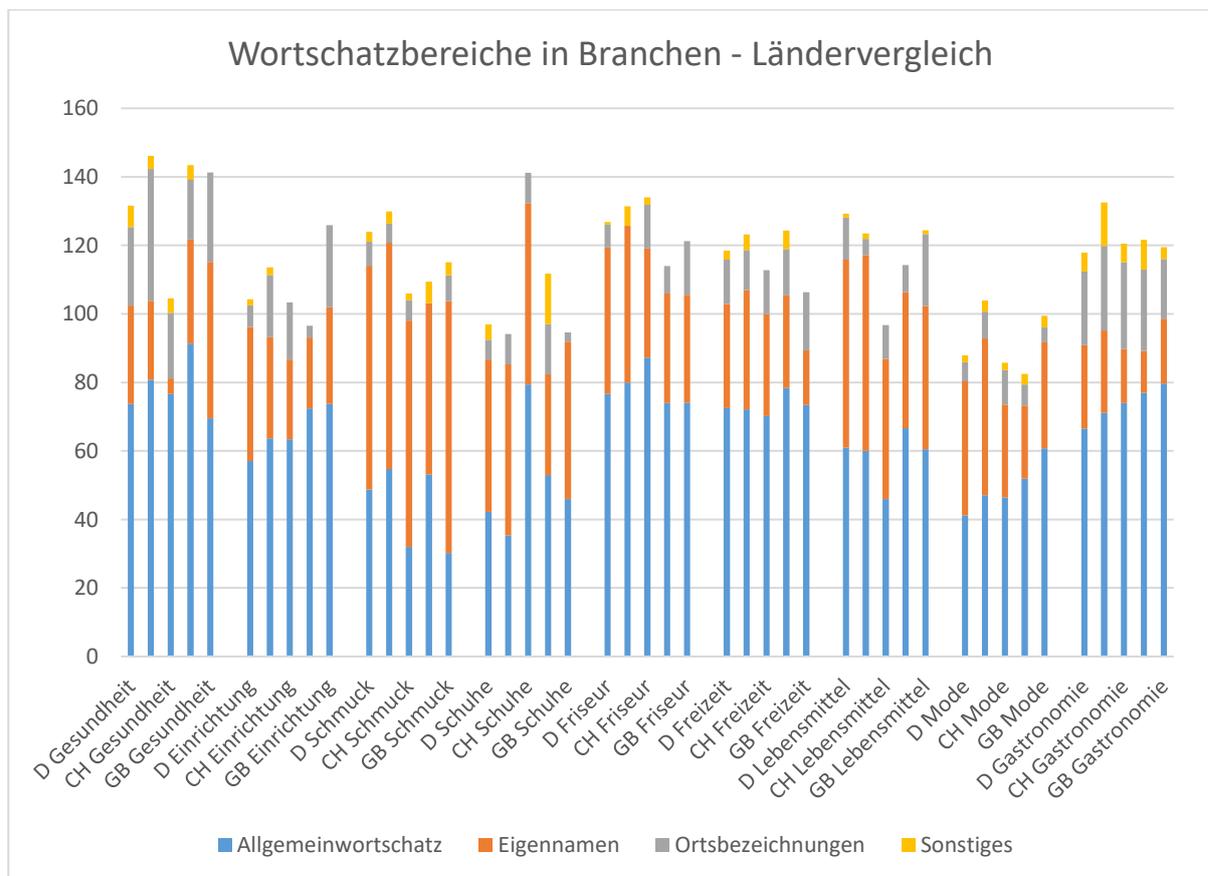
⁶¹⁹ Vgl. Kapitel 3.8.3.

⁶²⁰ Outfittery 2023

⁶²¹ Vgl. AHD 2000: s.v. Tom, Dick and Harry

rants wie *etc.*, Untertitel: *cafe et cetera* oder *HANS W.*, Untertitel: *BIO HOT-DOG BISTRO & BAR* oder *Spaghetti & Co.* Wortschöpfungen zeigen in Österreich ebenfalls relativ hohe Prozentsätze. Hierunter fällt beispielsweise das *CAFIE* in Imst, dessen Inhaberin Ann-Sophie Stoll die Endung ihres Vornamens mit dem Wort *Café* verknüpft hat⁶²². Ebenfalls mit seinem Eigennamen arbeitet Marcel Bruckner, da er sein Imster Lokal *brasserie BRUCKNEREI* nennt⁶²³. *Venedig* und lateinisch *nexus* ‚Verbindung‘ stand für das Salzburger *venexia* Pate, da die Homepage mit dem Slogan wirbt „Salzburger Charme trifft auf Venezianische Lebensfreude“⁶²⁴. In Deutschland ist auch noch die Zahl der Wortspiele nennenswert. Beispiele sind *probierbar*, das die Bedeutung von *-bar* im Deutschen und Englischen gleichzeitig aufruft. Das *CAFE KLATSCH* spielt mit *Kaffeeklatsch* und das Burgerrestaurant *ASCHAFFENBURGER*, beinhaltet in der zweiten Worthälfte ‚amerikanische Frikadellen‘.

Die Grafik zu den Wortschatzbereichen der häufigeren Branchen sieht folgendermaßen aus:



⁶²² Vgl. meinbezirk 2016

⁶²³ Vgl. Brucknerei 2022

⁶²⁴ Vgl. venexia 2020

Auch hier unterscheiden sich teilweise die bevorzugten Kategorien innerhalb einer Branche bei den Ländern.

Im folgenden Abschnitt werden die Wortschatzbereiche untersucht, wobei ein Schwerpunkt auf Ortsbezeichnungen gelegt wird (Höchstwerte pro Spalte = Wortschatzbereich fett):

Lebensmittel	Allgemeinwortschatz	Eigennamen	Ortsbezeichnungen	Sonstiges
D	60,95	54,88	12,36	1,08
A	60,00	57,14	4,77	1,59
CH	45,90	40,98	9,84	0
F	66,67	39,68	7,94	0
GB	60,47	41,86	20,93	1,16

Dass in England bei Lebensmitteln viele Ortsbezeichnungen zu finden sind, liegt an Geschäften mit Spezialitäten aus bestimmten Gegenden, z. B. *THE REAL CORNISH PASTY CO.TM*, *WEST COUNTRY ALES 1760*, *WEST CORNWALL PASTY*, *WHITTARD OF CHELSEA* und *Hereford Butchers*.

Mode	Allgemeinwortschatz	Eigennamen	Ortsbezeichnungen	Sonstiges
D	41,21	39,08	5,60	2,02
A	47,06	45,75	7,84	3,27
CH	46,43	27,14	10,00	2,14
F	51,91	21,37	6,11	3,05
GB	60,77	30,94	4,42	3,31

In der Branche ‚Mode‘ enthalten die Schweizer Schilder mehr Ortsbezeichnungen als die anderen Länder. Hierzu tragen Ketten bei wie *orsay*, *NILE* oder *CAMP DAVID SOCCX*, aber auch Einzelgeschäfte wie *Boutique Skandinavia*, *survivalzone.ch*, *BOUTIQUE ROMA*, *berlin fashion story* oder *MILANO OUTLET*. Die österreichischen Ortsbezeichnungen, die die zweithäufigsten sind, benennen meist Orte des eigenen Landes mit *ZILLERTALER TRACHTENWELT*, *KITZGLÜCK* (gemeint ist Kitzbühel), *SALZBURGER HEIMATWERK*, *DIE GISELA* (am Salzburger Giselakai), *GLORIETTE* (gemeint ist das Gebäude beim Schloss Schönbrunn).

Gastronomie	Allgemeinwortschatz	Eigennamen	Ortsbezeichnungen	Sonstiges
D	66,56	24,34	21,51	5,50
A	71,08	24,10	24,70	12,65
CH	73,97	15,75	25,34	5,48
F	76,98	12,23	23,74	8,63
GB	79,66	18,91	17,48	3,44

Ortsbezeichnungen zeigen in der Gastronomie, abgesehen von Schuhe / Lederwaren in Frankreich, die höchsten Werte. Sie sind in der Gastronomie so häufig, weil ausländisches Essen oft mit Ortsbezeichnungen der Gegenden, aus denen die Speisen stammen, schon im Restaurantnamen angekündigt wird. In Österreich und Frankreich gibt es hier eine leichte Häufung bei Sonstigem (Wortschatz), wofür Einträge wie *FRANZ JOSEF CAFÉ*, *HUMBOLDT*, *CAFÉ MOZART* oder *Restaurant „zum Eulenspiegel“* in Österreich sowie *GUILLAUME TELL*, *COLUMBUS CAFÉ & CO* in Frankreich verantwortlich sind.

Alle untersuchten Bereiche Wortzahl, Sprachen, Wortarten, Wortbildungsarten und Wortschatzbereiche zeigen pro Branche länderspezifische Unterschiede.

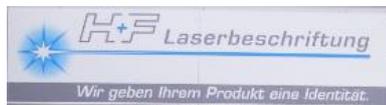
Bezüglich der Sprachen bleibt erstens festzuhalten, dass sich für Englisch in allen fünf Ländern hohe Prozentzahlen nachweisen lassen; die einzige Ausnahme ist hier die Gesundheitsbranche in Österreich, in der es nicht gebraucht wird. Zweitens ist in England der Landessprachenanteil höher als in den anderen Ländern, wie auch beim Ländervergleich in Kapitel 3.10. sichtbar wurde. Im Grunde bestätigt dies die Attraktivität dieser Sprache, die für ihre Muttersprachler ebenso gilt wie für die Sprecher anderer Sprachen. Drittens gibt es Sprachen, die in bestimmten Branchen häufiger vorkommen: Latein und Griechisch bei Gesundheit, Französisch und Italienisch bei Mode, Italienisch bei Schuhen.

Für die Wortarten, Wortbildungsarten und Wortschatzbereiche gilt ebenso wie für Sprachen, dass sich die Muster nicht nur innerhalb der Länder, sondern auch hinsichtlich der Branchen in jedem Land deutlich unterscheiden.

4.3. Die Formen der Schreibung

In welcher Form Schriftzeichen im untersuchten Korpus auftreten, wird hier exemplarisch gezeigt. Die im Deutschen übliche Schreibung, nämlich mit Majuskeln für Nomen, Eigennamen und Satzanfänge, ansonsten Minuskeln⁶²⁵, sehen wir hier:

⁶²⁵ Vgl. Duden 2006: 58



Beide Eichstätt



Eichstätt

Trotz der leichten Lesbarkeit dieser Form ist sie wohl nicht so oft vertreten wie die ausschließlich aus Majuskeln bestehende⁶²⁶. Hierdurch werden alle Buchstaben gleich groß und sind dadurch aus größerer Entfernung optisch besser zu erkennen. Historisch lässt sich nachweisen, dass Majuskelschriften gleichzeitig mit dem Seltener-Werden bestimmter Geschäfte in der Sprachlandschaft nachweisbar werden⁶²⁷.



Eichstätt



Eichstätt

Das <E> ähnelt einem griechischen Xi.



Belfort



Belfort

Die Variante, Großbuchstaben bei kompletter Majuskel-Schrift durch eine größere Ausführung anzuzeigen, findet sich häufiger, z. B. oben beim Untertitel von *YVES ROCHER – CRÉATEUR DE LA COSMÉTIQUE VÉGÉTALE DEPUIS 1959*. Damit werden einzelne Buchstaben besonders betont. Bei *EigenART* (Miltenberg) wird das Wort *ART* hervorgehoben, für das die Inhaberin sowohl die deutsche als auch die englische Bedeutung gleichzeitig verstanden wissen will⁶²⁸. Auch der Wechsel zwischen Majuskelschrift und Majuskel-Minuskelschrift wie oben bei *PATISSIER Salon de Thé CHOCOLATIER* kommt häufiger vor und dient dazu, die einzelnen Texte voneinander abzugrenzen. Komplette Kleinschreibung findet sich ebenfalls:



Eichstätt



Eichstätt

⁶²⁶ Hierzu erfolgte keine Auszählung. Die Aussage ist der Eindruck, der bei mir entstanden ist.

⁶²⁷ Beispielsweise ist die *Bäckerei & Mehlhandlung von J. Martin Reindl.* auf dem Bild von 1911 mit Groß- und Kleinbuchstaben und Punkt dahinter geschrieben, das Schild *ANTIKES BLECHSPIELZEUG* aus dem 1980er Jahren nur mit Großbuchstaben, vgl. Huber 1998: 248, 41. Die *Bäckerei von Karl Schneller.* wechselte später zu *BÄCKEREI KARL SCHNELLER*, vgl. Schnellers Backstub'n o.J.: Fotogalerie. Im Privatarchiv R. Hager, Eichstätt, fand ich zahlreiche weitere Belege für diese Theorie.

⁶²⁸ Vgl. Kapitel 3.2.2., Beispiel u)

Die Firma *trebbin* symbolisiert durch das zum Unterstrich verlängerte <t> ein Förderband, wodurch ein Hinweis auf den Tätigkeitsbereich gegeben ist. Die Abkürzung bei *w & w wüstenrot* steht für „Wüstenrot und Württembergische (Versicherung)“⁶²⁹. Die beiden <w> gehen ineinander über. Die Formen mit Kleinschreibung sind eine Anspielung auf die moderne Zeit mit Computer und Internet, da hier vielfach alles klein geschrieben wird, wie bei E-Mail-Adressen, wo Groß- und Kleinschreibung keine Rolle spielt.

Immer wieder gibt es zusammengeschriebene Komposita, die durch einen Großbuchstaben im Wort oder eine andere Farbe ihre Teile oder eine zweite Lesart erkennen lassen:



Beides Aschaffenburg



Bei *HIGHENDSMOKE* wird durch das Gelb *E-SMOKE* sichtbar. In ähnlicher Weise lässt *DER Haarbaron* (Ansbach), bei dem rote Schrift verwendet wird und *bar* schwarz abgesetzt ist, erkennen, dass es sich bei dem Geschäft um eine Kombination aus Friseur und Bar handelt.

Vielfach werden Schriftarten kombiniert oder wechseln vom Geschäftsnamen zum Untertitel. Auch dies dient der Absetzung der unterschiedlichen Inhalte voneinander und ist vergleichbar mit dem in Kapitel 2.3. erwähnten Schriftartwechsel zwischen gebrochener Schrift und Antiqua in alten Büchern:



Eichstätt



Eichstätt, kursive und gerade Kapitälchen sowie Normalschrift



München, einzelner Buchstabe klein



Nürnberg
alle Vokale klein



Eichstätt

Bei *SeRGENT MaJoR* vermute ich eine Nachahmung von Kinderschrift durch den Wechsel von Groß- und Kleinbuchstaben, womit ein Bezug zur Ziel-

⁶²⁹ Vgl. wüstenrot o.J.

gruppe für die im Geschäft verkaufte Kinderbekleidung geschaffen wird. Auch einer Handschrift nachgeahmte Schriftzüge treten auf:



Eichstätt,



Eichstätt, rechts eine Töpferscheibe



Eichstätt



Eichstätt

L'incontro ‚das Treffen‘ wirkt handschriftlich, wie eine Verabredungsnote für die Bar. Die Handschriftennachahmung bei *mema* bezieht sich auf die Töpferzeichen der Inhaberinnen, die diese auf die Unterseite ihrer Töpferwaren ritzen⁶³⁰. Das Wollgeschäft *Die Masche* verwendet Schreibschrift, um einen stilisierten Faden durch die Schrift laufen lassen zu können. Damit wird ein Bezug zur verkauften Ware und zu Handarbeit geschaffen. Die Handschrift verwendet *Wilh. Wieser*, um darauf hinzuweisen, dass er einen Handwerksbetrieb, eine Mosterei, führt. Handschriftenähnliche Geschäftsschilder stehen also für Handwerk, Handarbeit oder Dinge, die man in Handschrift schreibt.

Etwas Besonderes sind gebrochene Schriften, da sie selten sind. Im Allgemeinen sollen gebrochene Schriften einen nostalgischen Touch vermitteln. Reershemius (2011) sieht den Zweck der Frakturschrift darin, auf Tradition, Kulturerbe und Nostalgie anzuspielen⁶³¹. Wolk (2005) spricht ebenfalls davon, dass mit Fraktur Tradition gemeint sei⁶³².



Nürnberg



Nürnberg



Eichstätt



Ingolstadt

⁶³⁰ Maria Emslander und Marion Hilgart; Information mündlich erhalten anlässlich eines dort gemachten Töpferkurses

⁶³¹ Vgl. Reershemius 2011: 39

⁶³² Vgl. Wolk 2005: 132

Schmitt sieht noch etwas mehr in gebrochenen Schriften: „The reason for using this typeface is obvious: it is meant to support associations of historicity and tradition and associated values like reliability and trustworthiness“⁶³³. Zu dieser Erklärung passen die Schilder des Trachtenmodengeschäfts sowie des Restaurants *Nassauer Keller*, das sich in einem vermutlich aus dem 13. Jh. stammenden Gebäude befindet⁶³⁴. Das Brautmodegeschäft *Herzog* verweist mit der Schrift auf sein langes Bestehen seit 1913⁶³⁵. Gebrochene Schriften sollen somit an frühere Zeiten und traditionelle Werte erinnern und gleichzeitig Vertrauen schaffen.

Die irische Schrift, *gaelic type* oder *gaelic script*⁶³⁶ ist in meinem Korpus ausschließlich bei Irish Pubs belegt. Hier ruft schon die Schriftart die Vorstellung von Irland hervor.



Aschaffenburg



Eichstätt

Das Aschaffener *Irish Pub* unterstreicht den irischen Charakter zusätzlich zur Schriftart durch den gälischen Satz *Cead Mile Failte* ‚100 000 Mal willkommen‘⁶³⁷. Die beiden anderen Pubs haben ihre Untertitel in Antiqua gehalten. *Shamrock* ‚Kleeblatt‘ ist ein irisches Nationalsymbol; der Legende nach erklärte der Heilige Patrick den Iren die Dreifaltigkeit damit so: „Three persons in one God, three leaves on one stem“⁶³⁸. Das gleichnamige Nürnberger Pub verwendet *gaelic type* und zusätzlich ein Bild, um den Inhalt zu verdeutlichen. Schmitt (2018) erklärt zu einem Geschäft namens *die insel*: „it only takes this particular font to limit the reader’s idea of which island could be referred to here“⁶³⁹. Allerdings findet sich diese Schrift in Irland durchaus nicht so häufig. Von zehn im Jahr 2002 in Irland zufällig fotografierten Schildern enthalten nur zwei *gaelic script*⁶⁴⁰.

⁶³³ Schmitt 2018: 41

⁶³⁴ Vgl. Zeune 2010

⁶³⁵ Vgl. Herzog o.J.

⁶³⁶ Siehe Kapitel 2.3.

⁶³⁷ Vgl. Irish Pub o.J.

⁶³⁸ Delaney 2004: 89

⁶³⁹ Schmitt 2018: 41

⁶⁴⁰ Schieweck-Mauk 2002, Fotos in Privatbesitz

Bislang wurden nur einfache lateinische Buchstaben betrachtet. Hinzugekommen sind inzwischen, durch die Übertragung auf andere Sprachen, weitere Zeichen. Zunächst einmal sind dies diakritische Zeichen, die Laute kennzeichnen, die es im Latein nicht gab⁶⁴¹. Für das Deutsche sind dies die Umlaute und das *scharfe S* oder *Eszett*⁶⁴².



Eichstätt



Eichstätt



Eichstätt



Aschaffenburg

Auf dem Schild des *Augen-Allianz-Zentrums* wurde das <ß> in Weissenburg in <SS> aufgelöst.⁶⁴³ Bei *ROßMARKT* steht ein <ß> zwischen Großbuchstaben, was laut Duden inzwischen erlaubt ist⁶⁴⁴. Normale Schreibweisen von Umlauten finden sich hier:



Eichstätt



Eichstätt

Alternative Schreibweisen von Umlauten finden sich ebenfalls:



Eichstätt, schräger Ö-Strich



Ansbach, einzelner gerader Ö-Strich



München, <Ä> als Ligatur⁶⁴⁵

⁶⁴¹ Vgl. Langenscheidts 1967: *διακρίτειν*

⁶⁴² In der Deutschschweiz wird das Eszet kaum verwendet, da Schweizer Schreibmaschinen statt <ß> sowie <ä, ö, ü> die französischen bzw. italienischen Sonderzeichen <à, é, è, ç> hatten. Man ersetzt <ß> durch <ss>. Die Abschaffung des <ß> ist allerdings nicht durchgängig, vgl. Ammon 1995: 254; Schläpfer 1982: 121. Der *Gasthof Rößli* in Bülach wird mit <ß> geschrieben, der *Barfüßserplatz* oder die *Weisse Gasse* in Basel dagegen mit <ss>.

⁶⁴³ Vor der Rechtschreibreform wurde <ß> bei Großschreibung grundsätzlich als <SS> aufgelöst, vgl. Duden 1991: R 187. Heute „kann bei Namen aus Gründen der Eindeutigkeit auch bei Großbuchstaben das ß verwendet werden“, Duden 2006: K 160.

⁶⁴⁴ Duden 2006: K 160

⁶⁴⁵ Vermutlich eine Anspielung auf das Mittelalter, in der diese Form häufig verwendet wurde, vgl. Paul 2007: 19. Hierdurch wird das Alter der Brauerei betont.



Getrennschreibung als <OE>



München, Schleifchen als Ö-Striche spielt auf die vom Geschäft vertriebene Unterwäsche an, da bei Damenunterwäsche häufig vorne Schleifchen sind.



München, die Schreibung <ue> in der Internetadresse folgt den Notwendigkeiten des Internets.



Nürnberg



angedeutete Seifenblasen betonen den Inhalt „Reinigung“

Ansbach,



Nürnberg

SØR verfremdet bewusst, denn <Ø> kommt im Dänischen und Norwegischen vor, wird aber hier in einem englischen Wort eingesetzt. Schmitt erwähnt dieses Beispiel sowie die US-amerikanische Eiskrem-Marke *Häagen-Dasz*, die laut Firmengründer dänisch klingen soll, wobei weder <ä> noch <sz> in der dänischen Sprache vorkommen⁶⁴⁶: „In some cases, it is not even necessary that these graphemes or spellings exist in the ‚supply‘ language, as long as they create the impression in the host culture that they do“⁶⁴⁷. Für *SØR* dürfte eher die Aussprache die Idee für diese Schreibung gegeben haben. In *häkky* sehen wir das englische Wort *hacker* ‚Computerhacker‘ mit kreativer, teilweise deutscher Schreibweise. Alternative Schreibweisen oder „orthographische Verfremdung“⁶⁴⁸ dienen der Erregung von Aufmerksamkeit.

Zu erwähnen ist hier noch die mitunter vorkommende Getrennschreibung von Komposita wie bei *Stadt Bücherei* (Steyr), *Spielzeug Welten Museum* (Basel), *Cafe Wort Schatz* (Neuburg) oder *Sun Flower* (Weißenburg), noch auffälliger bei *Bildungs Gesellschaft* (Imst) und *Karin’s Handarbeits Laden* wegen des Fugenelements am Ende des jeweils ersten Wortes. Dies führe ich weniger auf den Ein-

⁶⁴⁶ Vgl. Schmitt 2018: 43

⁶⁴⁷ Schmitt 2018: 43

⁶⁴⁸ Petkova 2017: 164

fluss des Englischen zurück, wo dieses Phänomen häufig ist, sondern auf die Verbreitung der Leichten oder der Einfachen Sprache.

Ein Sonderfall ist Dialekt. Er kommt auf Geschäftsschildern nur selten vor (Beispiele aus Salzburg):



Die dialektalen Formen lassen sich in verschiedenen Gruppen einteilen. Erstens sind Diminutive zu nennen, zweitens werden dialektale Aussprachen verschriftet und drittens kommen Dialektwörter zum Einsatz. Diminutive sind häufig, z. B. *Solnhofner Stüberl*, *Kaslöchl* (Salzburg), *Gasthof Rößli* (Bülach), *Bratwursthäusle* (Nürnberg) und *Zum Schiffla* (Weißenburg). Die Verschriftung dialektaler Aussprachen sieht man bei *saftisch & knaggisch* (Miltenberg) oder *hoiz* (München). Dialektwörter sind *Schmankerl*, *Römer Bembel* (Frankfurt), *Restaurant Bar maletter* (,mein Lehtag, schon immer‘⁶⁴⁹, Eichstätt), *cove* (westfälisch für ,Kleidung‘⁶⁵⁰), *Herr Kächele* (schwäbisch für ,kleiner Kochtopf‘, Stuttgart), *Grombier* (schwäbisch für ,Kartoffel‘⁶⁵¹, Stuttgart), *Läckerli Huus* (Schwyzerdütsch für ,Leckereienhaus‘, gemeint ist ein spezielles Basler Gebäck⁶⁵², Basel) *Oggy Oggy* (Cornisch für ,Pastete‘⁶⁵³, Exeter), *TRUGS* (Dialekt aus Sussex für ,flache Körbe für Blumen etc.‘⁶⁵⁴, Exeter). Bei *Oggy Oggy* erklärt der Untertitel, dass es um *pasty* geht, bei *TRUGS* sieht man am Schaufenster, dass es sich um ein Blumengeschäft handelt. Die Ansicht von Reershemius⁶⁵⁵, die Schreiber von Dialektschildern achteten darauf, dass die Verständigung nicht leidet, kann bestätigt werden. Der verwendete Wortschatz ist begrenzt, z. B. sind die Wörter *Stadl* und *Schmankerl* im Bairischen häufig. Im Zweifelsfall klärt der Untertitel oder der

⁶⁴⁹ Vgl. maletter o.J.

⁶⁵⁰ Vgl. cove 2022

⁶⁵¹ Vgl. Happes o.J.: s.v. *Grombiera*

⁶⁵² Ammon et al. 2004: s.v. *Leckerli*

⁶⁵³ Vgl. Spiegato 2022

⁶⁵⁴ Vgl. OED: s.v. *trug*, n¹

⁶⁵⁵ Vgl. Reershemius 2011: 49

Kontext, worum es geht, wie bei *cove* – *DIE MAßSCHNEIDEREI* oder *Restaurant Bar maletter*. Manche Begriffe wie *hoiz* sind lediglich Namen, die nicht verstanden werden müssen. Außerdem sind viele Mundartformen nicht weit weg von der dazugehörigen standardsprachlichen Form wie *Bäck* oder *Beck* für ‚Bäcker‘. Das gilt auch für die hochfrequenten Diminutive. Dialektformen dienen dem Hervorrufen von Vorstellungen von einer früheren Epoche, in der alles langsamer und einfacher vor sich ging⁶⁵⁶. Hinzu kommt, dass Dialekt Identifikation mit dem Ort und dessen Einwohnern ausdrückt und das informelle Register zusätzlich den Abstand zwischen Geschäftsinhaber und Kunde verringert. Obige Beispiele zeigen, dass Dialekt häufig mit gebrochenen Schriftarten kombiniert wird, was den Effekt des Hervorrufens der ‚guten, alten Zeit‘ noch verstärkt.

Dialekte sind besonders auffällig. Das Gleiche gilt für in anderen Sprachen vorkommende Sonderbuchstaben oder diakritische Zeichen. Oben wurde das dänisch-norwegische <Ø> erwähnt. Im Französischen kommen drei Akzente vor, accent aigu <é> [e], accent grave <è> [ɛ] und accent circonflexe <ê> [ɛ̃].⁶⁵⁷ Außerdem gibt es die Cedille <ç> wie in *ça*, die die Aussprache als [s] markiert, die Ligatur <œ> [œ] und das echte Trema wie in *noël* ‚Weihnachten‘⁶⁵⁸. Hier sind Beispiele für französische diakritische Zeichen:



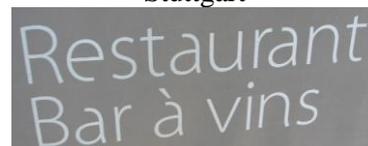
Nürnberg



Stuttgart



Belfort



Mulhouse



Lure



Eichstätt

⁶⁵⁶ Vgl. Reershemius 2011: 44

⁶⁵⁷ Vgl. Larousse 1964: s.vv. *plâtre, tâche, sûr, 2. sur, 3. sur*

⁶⁵⁸ Vgl. Colanguage o.J.

Den Akut (*accent aigu*) sehen wir im französischen Wort *Café* bei *CAFÉ BEER* und *Goldschmiede BERGÉR*. *CAFÉ LE THÉÂTRE* enthält Akut und Zirkumflex. Der Gravis findet sich bei *Restaurant à vins* ‚Weine-Restaurant‘. Ein Trema enthält *CAMAÏËU*, ein Wort, das sowohl für ‚Farbschattierungen (der gleichen Grundfarbe)‘⁶⁵⁹ steht als auch für ein ‚einfarbiges Gemälde‘⁶⁶⁰, also eine Kunstrichtung. Die Cedille finden wir beim *centre François Mitterrand*; unten bei *IGMG Aschaffenburg Şubesi* sehen wir dieses diakritische Zeichen im Türkischen. Im Italienischen kommt ebenfalls ein Gravis vor:



Nürnberg

Beim *CAFÉ KRÈM* findet sich eine interessante Kombination aus Französisch und einer vietnamesisch angedeuteten Schreibung. Bei *ANTIQUITES* fehlt der Akzent des Wortes *Antiquités*, im Französischen ist das Weglassen bei Großbuchstaben jedoch erlaubt. Das elsässische Straßenschild *Itrachtsplätzlà* ‚Eintrachtsplatz / Eintrachtsplätzchen‘ enthält zwei Akzente, die mit dem Elsässerdeutschen zusammenhängen.



Aschaffenburg



Mulhouse



Mulhouse

Sonderzeichen sind in anderen Sprachen eine Notwendigkeit und haben daher für diese keine besondere Funktion auf Geschäftsschildern. Wenn also französische Akzente in Frankreich zu finden sind, ist dies als normal anzusehen. Sind solche Sonderzeichen jedoch in einem Umfeld belegt, wo die Landessprache keine betreffenden Zeichen verwendet, rufen sie andere Länder in der Vorstellung des Lesers hervor und entreißen ihn dem Alltäglichen.

⁶⁵⁹ Pons 2006: s.v. *camaïeu*

⁶⁶⁰ Larousse 2004: s.v. *camaïeu*

Gespiegelte Buchstaben dienen der Hervorhebung unterschiedlicher Aspekte:



München



München



München



Nürnberg



München



St. Gallen

Bei *EYE CATCHER* dient die Schreibweise bei *eye* dazu, zwei Augen und eine Nase anzudeuten. *Desigual* ist spanisch für ‚ungleichmäßig‘ und wurde durch das seitenverkehrte <s> ebenso geschrieben⁶⁶¹. *BIJOU BRIGITTE* betont mit dem gespiegelten das doppelte . Die Anordnung der Buchstaben bei *NANU-NANA* mit dem auf den Kopf gestellten <A> und den unterschiedlichen Schrägneigungen weist auf die im Geschäft erhältlichen Dekoartikel hin. Bei *STEREO MUC* sehen wir ein seitenverkehrtes <R>, dessen Längsstrich verlängert wurde und dadurch wohl zwei Lautsprecher andeuten soll. <EO> dahinter ist ebenfalls in Spiegelschrift. Mit *MUC* wurde hier die Flughafenabkürzung verwendet, um auf die moderne Zeit hinzuweisen. Die Motivation für die Spiegelschrift bei *Druck (Ritter)* ist leicht nachvollziehbar; es stellt eine Druckplatte dar.

Andere Schriften kommen zwar vor, jedoch zumeist nur in Untertiteln. Sie sind extrem selten. Sie stehen für das jeweilige Land, meist bei Restaurants:



St. Gallen, *ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ* ‚Freund‘, einziges Geschäftsschild mit griechischer Schrift in meinem Korpus, offiziell heißt das Café *Philosophia* (vgl. Restaurant.ch 2023)



München, Japanisch; die ersten beiden Schriftzeichen 東京 stehen für ‚Tokyo‘ (vgl. Wikipedia: s.v. *Tokio*)

⁶⁶¹ Vgl. Langenscheidts 1977: s.v. *desigual*



Eichstätt, Chinesisch



Aschaffenburg, Chinesisch



Aschaffenburg, Arabisch



Aschaffenburg, oben Chinesisch
THINH-PHÚC ist Vietnamesisch



Aschaffenburg, rechts Thai

Mitunter wird versucht, durch besondere Schreibweisen oder Buchstabenformen Anspielungen auf Fremdsprachen oder besondere Bildung zu machen⁶⁶². Das war oben bei *laanthai* zu sehen, die lateinischen Buchstaben ähneln Thaischrift. Hier weitere Beispiele:



Ingolstadt



München



Aschaffenburg



München

Bei *Tien-Wok* erinnert die Schreibweise an die Pinselstriche der chinesischen Kalligraphie. Das dreieckige <A> bei *TECTAPLAN* deutet zwar auf Griechisch hin, sieht aber eher wie ein Delta aus⁶⁶³. Schmitt zeigt ein ähnliches Beispiel, *PLANET HELLAS*, ebenfalls mit deltaförmigen <A>s. Dies seien Anspielungen auf andere Sprachen und Kulturen⁶⁶⁴. Der *habibi shop* deutet Arabisch an. *ESPRIT* enthält einen dem griechischen *Xi* ähnlichen Buchstaben, der jedoch ein lateinisches <E> symbolisiert. Das Gleiche war oben bei *IPETRONIK* zu sehen. Dem Griechischen ähnliche Schreibungen sind nicht nur Anspielungen auf Griechenland *per se*, sondern gleichzeitig auf ein höheres Bildungsniveau. Dies hängt damit zusammen, dass das europäische Bildungssystem letztlich auf die in der Antike in Griechenland gegründeten Schulen und den antiken Bildungsplan – die *septem artes liberales* – zurückgeht⁶⁶⁵. Dasselbe gilt für die Verwendung der griechischen Sprache, Vergleichbares für Latein.

⁶⁶² Vgl. Schmitt 2018: 42

⁶⁶³ Das <A> bei *TECTAPLAN* sieht wie ein Dach aus und verstärkt so den Inhalt, denn lat. *tectum* ‚Dach‘.

⁶⁶⁴ Vgl. Schmitt 2018: 42

⁶⁶⁵ Vgl. Konrad 2007: 13, 21. Die lateinische Bezeichnung *septem artes liberales* ‚sieben freie Künste‘ ist eindeutiger als die griechische *ἐγκύκλιος παιδεία* ‚kreisförmige Bildung‘.

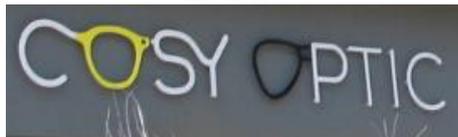
Einzelbuchstaben, Zahlen oder Grafiken können für Wörter stehen. Dies sind Anspielungen auf die moderne Zeit mit SMS-Sprache, Smileys, Emoticons u. ä.:



Eichstätt



Aschaffenburg



Belfort



Eichstätt

B. Stitched ist als *Be stitched!*, ‚Lass dich stechen!‘, zu lesen; mit *stechen* ist ‚tätowieren‘ oder ‚piercen‘ gemeint. Das Herz-Symbol für *love* wie bei *I ♥ Kebap* ist weit verbreitet, wenn auch sonst eher auf T-Shirts, Taschen und anderen Gegenständen⁶⁶⁶. Bei *Pizza 4 you* wird die englische Bezeichnung für 4, also *four* für das Homophon *for* verwendet⁶⁶⁷. In *COSY OPTIC* sind die <O>s wie Brillenhälften gestaltet und betonen, dass es sich um einen Optiker handelt.

I-Punkte können fehlen, bei Großbuchstaben auftreten, mitten im Wort als Minuskel erscheinen oder graphisch gestaltet sein:



Aschaffenburg



Aschaffenburg



Aschaffenburg



Eichstätt



Ansbach



Eichstätt



Eichstätt



Aschaffenburg



Nürnberg



Aschaffenburg

⁶⁶⁶ Vgl. Schmitt 2018: 189

⁶⁶⁷ Vgl. Schmitt 2018: 189. Hier lassen sich Bezüge zur SMS-Sprache erkennen.



Aschaffenburg



Aschaffenburg

Eine Motivation für alternative Schreibweisen von *I* oder *i* ist mitunter nicht erkennbar, z. B. bei *Spiegelbild* oder *VePa Immobilien*. Bei *iL CUCiNAiO* ermöglichen die kleinen <i>s inmitten der Großbuchstaben, eine einheitliche Schriftgröße einzuhalten und gleichzeitig – wie bei *ANISHKA* – der Klarstellung $I \neq L$ zu dienen. Bei *kik* wurde mit dem Häkchen anstatt des i-Punktes ein graphischer Akzent gesetzt, der die Bedeutung des Akronyms *kik* und Leitmotiv der Ladenkette ‚Kunde ist König‘ unterstützt, indem es dieses abhakt⁶⁶⁸. Das Ansbacher Geschäft *liberty woman* verwendet ein Herzchen auf dem <i>, wie um zu sagen ‚I like liberty woman‘. Das Logo von *TUI* verschmilzt alle drei Buchstaben miteinander, das <i> ist nur am Punkt erkennbar. *TALLY WEiJL* ist ein niederländischer Name, der zu einer Schweizer Firma gehört; die Buchstabenfolge <ij> ist typisch niederländisch und findet sich z. B. beim Maler *Rembrandt van Rijn*⁶⁶⁹. Die beiden türkischen Schilder zeigen große <İ>s mit Punkt sowie kleine <ı>s ohne Punkt. Das hängt damit zusammen, dass das <I, ı> einen Vokal kennzeichnen, den es im Deutschen nicht gibt⁶⁷⁰. Bei *Tipico* ist der i-Punkt auf dem <T> ein graphisches Element. Alternative Schreibungen des Buchstabens <I, i> sind in der türkischen Sprache notwendig. Ansonsten werden sie zur Klarstellung, dass es sich nicht um <L, l> handelt, verwendet oder als Möglichkeit, grafischen Gestaltungen einzubringen, mit denen unterschiedliche Aspekte betont werden können.

Mitunter kommen in den Geschäftsnamen auch Satzzeichen vor. Früher waren zwar Punkte nach Überschriften vorgeschrieben⁶⁷¹, jedoch seit 1929 nicht mehr⁶⁷². Infolgedessen ist es eine Besonderheit, wenn trotzdem ein Punkt am Ende gesetzt wird wie bei *UNITED COLOURS OF BENETTON*. Die Slogans *Büro. Schule. Schreibkultur.* von Kaut-Bullinger und *EHRlich. FRISCH. SELBSTGE-MACHT.* von *Dölger's* sind vermutlich der *Ritter Sport*-Werbung ‚Quadratisch.

⁶⁶⁸ Vgl. kik 2021

⁶⁶⁹ Vgl. Tally Weijl 2022

⁶⁷⁰ Vgl. Cimilli / Liebe-Hartkort 1976: 9

⁶⁷¹ Vgl. Adelung 12788: 375, Schmitthenner 1824: 48, Duden 1872: V, Duden 1907: XXX

⁶⁷² Duden 1929: 42; Duden 1934: 38 bzw. gesamtes Buch

Praktisch. Gut.“ nachempfunden, die seit 1970 im Fernsehen und in Anzeigen präsent ist⁶⁷³. Als rhetorisches Stilmittel ist dies ein Trikolon⁶⁷⁴.



Aschaffenburg



München



Aschaffenburg



München



Aschaffenburg



Mulhouse



München



Aschaffenburg



Ansbach

In den meisten Fällen scheint der Punkt eine Art Betonung zu sein wie bei *UNITED COLORS OF BENETTON*, *abele, optik*.⁶⁷⁵ oder den Werbeslogans. Dies suggeriert, dass alles gesagt ist; dies sehe ich als die Hauptfunktion des Punktes. Bei *RP. RUNNERS POINT* hat der Punkt eine Doppelfunktion, er trennt zum einen die Abkürzung des Geschäftsnamens von seiner Vollform, zum anderen betont er das Wort *point*. Der Apostroph wurde hier weggelassen (*Runners' point* oder *Runner's point*). Fraglich bleibt die Bedeutung des Punktes bei *By. Rose* in Mulhouse. Ebenso erscheinen die drei Punkte hinter *RITUALS...* ein reines graphisches Element zu sein. Bei *i:Belle* wird laut der Homepage des Geschäfts der Doppelpunkt nicht mitgelesen, vermutlich steht das <i> für „individuell“⁶⁷⁶. Der Doppelpunkt setzt also das <i> vom Rest des Textes ab. Eine noch stärkere Betonung als der Punkt stellt das Ausrufezeichen hinter *Lustobjekte!* dar. Einige der verwendeten Satzzeichen drücken wohl am ehesten Ungewöhnlichkeit oder Neuartigkeit aus.

Der Apostroph ist eine Besonderheit. Im Zusammenhang mit dem Genitivs ist der Apostroph in unterschiedlichen Sprachen belegt, z. B. Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch:



Stuttgart, Französisch



Eichstätt, Englisch mit deutschem Familiennamen



Ansbach, Deutsch

⁶⁷³ Vgl. Iser 2007

⁶⁷⁴ Vgl. Duden online: s.v. *Trikolon*

⁶⁷⁵ Das Komma bei *abele, optik* ist eine seltene und damit auffällige Erscheinung.

⁶⁷⁶ Vgl. *i:belle* o.J.



Aschaffenburg, Deutsch,
Brezel als B



Aschaffenburg, Deutsch



Aschaffenburg, Englisch,
ohne Apostroph



Aschaffenburg



Ansbach, Englisch



Ansbach, Spanisch



Stuttgart



München, Plural-S



Belfort



Stuttgart

Für das Deutsche gilt, dass der Apostroph bei Eigennamen, z. B. im Genitiv, durchaus üblich war⁶⁷⁷. Konrad Duden lehnte die Schreibung mit Apostroph ab⁶⁷⁸; sein Wörterbuch blieb bis 1991 bei dieser Regelung⁶⁷⁹. In Unterrichtswerken zur Rechtschreibung wurde nichtsdestoweniger lange Zeit `s bei Eigennamen im Genitiv gelehrt⁶⁸⁰. Inzwischen erlaubt der Duden jedoch den Apostroph bei Eigennamen im Genitiv und vor der Adjektivendung *-sch*⁶⁸¹. Ross bezeichnet das Apostroph-s als „feature often thought of by foreigners as esoterically English“⁶⁸². Für das Deutsche ist diese Aussage vor dem Hintergrund des Ausgeführten und der aktuellen Dudenregelung nicht haltbar. Die Motivationen der Geschäftsinhaber für die Wahl des Apostrophs sind unterschiedlich. Die Eichstätterin Eva Bauer äußerte beim Interview am 28.01.2019, sie habe sich für die Schreibweise *Eva's Kinderladen* entschieden, weil sie finde, es sehe besser aus. Sie wisse, dass es falsch sei. Dies ist zwar heute nicht mehr richtig, das Geschäft besteht jedoch seit den 1980er Jahren. Die Inhaberin von *TESSA'S Kindertanzschule* in Aschaffenburg, Tessa

⁶⁷⁷ Vgl. Schmitthenner 1824: 74, Adelung 1788: 400; Buchbeispiele für Schreibung mit Apostroph: Kämpf 1874: lithographische Beilage; Spiegel 1881: Ivf.; Faulmann 1897: [3]; Schwalbe 1887: X; Reicke 1896: 8; Fäh 1897: [III]; Historischer Verein Eichstätt 1897: Titelseite

⁶⁷⁸ Vgl. Duden 1872: 68; Duden 1880: XV;

⁶⁷⁹ Vgl. Duden 1929: 25; Duden 1957: 52; Duden 1991: 23

⁶⁸⁰ Vgl. Dessar 1863: 72. Straube 1959 verbietet den Apostroph beim „Beugungs-s“ und zitiert als falsche Schreibweisen: „Kaiser's Kaffee-Geschäft, Hohberger's Malzzucker, Oetker's Backpulver.“ (Straube 1959: 71) Tatsächlich lässt sich die 's-Schreibweise bei Dr. Oetker bis 1934 nachweisen, vgl. Dr. Oetker 2022: Produktgeschichte. *Kaiser's Kaffee-Geschäft* behielt den Apostroph selbst bei der Zusammenlegung zu *Kaiser's Tengemann*. Die Firma blieb bis zum Ende ihres Bestehens 2016 mit dieser Schreibweise erhalten, vgl. Wikipedia: *Kaiser's Tengemann*.

⁶⁸¹ Duden 2006: 36

⁶⁸² Ross 1997: 32

Foit-Walscheid van Dijk, schrieb im Februar 2019 in einer E-Mail als Antwort auf eine diesbezügliche Anfrage:

Als ich in meiner Jugend in Amerika war, war ich ein großer Fan der Restaurantkette Chi Chi's und hatte ein Werbeschild in meinem Zimmer hängen. Als ich mich 1998 in Deutschland selbständig machte, habe ich mich trotzdem für die in Amerika übliche Schreibweise entschieden, da sie mir optisch einfach besser gefallen hat.

Zwar spielen die USA in dieser Begründung eine Rolle, das bessere Aussehen wird jedoch als Hauptgrund genannt. Der Apostroph dient dazu, davor stehende Eigennamen unverändert stehen zu lassen, was für viele Schilderverfasser besser aussieht.

Nun zu den weiteren Geschäftsschildern mit 's. *Chilli's* wäre als Plural logischer, also *Chillis*, *The Brothers Streetfood* ist auch als *The Brothers' Streetfood* denkbar. Bei *KEOP'S* und *CAP'S & Co.* und *STARBUCKS COFFEE* sehen wir Schreibweisen, die definitiv nicht korrekt sind. Sie müssten *KEOPS*, *CAPS & Co.* bzw. *STARBUCK'S COFFEE* heißen, da es sich um einen Eigennamen, einen Plural bzw. einen literarischen Namen im Englischen handelt, wo die 's-Schreibung für den Genitiv obligatorisch ist. *Nulle Part Ailleurs Jean's* ist im Französischen auf jeden Fall inkorrekt, da in dieser Sprache Besitzzugehörigkeit mit der Präposition *de* ‚von‘ ausgedrückt wird. *Jean's* könnte jedoch ein Wortspiel sein, wenn auf den Vornamen *Jean* angespielt wird. Für Wörter, die keine Eigennamen sind, lässt sich keine nachvollziehbare Regel für die Verwendung des Apostrophs erkennen.

Ein Logogramm, kurz Logo, ist ein „Schriftzeichen für eine bedeutungstragende Einheit eines Wortes“⁶⁸³, z. B. das Et-Zeichen. Es tritt in unterschiedlichen, teils kreativen Variationen auf, wie bei *Jack & Jones*. Dieses ist schwer als Kaufmanns-Und erkennbar, auf der Homepage der Firma steht jedoch *Jack & Jones*⁶⁸⁴. Bei *adam & eva* finden wir einen angebissenen Apfel als Et-Zeichen, eine Anspielung auf die Paradiesgeschichte im biblischen Buch Genesis. Das Et-Zeichen verkürzt das Wort ‚und‘ und legt so den Fokus auf den übrigen Text. Es ermöglicht eine grafische Gestaltung, die wiederum mit unterschiedlichen Inhalten belegt werden kann. Hier sind Beispiele zum Kaufmanns-Und, danach weitere Logogramme:

⁶⁸³ Duden online: s.v. *Logogramm*

⁶⁸⁴ Vgl. *Jack & Jones* o.J.



Ingolstadt



Aschaffenburg



Aschaffenburg



Mulhouse



Steyr, altes Firmenlogo



Aschaffenburg



Aschaffenburg



Imst



Hereford



Belfort



St. Gallen



Belfort, Sparkassensymbol

Das Plussymbol mit den Bögen darüber und darunter bei *eyes + more* stellt ein Auge dar und betont den Inhalt *eyes*⁶⁸⁵. Das Euro-Symbol in *T€DI* verweist darauf, dass es sich um ein Ein-Euro-Geschäft handelt, dass es hier also preisgünstige Produkte gibt, genauso wie beim Geschäft 2 €. Das 1951 eingeführte Apotheken-Symbol ist in Deutschland der gängige Hinweis auf eine Apotheke. Es besteht aus einem Fraktur-A, in das eine Äskulapnatter und ein Arzneikelch integriert sind⁶⁸⁶. In Österreich ist es ebenfalls ein <A> mit Schlange und Schale; jedoch sind die Accessoires anders angeordnet als in Deutschland⁶⁸⁷. In Frankreich, England und der Schweiz sowie in anderen Ländern findet sich dafür ein grünes Kreuz. Das gezeigte Beispiel aus der Schweiz ist die Variante des dortigen Apothekerverbandes Pharmasuisse, ein Markenzeichen mit einer stilisierten Äskulapnatter⁶⁸⁸. Das Sparkassensymbol ist in Deutschland ein <S> mit Punkt darüber, in Frankreich ein stilisiertes Eichhörnchen⁶⁸⁹. Logogramme dienen dazu, mit einem einzigen Symbol einen Inhalt erkennbar zu machen. Dadurch sind Geschäfte noch

⁶⁸⁵ Schmitt führt diese Firma ebenso an, vgl. Schmitt 2018: 86

⁶⁸⁶ Vgl. Mathieu 2010

⁶⁸⁷ Vgl. Österreichische Apothekerkammer o.J.

⁶⁸⁸ Vgl. Pharmasuisse o.J.

⁶⁸⁹ Vgl. Mignot 2016. Das Eichhörnchen symbolisiert das Sparen, da es im Sommer seine Vorräte hortet.

schneller zu erkennen als mit Texten. Durch ihre einheitliche grafische Gestaltung haben Logogramme einen hohen Wiedererkennungswert.

Es gibt auch Geschäftsnamen, die wie eine Internetadresse gestaltet sind:



Ansbach



Ansbach



Ansbach



Aschaffenburg



Stuttgart; www.SCHLOSSPARFUMERIE.DE



Aschaffenburg

Die tatsächlichen Links heißen: <https://www.pustet.de/>, <https://www.der-stall.de/>, <http://www.schmusekind.de/>, <https://coworking-ab.de/>, <https://www.schlossparfumerie.de/>, <https://www.fahrschule-helmstetter.de/>⁶⁹⁰. Man sieht, dass teilweise die Groß- und Kleinschreibung verändert wurde. Internetadressen-ähnliche Geschäftsnamen sollen dem Geschäft einen modernen, internationalen Touch geben.

Bilder als Buchstaben unterstreichen die Inhalte:



Ingolstadt



Nürnberg



Nürnberg



Nürnberg



Ansbach



Aschaffenburg



Aschaffenburg



Stuttgart

Die Schere bei *IMAJ*, die das <A> ersetzt, steht für den Friseur. Das Wort bedeutet im Türkischen ‚Image‘⁶⁹¹. Im Wort *GelatOne* ist das <O> wie mehrere Eiskugeln gestaltet und betont daher den Inhalt ‚großes Eis‘. Die Sonne in *Tapasitos*

⁶⁹⁰ Je 13.03.2021. Ein englisches Beispiel ist unter 3.9.2. y) zu finden.

⁶⁹¹ Auch Schmitt zeigt ein Beispiel mit einer Schere bei einem Friseur, vgl. Schmitt 2018: 45

‚kleine Tapas‘ steht für das sonnige Mexiko, dessen Essen das Restaurant anbietet. Die Weltkugel in *MONDO* betont ebenfalls den Inhalt ‚Welt‘. Bei *BONITA* ‚schön‘ soll das <T> vermutlich einen Menschen darstellen, der sich im Geschäft Kleidung kauft. Eine stilisierte Schallplatte wurde bei *EchObeat records* eingebaut. In *DOLOMITI* deutet das <M> die Berge der Dolomiten an. Im <O> von *ROSSMANN* befindet sich ein Ross als Anspielung auf *Rossmann*.

Ein weiteres Phänomen, das mehrfach vorkommt, ist die *scriptio continua*. Sie erfüllt zweierlei Funktionen: Zum einen spielt sie auf die historische Verwendung an, denn sie war bis ins frühe Mittelalter üblich⁶⁹², z. B. bei *arcus filumetforfex* in Neuburg, eine Schneiderei für Renaissance-Gewänder, die beim Neuburger Schlossfest verwendet werden⁶⁹³. Zum anderen spielt die *scriptio continua* auf Modernität im Zusammenhang mit Internetadressen an, wie auch die englische Sprache zeigt:



Frankfurt

Schriften aus Großbuchstaben sind aus größerer Entfernung optisch besser zu erkennen. Großbuchstaben inmitten von Kleinbuchstaben oder verschiedene Farben innerhalb eines Schriftzugs dienen der Kenntlichmachung einer zweiten Lesart des Schildes, z. B. bei *HIGHENDSMOKE* (Aschaffenburg). Ebenso setzen unterschiedliche Schriftarten verschiedenartige Inhalte voneinander ab. Nur Kleinbuchstaben und *scriptio continua* sind eine Anspielung auf die moderne Zeit und das Internet wie bei *FITSEVENELEVEN* (Frankfurt). Letzteres kann jedoch auch umgekehrt auf die Zeit verweisen, in der es üblich war, ohne Leerstellen zu schreiben, z. B. bei *arcus filumetforfex* (Neuburg). Handschriftennachahmungen symbolisieren Handwerk, Handarbeit oder etwas, was man in Handschrift schreibt, z. B. bei der Töpferei *mema* (Eichstätt). Gebrochene Schriften evozieren frühere Zeiten

⁶⁹² Vgl. Primus 2007: 49

⁶⁹³ Zur Zeit der Renaissance war zwar die *scriptio continua* nicht mehr üblich. Man sieht jedoch an diesem Beispiel, dass die Schrift, und auch die lateinische Sprache, hier für die Evozierung einer früheren Zeit verwendet werden.

und Tradition und sollen gleichzeitig Vertrauen erwecken, z. B. beim *Nassauer Keller* (Nürnberg).

Irische Schrift ruft im Kopf Irland hervor, z. B. beim Irish-Pub *Fiddler's Green* (Eichstätt)⁶⁹⁴. Sonderbuchstaben oder diakritische Zeichen aus anderen Sprachen rufen andere Länder in der Vorstellung hervor und daher etwas vom Alltag-Abweichendes, z. B. das dem griechischen Xi ähnliche <E> bei *IPETRONIC* (Eichstätt). Dasselbe gilt für Schriften, die an nicht-lateinische Schriften angelehnt erscheinen, z. B. *laanthai* (Aschaffenburg). Diese vermitteln mitunter konkret den Bezug zu einem Land, im Falle von Griechisch kommt zusätzlich ein Bezug zu Bildung vor, z. B. bei *TECTAPLAN* (München) mit einem <A>, das einem Delta ähnelt.

Punkte am Ende von Geschäftsschildern markieren eine Art Statement, nach dem es nichts mehr zu sagen gibt, z. B. *UNITED COLORS OF BENETTON*. (Aschaffenburg). Der Apostroph wird bei Eigennamen oft aus optischen Gründen eingesetzt, z. B. bei *Mayer's Bäck* (Aschaffenburg).

Bilder als Buchstaben oder Teilen davon unterstreichen die Inhalte, z. B. die Schere als <A> beim Friseur *IMAJ* (Ingolstadt). Alternative Schreibweisen, die man auch als orthographische Verfremdungen bezeichnen kann, erregen Aufmerksamkeit, ebenso Satzzeichen, z. B. *SØR* (Nürnberg) oder *i:belle* (Aschaffenburg).

Dialekt ruft beim Leser die Vorstellung von der „guten, alten Zeit“ hervor; gleichzeitig symbolisiert er durch die Ortsgebundenheit und das Register Nähe zum Leser des Schildes.

Alternative Schreibweisen des Buchstabens <I, i> werden oft als Möglichkeit genutzt, grafische Elemente einzubringen, mit denen unterschiedliche Inhalte eingebracht werden können, z. B. *liberty woman* (Ansbach) mit einem Herzchen als i-Punkt. Einzelbuchstaben, Zahlen oder Grafiken für Wörter sind Anspielungen auf die moderne Zeit mit SMS-Sprache, Emoticons etc., z. B. *I ♥ Kebap* (Eichstätt).

Logogramme verkürzen den zu lesenden Text. Sind sie in besonderer Form – einheitlich – grafisch gestaltet. Dadurch sind die dazugehörigen Geschäfte besonders schnell und leicht wiederzuerkennen, z. B. Sparkassen oder Apotheken.

⁶⁹⁴ Zusätzlich gibt das Wort *green* den Hinweis auf die ‚grüne Insel‘.

4.4. Vergleiche der Funde dieses Korpus mit anderen Studien

In Kapitel 2.2. sind die Funde von MacGregor (2003) zu den 120 Geschäftsschildern, die sie in Japan beim Tokyoter Seijo Gakuen-mae Bahnhof sammelte, zusammengefasst. Hinsichtlich der Branchen wird laut MacGregor einheimisches Essen mit japanischen Schildern angepriesen; in Deutschland gibt es hierfür teilweise ausländische oder ausländisch klingende Schilder wie das *Café le Théâtre* oder das *Café waranga* in Stuttgart. Die von MacGregor erwähnte Vorliebe für Französisch in der Modebranche und bei bestimmten Lebensmittelgeschäften kann bestätigt werden; bei der Mode ist in meiner Studie der Französischanteil immerhin bei 7,40 %, bei Lebensmitteln sind es 4,29 %, wobei das Wort Schokolade mehrfach in französischer Form belegt ist, z. B. als *Chocolatique* (Eichstätt), *chez Chocolat* (Neuburg), *Planète Chocolat* oder *Eilles Chocolatier* (beide Nürnberg). In Untertiteln ist *Chocolatier* ebenfalls mehrfach enthalten, z. B. *Läderach*, Untertitel: *chocolatier Suisse* (Stuttgart). Die Tendenz zur Verwendung von skandinavischen Sprachen bei Brot ist in meiner Studie nicht vorhanden. MacGregor führt weiter an, Englisch werde häufig auf Grund der Optik gewählt. Dies kann ich für meine Studie ausschließen, da alle Landessprachen, Deutsch, Italienisch, Französisch und Englisch, mit lateinischen Buchstaben geschrieben werden. Dass jedoch Englisch für Bekleidung gerne gewählt wird, lässt sich mit den 32,74 % in Deutschland, 23,30 % in Österreich, 29,01 % in der Schweiz und 19,87 % in Frankreich für die Modebranche durchaus bestätigen. Weiterhin ist auch mein Eindruck wie der MacGregors, dass das Geschäftsgründungsjahr auf dem Geschäftsschild für Beständigkeit und Vertrauenswürdigkeit steht⁶⁹⁵, z. B. bei *Kaffee-Rösterei Saerve 1895* in Eichstätt.

Die ein- und mehrsprachigen Schilder MacGregors rechnete ich nach meinem System um. Die sich ergebenden Zahlen vergleiche ich mit denen Münchens, in der Folge dann mit den Funden von Wang (2015) zu Peking und Fukuoka, da alle vier Millionenstädte sind ⁶⁹⁶ (Landessprachen fett):

⁶⁹⁵ Vgl. MacGregor 2003: 21

⁶⁹⁶ Berechnungsmodus siehe Kapitel 2.9.; Die Zahlen zu Tokyo wurden aus MacGregor 2003:19 errechnet, die zu Peking aus Wang 2013:43, zu Fukuoka aus Wang 2015:132.

	München	Tokyo	Peking	Fukuoka
Deutsch	56,60		0,81	
Japanisch		55,13	4,03	61,75
Chinesisch			51,61	0,90
Englisch	22,41	39,74	37,10	36,75
Französisch	5,81	4,49	3,23	0,30
Griechisch	1,24			
Italienisch	6,36			
Latein	1,24			
Spanisch	2,35		0,81	
Türkisch	0,69			
Koreanisch				0,30
Sonstige	4,12	0,64	2,42	
Sprachanteile	723	156	124	332
Anzahl	639	156	89	223

Die Zahlen für die Landessprache Deutsch bzw. Japanisch sowie für Französisch zeigen für Tokyo und München ähnliche Prozentsätze. Der Anteil Englisch liegt allerdings in Tokyo um einiges höher. Es ist damit die klar bevorzugte Fremdsprache. Auffällig ist, dass bei weiteren Sprachen in den drei untersuchten Tokyoter Straßenzügen nur Dänisch (= Sonstige) in Erscheinung tritt; die Rolle der übrigen in Deutschland vorkommenden Sprachen übernimmt somit Englisch fast allein. Auch weitere asiatische Sprachen waren in Tokyo nicht zu finden.

In gleicher Weise lassen sich Wangs Schilder der belebten Pekinger Wangfujing-Straße von 2013 umrechnen. Lässt man die fünf „Bilder“ beiseite, ergeben sich obige Zahlen. Die Landessprachen sind auch hier in ähnlichem Bereich, Englisch ist in Peking fast so stark belegt wie in Tokyo. Für Französisch liegt zwar dort der Prozentsatz etwas niedriger; jedoch ist es bei uns Sprache des Nachbarlandes. Japanisch als Nachbarsprache kommt in der chinesischen Hauptstadt auf etwas höhere Prozentsätze als Französisch. Die Sprachwahl ist abwechslungsreicher als bei der Tokyoter Bahnhofsgegend, was wegen der Lage der Wangfujing-Straße im Stadtzentrum Pekings erklärbar ist.

In Wangs Studie von 2015 geht es um die Sprachenverwendung auf dem Ito Campus der Universität in Kyushu, die in der Stadt Fukuoka liegt⁶⁹⁷. Wangs Schlussfolgerung, dass die Schilder an der Universität kein so breit gefächertes Spektrum aufweisen wie ein städtisches Gebiet, ist bei diesem Vergleich direkt

⁶⁹⁷ Vgl. Kapitel 2.2.1.

sichtbar. Sie weist auf den hohen Prozentsatz Englisch hin, der in allen drei Studien zu Ostasien ähnlich hoch ist. Ihr Hinweis auf die Internationalisierung der Universität, die mit Englisch bewerkstelligt wird⁶⁹⁸, lässt sich ebenfalls bestätigen, da auch Universitäten in Deutschland, z. B. die Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt oder die Ludwig-Maximilians-Universität München, ihre Homepages auch auf Englisch anbieten⁶⁹⁹. Was die Beschilderungen anbelangt, ist dies – zumindest in Eichstätt – ebenso. Als Beispiel seien hier drei Schilder genannt: *Stiftungsverwaltung*, Untertitel: *Foundation Administration, Stiftung Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt*; *Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft*, Untertitel: *Center for Marriage and Family in Society, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt* sowie *Zentrum für Lehrerbildung und Bildungsforschung*, Untertitel: *Center for Teacher Training and Education Research, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt*. Auch auf dem Ito Campus fand Wang außer zwei Sprachen von Nachbarländern mit geringem Anteil kaum andere Sprachen. Hieran sieht man erneut, dass untersuchte Gebiete, die sich nicht im Stadtzentrum befinden, weniger abwechslungsreich sind.

Lees Modell ‚The Seven Magnets of Trends‘⁷⁰⁰ bezieht sich auf die Verhältnisse in Thailand und beschreibt, welche Faktoren die Verwendung bestimmter Sprachen fördern. Diese finden sich auch in meiner Studie. Globalisierung fördert für Lee die *lingua franca* Englisch, die Attraktivität dieser Sprache ist in allen Orten meiner Erhebung nicht zu übersehen. Hinzuzählen kann man noch Internationalismen wie *Ananas*⁷⁰¹ oder Wörter wie *international*, *Welt* o.ä., z. B. in *TUI*, Touristik Union *international*‘ oder *Weltladen*. Regionalisierung ist für Lee verantwortlich für Sprachen, die in bestimmten Wirtschaftsräumen Bedeutung haben. Diese Rolle hat bei uns ebenfalls das Englische inne, so dass Unternehmen, die eine länderübergreifende Ausdehnung anstreben, englische Namen wie z. B. *SSG*, ‚Solnhofen Stone Group‘ als Firma festsetzen. Auch die Erwähnung von Europa wie in *Euro-Bar* zählt hierzu. Nationalismus meint die Verwendung der Landessprache, die in allen von mir untersuchten Ländern den jeweils stärksten Anteil hat, oder Schilder in Deutschland mit *deutsch*, *Deutschland* o.ä. wie *DER*, ‚Deutsches Reisebüro‘. Urbanisation führt laut Lee zur Verwendung der Standardsprache, also hier Deutsch in

⁶⁹⁸ Vgl. Wang 2015: 137

⁶⁹⁹ Vgl. KU Eichstätt 2021, LMU München 2022

⁷⁰⁰ Vgl. Lee 2019: 71

⁷⁰¹ Vgl. Kluge 2011: s.v. *Ananas*

den deutschsprachigen Ländern, Französisch in Frankreich und Englisch in England. Lokalisation bezeichnet für Lee die Verwendung lokaler Sprachen, was man in Deutschland mit den Dialekten vergleichen könnte⁷⁰², oder wörtliche Erwähnungen der Stadt oder Gegend wie in *EICHSTÄTTER WERBETECHNIK*, *Altmühlpraxis* oder *Lotto Bayern*. Separatismus stellen in meiner Studie Sprachen wie Türkisch oder Arabisch dar, die z. B. für gastronomische Betriebe oder Geschäfte mit Lebensmitteln aus den entsprechenden Ländern Verwendung finden. Unter Integration kann man Lehnwörter verstehen, die in die Landessprachen aufgenommen werden, z. B. *Pizza* oder *Döner*⁷⁰³. Lees Modell kann also auch auf die Verhältnisse in Europa Anwendung finden und dabei um entsprechende Ortsbezeichnungen erweitert werden. Der Unterschied ist allerdings, dass die jeweilige Standardsprache als auch Englisch jeweils mehrere der von Lee vorgeschlagenen Rollen einnehmen.

Scollon / Scollon (2003) sehen ebenfalls Tendenzen zur Verwendung bestimmter Sprachen in einzelnen Branchen. Diese können in den Ländern durchaus unterschiedlich sein. Für die Kosmetik fällt ihnen Englisch in China auf, Französisch wäre die Sprache der Wahl hierfür in den USA⁷⁰⁴. In Deutschland zeigte sich in meiner Studie der höchste Anteil Englisch bei Friseur- und Kosmetiksalons mit 37,28 % und Drogerien mit 35,44 %, Französisch bei Schreibwaren mit 22,22 % und Autos mit 20,31 %. Relativ hohe Prozentsätze haben Italienisch bei gastronomischen Betrieben mit 13,82 %, Latein bei Versicherungen mit 12,28 % und Türkisch bei Religion mit 14,29 %. Die 13,68 % Spanisch bei Kaufhäusern zeigen deutlich den Einfluss von Ketten, da sie auf das mehrfache Vorkommen von *GALERIA KAUFhOF* zurückzuführen sind. Die Studie von Scollon / Scollon bietet keine Vergleichszahlen.

Die von Reershemius‘ (2011) nachgewiesene Häufung des Dialektes im Zusammenhang mit Tourismus kann auch in meinem Korpus angenommen werden, da die in Kapitel 4.3. aufgelisteten Schilder auch und nicht zuletzt auf auswärtige Gäste abzielen, z. B. die Restaurants *Solnhofner Stüberl*, *Gasthof Rößli* (Bülach), *hoiz* (München), *Restaurant Bar maletter* (Eichstätt) und *Grombier* (Stuttgart). Ebenso kann die Verwendung gebrochener Schriftarten zur Evozierung von Tradition und Kulturerbe⁷⁰⁵ bestätigt werden, z. B. in Dollnstein mit Schildern wie

⁷⁰² Siehe dialektale Beispiele bei den Orten.

⁷⁰³ Vgl. Lee 2019: 72f.; weitere Beispiele können dem Kapitel 3.12. entnommen werden.

⁷⁰⁴ Vgl. Scollon / Scollon 2003: 118f.

⁷⁰⁵ Vgl. Reershemius 2011: 39; vgl. Ausführungen in Kapitel 3.1.4.

Gasthaus zum Kirchenschmied oder *LIEDERKRANZ KIRCHENCHOR*. Dialektmerkmale wie bei Auer (2010) in seinen alemannischen Rastplatzschildern sind bei den Beispielen zu den Orten erläutert. Diese decken sich mit den von mir gefundenen Dialektelementen und werden ergänzt.

Hinsichtlich der Studie von Bogatto / Hélot (2010) lassen sich die angegebenen Ortsbezeichnungen gut mit meinen Treffern vergleichen. Auch bei ihnen werden Gebäude, Straßen, Plätze oder ähnliches erwähnt wie bei *Bazar de la Gare* ‚Bahnhofsbasar‘ oder die Hausnummer in *Restaurant Bar le 9* vergleichbar mit *Burgschänke Eichstätt* oder *PUB 111* (Miltenberg). Die Umgebung wird bei *Hôtel des Vosges* ‚Hotel Vogesen‘ erwähnt, vergleichbar mit *AUGEN ALLIANZ ZENTREN BAYERN MITTE* oder *Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt* (beide Eichstätt). Auswärtige Orte, Regionen oder Länder führen Bogatto / Hélot mit *Garage du Midi* ‚Südfrankreich-Werkstatt‘ und *Restaurant l’Anatolie* ‚Restaurant Anatolien‘ auf⁷⁰⁶; aus meinem Korpus können *China Restaurant JADE* und *Pizzeria Roma* (beide Eichstätt) genannt werden. Eigennamen fanden die Autoren in 5,9 % der Geschäftsnamen, z. B. als *Boulangerie-pâtisserie Jean-Philippe* ‚Bäckerei-Konditorei Jean-Philippe‘. In meinem Korpus kommen sie in deutschen Orten durchschnittlich mit 39,91 % vor, in Österreich mit 37,05 %, in der Schweiz mit 28,01 %, in Frankreich mit 21,50 % und in England mit 30,32 %, also deutlich häufiger. Die Vermutung, Vornamen brächten für den Kunden eine gefühlte Annäherung an den Geschäftsinhaber, unterstütze ich⁷⁰⁷. Die Erwähnung des Nachnamens dürfte hingegen eher für Seriosität stehen, weshalb die Branchen Banken, Elektronik, Kaufhäuser und Schreibwaren nur Nachnamen aufweisen wie *Raiffeisenbank* oder *Mehl Electronic* (Ansbach). Immobilienmakler sowie Rechts- und Steuerberater erwähnen zwar ab und zu ihre Vornamen, jedoch ist in allen Fällen der Nachname mit aufgeführt. Die Branche mit den meisten Vornamen ist Friseur / Kosmetik, was eine gewisse Logik hat, da diese Berufsgruppe den Menschen räumlich sehr nahekommt. Hier stehen bei 108 Eigennamen 66 Vornamen 63 Nachnamen gegenüber.

Stoltmann (2015) listet in seiner Arbeit über Kiel und Rostock Sprachen, die in bestimmten Branchen präferiert werden⁷⁰⁸. Für Mode sind es bei ihm Italie-

⁷⁰⁶ Vgl. Bogatto / Hélot 2010: 9.

⁷⁰⁷ Vgl. Bogatto / Hélot 2010: 10

⁷⁰⁸ Vgl. Stoltmann 2015: 259 f.

nisch und Französisch, in meinem Korpus ist jedoch Englisch mit die häufigste Fremdsprache bei Mode, gefolgt von Französisch und Italienisch, die in etwa gleichauf liegen⁷⁰⁹. Bei Kosmetik wird laut Stoltmann Französisch vorgezogen. Da nicht klar ist, ob Stoltmann ‚Friseur / Kosmetik‘ oder ‚Kosmetikprodukte‘, also ‚Drogerien‘ meint, ergänze ich hier zu den in Kapitel 4.2.1. genannten Zahlen zu ‚Friseur‘ (Landessprachen fett):

Drogerie	Dt	E	Fr	Griech	Ital	Latein	Sp	Türk	Sonst
D	48,73	35,44	7,59	1,27	1,27	2,53	0,63	0,63	1,90
A	46,67	26,67	20	6,67	0	0	0	0	0
CH	38,46	34,62	23,08	0	3,85	0	0	0	0
F	0	14,29	71,43	7,14	7,14	0	0	0	0
GB	2,56	79,49	5,13	2,56	5,13	0	0	0	5,13

Die Wahl des Französischen ist bei beiden in Frage kommenden Branchen lediglich in der Schweiz häufig, ansonsten dominiert Englisch. Dass Apotheker gerne Latein auf ihren Schildern verwenden, kann bestätigt werden, da die Branche ‚Gesundheit‘ in Deutschland 7,17 % in dieser Sprache aufweist, in Österreich 9,38 %, in der Schweiz 4,92 %, in Frankreich 4,00 % und lediglich in England 0 %. Neben Englisch und Latein ist in der Gesundheitsbranche ein nennenswerter Anteil Griechisch in allen Ländern zu finden, nämlich – in gleicher Reihenfolge – 2,39 %, 3,13 %, 8,20 %, 8,00 % und 4,17 %.

⁷⁰⁹ Vgl. Kapitel 4.2.2.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Die vorliegende Arbeit ist eine quantitative und für einige Aspekte qualitative Auswertung von Geschäftsschildern, die einen Teil der *Sprache im öffentlichen Raum*, *Linguistic Landscape* oder *Sprachlandschaft* ausmachen. Diese Bezeichnungen werden diskutiert (Kapitel 2.1.). *Sprache im öffentlichen Raum* wird in der Soziologie verwendet. Die gängigste Bezeichnung ist *Linguistic Landscape*; hierunter werden auch bei unterschiedlicher Definition von allen Autoren Geschäftsschilder subsumiert. *Sprachlandschaft* wurde als Übersetzung der englischen Bezeichnung eingeführt. Einige Autoren sprechen von *Cityscape*, die Betonung der *city* wird damit begründet, dass Schrift zuerst in Städten zu finden war. Dies ist zwar historisch richtig. In Kapitel 2.3. wird jedoch gezeigt, dass heute in Europa praktisch überall Schrift im öffentlichen Raum zu finden ist. Von daher ergab es sich, nicht nur in Städten die Sprachlandschaft unter die Lupe zu nehmen.

Im Forschungsüberblick (Kapitel 2.2.) werden Arbeiten vorgestellt, auf die in dieser Arbeit eingegangen wird⁷¹⁰. In diesen werden oft die Englischanteile der Schilder berechnet, z. B. bei Masai (1972) in Tokyo 10 %, bei MacGregor (2003) bei Geschäften nahe einer Tokyoter Universität, bei Wang (2015) auf einem Universitätsgelände in Fukuoka und bei Wang (2013) in einer Pekinger Geschäftsstraße jeweils knapp 40 %. Rosenbaum et al. (1977) und Ben-Rafael et al. (2006) stellen fest, dass Englisch in Israel teilweise statt des laut Gesetz vorgeschriebenen Arabisch steht. Gleichermaßen verdrängt Englisch in Belgien laut Tulp (1978) und Wenzel (1996) das Flämische. Für Bangkok weist Smalley (1994) nach, dass Englisch Thai nicht nur als Gebersprache für Lehnwörter, sondern auch hinsichtlich der Grammatik beeinflusst.

Mit einem Magnetenmodell erklärt Lee (2019) die Verwendung der jeweiligen Sprachen; dabei ist z. B. Globalisierung die Ursache für das häufige Vorkommen von Englisch verantwortlich. Die Verstädterung fördert die Standardsprachen des Landes und Separatismus das Beibehalten von Minderheitensprachen, was in Europa Dialekten entspricht. In Aosta findet Mitschke (2015) 2,3 % Frankoprovenzalisch. Im ostfriesischen Greetsiel errechnet Reershemius (2011) 33 % niederdeutsche Straßennamen. Dialekt soll beim Leser, insbesondere bei Touristen, positive Assoziationen von einer vergangenen Zeit

⁷¹⁰ In Kapitel 4.4. werden einige der besprochenen Arbeiten mit den Ergebnissen meiner Studie verglichen.

hervorrufen⁷¹¹. Die Dialektschilderverfasser achteten darauf, dass die Kommunikation nicht gefährdet werde, und zwar durch Verwendung hochfrequenter Dialektwörter, limitierten Wortschatz oder Übersetzungen⁷¹². Zu diesem Schluss kommt auch Petkova (2017) in ihrer Untersuchung zur Innerschweiz.

Stoltmann (2015) sucht nach Beziehungen zwischen Migrantanteil und Sprachvorkommen, kann aber keine direkte Proportionalität feststellen. Vietnamesisch manifestiert sich trotz entsprechender dort lebender Migrantengruppe in Rostock z. B. gar nicht. Dass die Existenz von Migrantengruppen in der Sprachlandschaft mitunter jedoch sichtbar wird, zeigen Pappenhagen et al. (2013); die Verwendung einiger dieser Sprachen liege aber eher an ihrer positiven Konnotation.

In Kapitel 2.3. wird nachgezeichnet, wie sich Schrift von ihrem Entstehen in Städten mithilfe der Alphabetisierung bis in die entlegensten Gebiete verbreitete. Parallel dazu gab es zuerst keine Geschäftsschilder, dann folgten Bilder und schließlich Texte. Ich gehe hier auch auf die Ausführungen von Coulmas (2009) ein. Coulmas' Theorie, Sprachlandschaftsforschung gehöre in die Städte⁷¹³ setze ich die These entgegen, dass man nicht aus der Tatsache, dass Sprachlandschaft in Städten begonnen hat, schließen kann, dass dies immer so geblieben ist. Meines Erachtens hängt Sprachlandschaft mit Literalität zusammen, weshalb in voll alphabetisierten Kulturen wie den europäischen selbst in entlegensten Gebieten von Sprachlandschaft gesprochen werden kann.

In Kapitel 2.4. gehe ich auf die Entstehung der deutschen Standardsprache ein, für die Kanzleisprachen, die Lutherbibel, Schulen und Orthographieregelungen verantwortlich waren. Die Schweiz weist dabei eine Besonderheit auf, denn die Schweiz hat vier Landessprachen und eine strikte Trennung zwischen Schwyzerdütsch für Mündliches und Standarddeutsch für Schriftliches.

In welcher Form Geschäftsschilder geschrieben werden, hängt auch von Rechtsvorschriften ab (Kapitel 2.5.). Bis zur Handelsrechtsreform vom 1998 war, je nach Rechtsform, vorgeschrieben, dass entweder der Geschäftszweck oder der bürgerliche Name des Unternehmers Teil des Geschäftsnamens sein musste.

⁷¹¹ Vgl. Reershemius 2011: 44

⁷¹² Vgl. Reershemius 2011: 49

⁷¹³ Coulmas 2009: 14

Ersteres ergibt immer Nomen. Hieraus resultieren noch heute die hohen Prozentzahlen für Nomen und Eigennamen. Die Namenskunde untersucht, welche Formen von Geschäftsnamen in neuerer Zeit vergeben werden, gerne z. B. Kunstnamen wie Wortschöpfungen, Akronyme oder Blends, weil diese von der Aussprache her nicht an eine Sprache gebunden sind. Die englische Sprache wird im Zuge der Globalisierung besonders häufig gewählt. Eine Aufstellung aller vorkommenden Typen von Geschäftsnamen unter Einbeziehung sprachwissenschaftlicher Kriterien habe ich nicht erstellt. Hier ist Raum für weitere Forschungen.

Das Ziel der Arbeit (Kapitel 2.6.2.) ist ein Vergleich der Geschäftsschilder innerhalb Deutschlands in mehreren Orten sowie mit Funden in Österreich, der Schweiz, Frankreich und England für die Kategorien Wortzahl, Sprachen, Wortarten, Wortschatzbereiche und Branchen. Hierfür wurden in Deutschland (Kapitel 2.6.2.) 18 unterschiedlich große Orte ausgewählt, die nach Größe gestaffelt und regional verteilt sind, dabei aber einen Schwerpunkt in Süddeutschland haben. Für die übrigen Länder wurden je drei Orte ausgewählt, in England vier.

Die einzelnen Wortarten, Wortbildungsarten und Wortschatzbereiche werden definiert und die Vorgehensweise bei der Zuordnung erläutert (Kapitel 2.7.).

Bei den Auswertungen (Kapitel 3.) zu jedem Ort sind die Einwohnerzahlen angegeben sowie die Etymologie des Ortsnamens. Die errechneten Prozentsätze zu den einzelnen Kategorien sind als Grafiken enthalten. Am Ende jedes Unterkapitels sind Beispiele aufgeführt, um wichtige Phänomene zu illustrieren. Dabei fällt auf, dass manche Formen der Geschäftsnamen beliebt zu sein scheinen, wie Bildungen mit *-rausch* an mehreren Orten. In Miltenberg tritt die Verwendung von *-art* mit der deutschen und englischen Bedeutung gleichzeitig mehrfach auf, in Ansbach desgleichen mit *-bar*. Auch an anderen Orten finden sich Wortspiele mit diesem Hintergrund. In Stuttgart gibt es mehrere Reduplikationen nicht weit voneinander entfernt, z. B. *SUPER JUJU*, *mademoiselle YéYé* und *BUM BUM BUM*. Offenbar machen bestimmte Formen von Geschäftsnamen an einem Ort Schule. Im Fall von *-art* und *-bar* scheint es so zu sein, dass Geschäftsinhaber, die einander vermutlich nicht kennen, auf die gleiche Idee kamen.

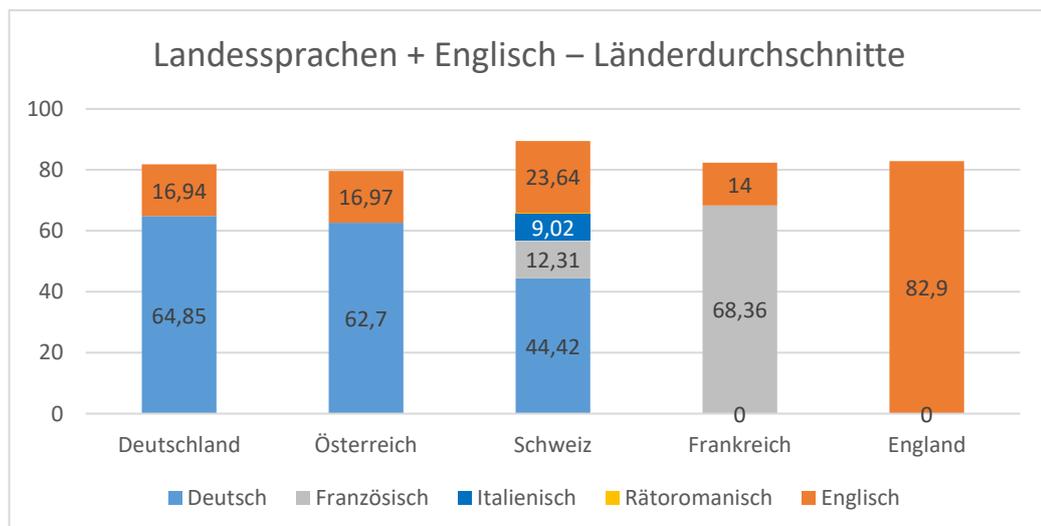
Die Gruppen der Dörfer, Klein-, Mittel- und Großstädte in Deutschland bzw. drei bis vier unterschiedlich große Städte in den übrigen Ländern werden

jeweils untereinander verglichen, am Ende dann alle Länder miteinander (Kapitel 3.10.). Einige der Ländervergleiche sind hier im Überblick dargestellt:

Sprachen – Länderdurchschnitte (Landessprachen fett)

	Deutschland	Österreich	Schweiz	Frankreich	England
Deutsch	64,85	62,70	44,42	5,25	1,39
Englisch	16,94	16,97	23,64	14,00	82,90
Französisch	4,93	5,31	12,31	68,36	3,80
Griechisch	0,98	0,93	1,78	1,77	1,96
Italienisch	4,68	4,80	9,02	2,92	3,35
Latein	1,60	3,67	2,41	1,56	0,79
Spanisch	1,20	0,99	1,48	1,38	1,69
Rätoromanisch	0	0	0,10	0	0
Türkisch	1,57	0,87	0,60	1,20	0,59
Sonstige	3,33	3,77	4,35	3,56	3,55
Wortzahl	1,88	1,79	1,82	2,10	1,98
Schilderzahl	5398	980	887	826	1547 ⁷¹⁴

Die Tabelle zeigt, dass die Landessprachen überall am meisten vertreten sind, in der Schweiz bringt die Aufsummierung der vier Landessprachen vergleichbare 65,86 %⁷¹⁵. Die Anteile an Landessprache(n) sinken grundsätzlich mit zunehmender Größe der Stadt; einzelne Orte fallen dabei aber aus dem Rahmen, wie der relativ hohe Deutschanteil in München zeigt. Diese und andere Auffälligkeiten, wie die in Dollnstein beliebte Frakturschrift, können durch lokale Präferenzen erklärt werden. Englisch ist in den vier untersuchten nicht-englischsprachigen Ländern die häufigste Fremdsprache. Für den hohen Englischanteil in England ist dieser Ansatz als Erklärung hilfreich:



⁷¹⁴ Hinzu kommen noch einige Schilder in zwei deutschen Einkaufszentren, woraus sich 5.505 für Deutschland und insgesamt 9.745 ergibt. Die übrigen Einkaufszentren sind bei den Städten enthalten.

⁷¹⁵ Für Rätoromanisch fand sich nur ein Schild.

Englisch erfüllt in England die Funktion der Landessprache und die der Globalisierung; deshalb ist der Prozentsatz in etwa so hoch wie in Deutschland, Österreich und Frankreich die Summe aus Landessprache und Englisch. In der Schweiz ist der Englischanteil am höchsten, wodurch sicherlich Internationalität angestrebt wird.

Als Faktoren für die Sprachwahl lassen sich die Landessprache, die Attraktivität von Englisch, unternehmerisch tätige Migranten (diese nicht proportional zu ihrem Anteil an der Bevölkerung des Ortes, s. u.), die verkaufte Ware (z. B. im Münchner Geschäft *kadoh* Ware aus Indonesien, wo man Kreolfranzösisch spricht, die Sprache des Schildes) und das Ambiente, das sich ein Ort geben will, ausmachen. Für letzteres sei München als Beispiel genannt, in dem relativ viel bairischer Dialekt zu finden ist, allein 5-mal das Wort *Schmankerl*, und wo der Prozentsatz für Deutsch sogar über dem der kleinsten Großstadt im Korpus, Ingolstadt, liegt.

Wortarten – Länderdurchschnitte

	Deutschland	Österreich	Schweiz	Frankreich	England
Adjektive	7,04	6,05	9,90	13,80	13,69
Adverbien	1,08	0,70	0,94	1,12	1,27
Artikel	2,61	2,87	2,44	16,83	9,21
Eigennamen	39,94	37,04	27,93	21,60	30,32
Interjektionen	0,24	0,36	0,19	0,10	0,20
Konjunktionen	0,52	0,52	0,61	1,27	0,73
Nomen	67,01	64,59	68,25	73,05	64,82
Präpositionen	0,24	3,29	6,76	16,88	2,33
Pronomen	0,18	0,43	0,43	1,35	0,42
Verben	0,90	1,09	1,01	0,73	1,78
Zahlen	2,29	1,61	1,44	2,00	1,32
Zahlwörter	0,50	0,27	0,97	0,59	1,42

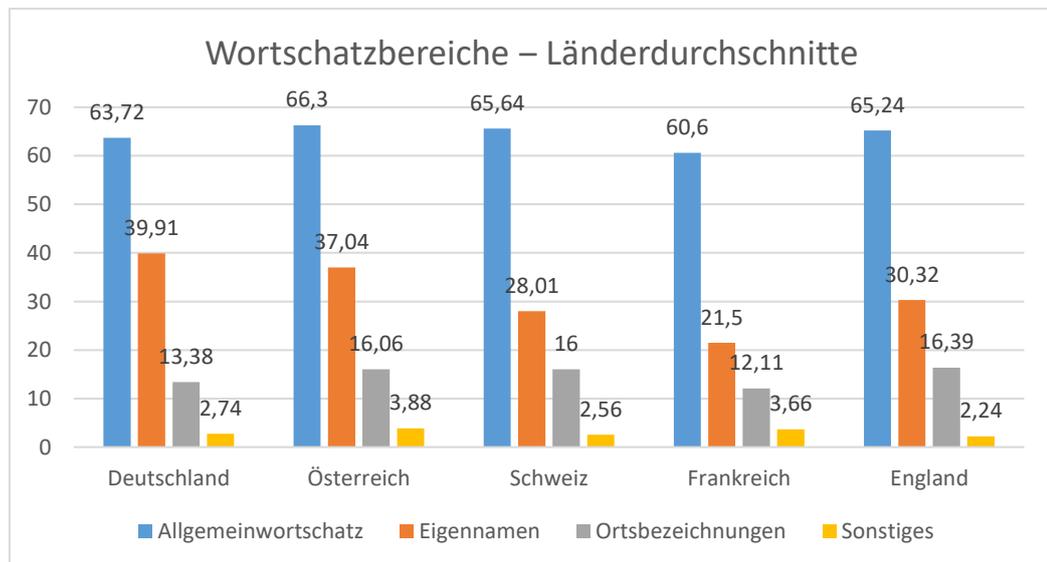
Die wichtigsten Wortarten sind Nomen und Eigennamen. Dies erklärt sich daraus, dass viele Geschäftsinhaber noch heute den bis 1998 gültigen Rechtsvorschriften folgen⁷¹⁶. Diese schrieben, je nach Gesellschaftsform, Firmenzweck oder bürgerliche Namen als Element des Geschäftsnamens vor, was Nomen und Eigennamen erforderlich machte. Adjektive nehmen meist den Rang drei der Häufigkeit ein. Die Bandbreite der Wortarten steigt ebenfalls mit der Einwohnerzahl bis zu einer Art Sättigungsprozentsatz.

⁷¹⁶ In der Arbeit wird dies für Deutschland, Österreich und die Schweiz nachgewiesen, vgl. Kapitel 2.5.

Besondere Elemente der Wortbildung – Länderdurchschnitte

	Deutschland	Österreich	Schweiz	Frankreich	England
Abkürzungen	4,85	6,98	4,71	3,42	6,16
Akronyme	7,96	9,29	6,13	7,55	3,81
Blends	2,29	2,43	4,90	4,88	3,16
chem. u. ä. Symbole	0,35	0	0	0,1	0,26
Clippings	1,10	2,11	1,89	5,58	1,69
Diminutive	0,35	0,07	0,77	0,21	0,12
Hybride	0,73	2,24	1,08	0,39	0,14
Initialwörter	2,99	4,04	1,16	3,47	1,45
Komposita	40,37	29,31	28,86	21,77	24,12
Logo	0,03	0	0,08	0	0,08
Reduplikationen	0,28	0	0,11	0,59	0,38
Wortschöpfungen	3,40	3,24	7,52	5,50	2,24
Wortspiele	2,07	1,59	0,89	1,48	1,66

Komposita werden bei weitem am häufigsten verwendet. Sie ermöglichen, kompakt Information wiederzugeben, was den Schilderproduzenten gelegen kommt. Beliebt sind ansonsten Akronyme, Abkürzungen und Wortschöpfungen, was auch die Namenskunde als Trends für Firmenneugründungen sieht⁷¹⁷. Die Muster der Wortbildung werden mit zunehmender Stadtgröße differenzierter, wohl um die Auffälligkeit des jeweiligen Schildes bei der vorhandenen Geschäftsvielzahl zu erhöhen.



Der Anteil des Allgemeinwortschatzes nimmt mit der Ortsgröße tendenziell ab. Dies könnte damit zusammenhängen, dass vermehrt Fremdsprachen verwendet

⁷¹⁷ Vgl. Kapitel 2.5.

werden, die nicht dieser Wortschatzgruppe zugerechnet wurden. Bei den Orten schwankt die Verwendung von Eigennamen stark, sie geht von 21,26 % in Mulhouse bis zu 61,02 % in Rennertshofen. Dies werte ich als ein bewusst gewähltes Lokalkolorit.

Im Exkurs über Einkaufszentren (Kapitel 3.11.) wird überprüft, ob sich dort andere Muster von Geschäftsnamen finden. Dabei zeigt sich ein auffälliger Unterschied zwischen denjenigen in der Innenstadt und dem im Stuttgarter Stadtteil Vaihingen. Die Vaihinger Geschäfte decken fast alle Branchen ab und haben einen hohen Anteil an Lebensmittelläden, während sich die übrigen Einkaufszentren auf deutlich weniger Branchen beschränken. Die durchschnittliche Wortzahl der Schilder liegt mit 1,66 in Einkaufszentren recht niedrig, was wohl am begrenzten Platz in diesen Galerien liegt. Das Frankfurter Einkaufszentrum setzt mehr auf Englisch als auf Deutsch. In Paderborn und Steyr ist der Deutschanteil relativ hoch. Dafür kommen verschiedene Ursachen in Frage, z. B. die Präsenz von international tätigen Ketten, die Höhe der Mieten oder die Größe des Zentrums. Um dies zu verifizieren, müsste eine größer angelegte Studie zu diesen Thematiken durchgeführt werden.

In Kapitel 3.12. erfolgt eine alternative Bewertung der Geschäftsschilder in Deutschland hinsichtlich der Sprachen. Im Gros meiner Arbeit wird nach der Verwurzelung eines Wortes vorgegangen; konkret wird ein vor 1800 verwendetes Wort als deutsch kategorisiert. Bei der Alternativbewertung gelten hochfrequente Wörter ebenfalls als deutsch. Eigennamen werden in Kapitel 3.12. wegen ihres reinen Referenzcharakters aus der Wertung genommen. Im übrigen Teil der Studie sind sie enthalten, weil nach dem neuesten Recht die Wahl besteht, ob sie im Geschäftsnamen erscheinen oder nicht. Der Vergleich der beiden Sprachbewertungen zeigt, dass zwar die Linien für Deutsch und Englisch einen ähnlichen Verlauf haben, die Prozentzahlen für Französisch und sonstige Sprachen aber deutlich sinken. Die Kategorie ‚keine Sprachzuordnung‘, die aus nur mit Eigennamen beschrifteten Schildern besteht, zeigt mit zunehmender Ortsgröße eine steigende Tendenz.

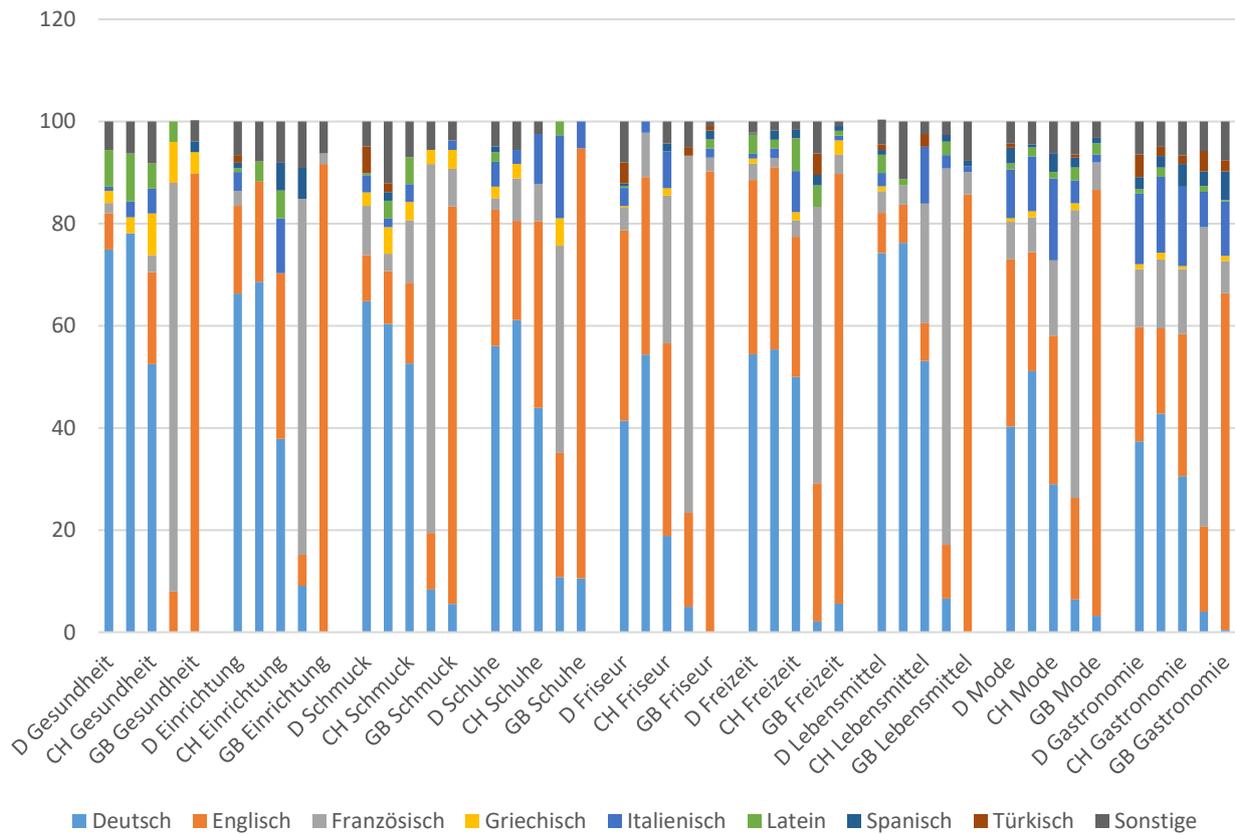
Die in Deutschland gefundenen Sprachkombinationen werden ausgezählt (Kapitel 4.1.). Bei den zweisprachigen Schildern fällt auf, dass Englisch und Italienisch überwiegend als zweites Element stehen, Deutsch etwa gleich häufig als erstes und zweites Element vorkommt und alle übrigen Sprachen öfter an erster

Stelle zu finden sind. Bei den dreisprachigen Schildern sind zwei Kombinationen häufiger enthalten, nämlich 18-mal Deutsch + Französisch + Italienisch bei italienischen Eiscafés vom Typ ‚Eiscafé + Ortsbezeichnung‘ (z. B. *Venezia*) und 10-mal Englisch + Deutsch + Latein, das durch die Kette *TUI* bedingt ist. Die Tatsache, dass Ketten Häufungen bestimmter Formen bringen, zeigt sich auch und vor allem bei der Branchenauswertung. Die 18 italienischen Eiscafés belegen ein beliebtes Muster der Namensgebung für diesen Gastronomiezwweig.

Bei den Branchen in Deutschland (Kapitel 4.2.1.) ist Deutsch besonders häufig belegt bei den höherfrequenten Branchen ‚Gesundheit‘ und ‚Lebensmittel‘. Ein hoher Englischanteil zeigt sich bei Freizeit / Hobby / Sport, Mode und Gastronomie. Einen Anteil von über 10 % gibt es für Französisch bei Schmuck und Gastronomie, für 10 % Italienisch nur bei Mode. In der Gastronomie ist der niedrigste Deutschanteil belegt und gleichzeitig die breiteste Palette an Fremdsprachen. Mit steigender Schilderzahl gibt es mehr Fremdsprachen, allerdings nur bis zu einer Art Sättigungspunkt. Vergleichbar gibt es eine Tendenz zu mehr Wortarten bis zu einer gewissen Grenze. Bei manchen Branchen, z. B. bei Schmuck, übersteigen die Anteile der Eigennamen die der Nomen. Die Geschäftsinhaber sehen hier ihre eigene Rolle anscheinend als besonders wichtig an. Auch die Anzahl der Wortbildungsformen und der Wortschatzbereiche steigen parallel zur Schilderzahl. Große Konkurrenz scheint die Geschäftsinhaber kreativer zu machen. Es fällt außerdem auf, dass Ketten bei den Branchen zu Häufungen unterschiedlicher Phänomene führen, z. B. bei Sprachen die Kaufhauskette *GALERIA KAUFhOF*, die wegen ihres mehrfachen Vorkommens für einen erhöhten Spanischanteil sorgt. Auch hochfrequente Einzelwörter können für große Prozentzahlen verantwortlich sein, wie *Auto*, *Restaurant*, *Café* bei Französisch in den Branchen ‚Autos‘ und ‚Gastronomie‘.

Die Branchen ab 200 Einträgen in Deutschland werden länderübergreifend verglichen (Kapitel 4.2.2.). Die durchschnittlichen Wortzahlen ergeben ein uneinheitliches Bild. Je nach Branche zeigen sich bei den Sprachen bereits innerhalb der deutschsprachigen Länder unterschiedliche Präferenzen hinsichtlich der Verwendung der Landessprache. Allerdings sind, außer bei Schuhen, die Prozentsätze der französischen Schilder für die Landessprache höher als in den deutschsprachigen Ländern. In England finden sich die höchsten Landessprachenanteile, wie dies auch bei den Orten der Fall ist.

Sprachen in Branchen – Ländervergleich



Manche der übrigen Sprachen sind in bestimmten Branchen beliebt, Latein und Griechisch bei Gesundheit, Französisch und Italienisch bei Mode, Italienisch bei Schuhen. Zusätzlich gibt es jedoch auch länderspezifische Präferenzen, z. B. Deutsch bei Schuhen in England oder Griechisch bei Schmuck in Österreich. Dies bestätigt die gleichlautende These von Scollon / Scollon (2003: 119). Genauso ist es bei den Wortarten, Wortbildungsarten und Wortschatzbereichen. Es gibt bevorzugte Muster innerhalb einer Branche, die aber nicht in allen Ländern die gleichen sind.

Die Formen der Schreibung (Kapitel 4.3.) sind qualitativer Art. Die Ausführungen beziehen die optische Erscheinung der Geschäftsschilder in Form von Fotografien mit ein. Dabei geht es darum, welche Buchstabenformen vorkommen. So werden z. B. mitunter einzelne, dem Griechischen ähnliche Buchstaben verwendet, wobei diese jedoch so verwendet werden, als seien sie eine grafische Gestaltung lateinischer Buchstaben, so dass die Kenntnis ihres eigentlichen griechischen Lautwertes nicht notwendig ist. Gebrochene Schriften kommen wiederum nur in bestimmten Kontexten wie Trachtenmode vor, irische Schriften

nur bei Irish Pubs. Die Funktion des Dialekts als Assoziation für eine Zeit, in der alles ruhiger vonstattenging, wird erläutert und auch, wie die Schilderverfasser von Dialektschildern die Verständigung sicherstellen. Ich gehe auch auf die Problematik des Genitivs mit Apostroph ein und weise nach, dass diese nicht allein, wie von einigen Autoren angenommen wird, mit dem Englischen zusammenhängt, sondern auch mit der deutschen Rechtschreibgeschichte und der von manchen Verfassern bevorzugten Optik. Eine Auffälligkeit ist die Getrennschreibung von Komposita wie bei *Stadt Bücherei*, noch auffälliger bei *Bildungs Gesellschaft* wegen des Fugenelementes am Ende des ersten Wortes. Diese führe ich weniger auf den Einfluss des Englischen zurück, sondern auf die Verbreitung der Leichten oder Einfachen Sprache, bei der dies Usus ist⁷¹⁸. Trotzdem gibt es einen deutlichen Einfluss der aktuellen *lingua franca* Englisch, allerdings meines Erachtens hauptsächlich durch Übersetzungen. Darauf gehe ich in der Arbeit nicht ein. Hier eröffnet sich ein breites Feld für neue Forschungen.

In Kapitel 4.4. vergleiche ich meine Funde mit einigen Studien aus dem Forschungsüberblick. Die Gegenüberstellung der Studien von MacGregor (2003) zu einer Bahnhofsgegend nahe einer Universität in Tokyo, Wang (2013) zu einer Geschäftsstraße in Peking und Wang (2015) zu einem Universitätsgelände in Fukuoka sowie meiner eigenen zu München liefert die höchsten Prozentzahlen für die Landessprache mit 61,75 % in Fukuoka, die niedrigsten mit 51,61 % in Peking. Englisch ist in München am seltensten mit 22,41 %, am häufigsten in Tokyo mit 39,74 %. Während in München die übrigen Sprachen noch 21,81 % ausmachen, liegen sie in Tokyo bei 5,13 %, in Fukuoka bei 1,50 % und erreichen in der Innenstadtstraße in Peking 11,30 %. Hier sieht man den Einfluss der Lage in der Innenstadt.

Das Modell von Lee (2019) ‚The seven Magnets of Trends‘ wird bezüglich der Globalisierung in meiner Arbeit deutlich belegt, denn die hierzu gehörige Sprache Englisch nimmt bei den Geschäftsschildern einen breiten Raum ein. Nationalismus bedeutet die Verwendung der Landessprache, die in allen Orten und Branchen am häufigsten vorkommt. Auch Dialekt kommt vor, was zur Lokalisation gehört. Bezüglich des Letzteren kann die Meinung von Reershemius (2011) bestätigt werden, dass er zur Hervorrufung von bestimmten Assoziationen (s. o. in

⁷¹⁸ Vgl. bpb 2014a: o.S.

diesem Kapitel) verwendet wird und auch, dass die Verfasser dieser Schilder darauf achten, dass die Kommunikation nicht gestört wird, indem sie nur wenig Wortschatz verwenden oder Übersetzungen anfügen.

Stoltmanns Feststellung, dass sich manche Migrantengruppen wie die aus Vietnam in Rostock nicht sprachlich in der Sprachlandschaft bemerkbar machen, kann bestätigt werden. So fanden sich in Solnhofen keine türkischen Geschäftsschilder, obwohl diese Migrantengruppe dort stark vertreten ist. Pappenhagen et al. wiederum zeigen, dass die Existenz von Migranten sichtbar werden kann. In Kapitel 3.5. stelle ich Ausländer- und Migrantenteil zu den untersuchten deutschen Orten zusammen und komme zu dem Schluss, dass Migrantenteile, mehr als Ausländeranteile, einen gewissen Einfluss auf die Sprachwahl haben, jedoch ohne eine Proportionalität zwischen Migranten und Sprachvorkommen.

Meine Arbeit schließt Forschungslücken, indem sie erstens den süddeutschen Raum zum Schwerpunkt macht. Zweitens wird überall die gleiche Vorgehensweise angewendet, so dass unterschiedliche Bewertungen weitgehend ausgeschlossen sind. Drittens sind einige Dörfer und Kleinstädte in meiner Untersuchung enthalten, um die dortigen Gegebenheiten mit denen in größeren Orten zu vergleichen. Viertens stehen mehrere Fragen im Mittelpunkt; es werden sowohl Sprachen als auch Wortarten, Wortbildung und Wortschatzbereiche beleuchtet. Hinzu kommen einige weitere Punkte, wie die Wortzahl der Schildaufschriften. Fünftens stelle ich einen Ländervergleich zwischen Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich und England an. Sechstens werden die Branchen analysiert und siebtens ein Blick auf die Formen der Schreibung geworfen. Meine Arbeit hat also einen weitgefassten Ansatz.

Inwieweit allerdings die gefundenen Formen der Geschäftsnamensgebung beim Kunden erfolgreich sind, muss offenbleiben bzw. wäre in einer soziologisch orientierten Kundenbefragung zu ermitteln.

Des Weiteren wäre eine Untersuchung der Rolle des Englischen bei Geschäftsschildern in diachroner Hinsicht von Interesse. Bereits bei den in der Studie erfassten Geschäftsschildern ist der Anteil dieser Sprache groß. Auf Grund der Globalisierung ist zu erwarten, dass er in Zukunft weiter steigen wird, wie das in Eichstätt im Sommer 2023 neu in der Innenstadt angesiedelte Unternehmen *OAKTOWN OFFICE*, Untertitel: *COWORKING SPACE* vermuten lässt.

Geschäftsschilder als Elemente der Sprachlandschaft oder *Linguistic Landscape* sind ein interessantes Forschungsgebiet. Man kann an ihnen sich ändernde Rechts- und Rechtschreibvorschriften erkennen, die sich teilweise mit Verzögerung bemerkbar machen, weil bestehende Geschäfte sich nicht umbenennen, wenn sie gut eingeführt sind. Die Landessprachen sind in allen untersuchten Ländern mit dem höchsten Prozentsatz vertreten, danach folgt überall Englisch, was dessen wichtige Rolle als *lingua franca* belegt. Je mehr Schilder an einem Ort oder in einer Branche miteinander konkurrieren, desto größer wird grundsätzlich die Bandbreite der verwendeten Sprachen, Wortarten und Wortbildungsarten. Die Kreativität der Schilderverfasser nimmt also mit steigender Konkurrenz zu. Dies lässt sich auch im Bereich der optischen Gestaltung der Schilder beobachten oder beim Einsatz von Sonderzeichen, Dialekt und ähnlichem. Allerdings scheint es für einige dieser Kategorien eine Art Obergrenze zu geben, denn die Prozentzahlen steigen nicht unbegrenzt. Auch scheinen bestimmte Muster von Geschäftsnamen oder Schriftarten an bestimmten Orten Schule zu machen, weshalb man sie dort mehrfach findet, so dass sich lokale Vorlieben erkennen lassen. In den untersuchten Ländern sind unterschiedliche Muster häufig; dies gilt auch für die Branchen. Insgesamt ergibt sich ein buntes Bild.

6. Bibliographie⁷¹⁹

- #Burton Store Muc (o.J.), München: <https://www.burton.com/>, 16.09.2020
- 24heures.ch (2022): *Salt*: <https://www.24heures.ch/economie/orange-pourrait-s-appeler-salt/story/24246547>, 17.03.2022
- 361° (o.J.), China: <https://www.361europe.com/de/>, 11.08.2020
- AA (Hrsg.) (2018): *Large Scale Road Atlas Britain*, Basingstoke: AA Media Ltd.
- Ableiter, Claus (August 2007): *File:Firmenschild des Maurers Diogenes Pompeji.jpg*, online: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Firmenschild_des_Maurers_Diogenes_Pompeji.jpg?uselang=de, 30.03.2021
- Adelung, Johann Christoph (1788): *Vollständige Anweisung zur deutschen Orthographie nebst einem kleinen Wörterbuch für die Aussprache, Teil I: Biegung und Ableitung*, Leipzig: Weygand
- ADFC = Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club (Hrsg.) (1995): *Schwarzwald/ Oberrhein – Radtourenkarte*, Bielefeld: BVA
- adidas (o.J.), Nürnberg: <https://www.adidas-group.com/de/uber-uns/geschichte/>, 10.12.2021
- ADHGB = Allgemeines Deutsches Handelsgesetzbuch: <http://www.koeblergerhard.de/Fontes/AllgemeinesDeutschesHandelsgesetzbuch1861.htm>, 01.11.2020
- agip (o.J.), Eichstätt: https://www.eni.com/de_DE/home.html, 22.04.2018
- AKRIS (2022), München: <https://de.akris.com/pages/corporate>, 20.02.2022
- AktG (Aktiengesetz): https://www.gesetze-im-internet.de/aktg/_4.html, 01.11.2020
- Al-Athwary, Anwar A.H. (2017): „English and Arabic Inscriptions in the Linguistic Landscape of Yemen: A Multilingual Writing Approach“, in: *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*, Bd. 6, Nr. 4 (Juli 2017), S. 149-162
- Aldi-Nord (o.J.): <https://www.aldi-nord.de/unternehmen/ueber-aldi-nord/110-jahre-kaufmannstradition.html>, 03.09.2023
- Allbiz.at (2023): https://www.allbiz.at/tiroler-gebietskrankenkasse-tgkk-%7C_6w-050-7661-83312, 13.07.2023
- Alliance Ethnik (1995): *Non stop*, online: <https://www.youtube.com/watch?v=8aZ5xWY1RYg>, 11.12.2021
- Almgwand (o.J.), Salzburg: <http://www.almgwand.at/>, 16.09.2020
- Alpay, Meral (1984), „Die moderne türkische Literatur“, in: Ermert, Karl (Hrsg.), *Türkisch in Deutschland*. Symposion zu Ansätzen und Problemen der Verbesserung des Türkisch-Unterrichts für türkische Schüler an allgemeinbildenden Schulen der Sekundarstufe I, Rehberg-Loccum: Evangelische Akademie Loccum 1985, S. 64-71
- Alpen Real, Steyr: <http://www.alpenreal.at/>, 11.04.2021
- ALTEN LIMPURG (o.J.), Frankfurt: <https://www.alten-limpurg.com/>, 28.05.2021
- Ammon, Ulrich (1995): *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz*, Berlin: de Gruyter
- Ammon, Ulrich et al. (2004): *Variantenwörterbuch des Deutschen: Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz und Deutschland sowie in Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol*, Berlin: de Gruyter
- Androutsopoulos, Jannis (2008): *Linguistic landscapes: Visuelle Mehrsprachigkeit als Impuls and die Sprachpolitik*, Beitrag zum internationalen Symposion Städte – Sprachen – Kulturen, Vortrag (<https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2011/05/j-a-2008-linguistic-landscapes.pdf>, 21.06.2019)
- Angst (2022), Bülach: <https://www.angst-metzgerei.ch/>, 01.03.2022
- Anja's Eventfloristik Blumalodn (o.J.), Rennertshofen: <https://anjas-floristik.business.site>, 16.09.2020
- Anne's Oberpfälzer Brotzeit-Schmankerl (o.J.), München: <https://www.mux.de/Oberpfaelzer-Brotzeitschmankerl>, 16.09.2020
- Ansbach Stadtrundgang (o.J.): https://www.ansbach.de/media/custom/2595_847_1.PDF?1493033085, 05.11.2020
- Ansbach-Stadtjubiläum (o.J.): „Meilensteine“, in: *800 Jahre Stadt Ansbach 1221-2021*, online: <http://www.ansbach-stadtjubilaeum.de/Stadtgeschichte/Meilensteine>, 05.11.2020
- Apple (2023): <https://www.apple.com/de/iphone/>, 21.07.2023

⁷¹⁹ Die Bibliographie enthält alle Quellen, die für die Erstellung der Arbeit verwendet wurden, auch solche, die für die hier vorliegende, erheblich gekürzte Version nicht mehr vonnöten sind.

- Archaeological Park of Pompeii (o.J.): <http://pompeisites.org/en/press-releases/from-the-12th-august-the-thermopolium-of-regio-v-is-opening-to-the-public/>, 20.01.2023
- Asitjain (25.01.2009): *File:Taj Mahal N-UP-A28-a.jpg*: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Taj_Mahal_N-UP-A28-a.jpg, 18.03.2021
- Assessorato turismo Regione Autonoma Valle d'Aosta (Hrsg.) (2020-2021): *Valle D'Aosta: Das offizielle Tourismus-Portal vom Aostatal*, (Kultur, Traditionen, Sprachen): <https://www.lovevda.it/de/kultur/tradition/sprachen>, 04.01.2021
- ATS EUROMASTER (o.J.), Marlborough: <https://www.atseuromaster.co.uk/consumer/about-us>, 24.11.2021
- aubiz (2021): *Sta Travel*: <https://www.aubiz.net/company/sta-travel-pty-ltd-004801512/>, 26.11.2021
- Auer, Peter (2009): „Visible Dialect“, in: Hovmark, Henrik/ Stampe Sletten, Iben/ Gudigsen, Asgerd (Hrsg.) (2009): *I mund og bog. 25 artikler om sprog tilegnet Inge Lise Pedersen på 70-årsdagen d. 5. juni 2009*, Kopenhagen: Narajana Press, S. 31-46
- Auer, Peter (2010): „Sprachliche Landschaften: Die Strukturierung des öffentlichen Raums durch die geschriebene Sprache“, in: Deppermann, Arnulf/ Linke, Angelika (Hrsg.) (2010): *Sprache intermedial: Stimme und Schrift, Bild und Ton*, Berlin: de Gruyter
- avd-stiftung (2021), online: <https://www.avd-stiftung.de/>, 11.12.2021
- AVIE APOTHEKE SOLLNAU (2018), Eichstätt: <http://www.avie.de/>, 22.04.2018
- AVJS (2021), Neuburg an der Donau: <https://www.avjs-gruppe.de/>, 04.12.2021
- AWG (o.J.), Eichstätt: <https://www.awg-mode.de/geschichte>, 03.12.2021
- ayyildiz (o.J.): <https://www.ayyildiz.de/>, 28.01.2023
- azlyrics (o.J.): Fiddler's Green: <https://www.azlyrics.com/lyrics/dubliners/fiddlersgreen.html>, 03.12.2021
- Baby-Vornamen: Anusch: <http://www.baby-vornamen.de/Jungen/A/An/Anusch/>, 11.02.2022
- Bach, Adolf (1930): *Die Nassauische Sprachlandschaft – ein Versuch*, Bonn: Röhrscheid
- Bachelor Studium (2020): *Master of Laws (LL.M.)*, online: <https://www.bachelor-studium.net/master-of-laws>, 06.02.2022
- Backhaus, Peter (2006): „Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape“, in: Gorter, Durk (Hrsg.) (2006): *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, Clevedon, UK: Multilingual Matters
- Backhaus, Peter (2007): *Linguistik Landscapes: a comparative study of urban multilingualism in Tokyo*, Clevedon, UK: Multilingual Matters
- Baedecker (Hrsg.) (2007a): *Südengland*, Ostfildern: Verlag Karl Baedeker
- Baedecker (Hrsg.) (2007b): *Frankreich*, Ostfildern: Verlag Karl Baedeker
- Bakir, Daniel (17.09.2016). „Benjami Kickz: Dieser 16-Jährige verkauft Sneakers an US-Rapstars – und macht ein Vermögen“, in: *stern*: <https://www.stern.de/wirtschaft/news/benjamin-kickz--der-16-jaehrige-sneakers-dealer-der-us-rapper-7061308.html>, 10.12.2021
- Bally, Charles (²1944): *Linguistique générale et linguistique française*, Bern: A. Francke
- Bally, Charles/ Sechehaye, Albert (Hrsg.) (³1931): *Ferdinand de Saussure: Cours de linguistique générale*, Paris: Payot
- Baradel, Yvette et al. (1985): *Histoire de Belfort: Des origines à nos jours*, Le Coteau: Éditions Horvath
- Bat Dat (o.J.), Nürnberg: <https://www.batdat.de/%C3%BCber-uns/>, 24.03.2019
- Bauch, Andreas (²1984): *Quellen zur Geschichte der Diözese Eichstätt, Band I, Biographien der Gründerzeit*, Regensburg: Pustet
- Bauer, Thomas (2015): „Die Stadt in Zahlen: Geschichte des Statistischen Amtes in Frankfurt am Main“, in: Bürgeramt Statistik und Wahlen/ Frankfurt am Main (Hrsg.) (2015): *Frankfurter Statistische Berichte 2015*
- Baugh, Albert/ Cable, Thomas (²2013): *A history of the English language*, London: Routledge
- Bauspar-Museum Wüstenrot (o.J.): <https://bausparmuseum.de/>, 17.03.2022
- Bayer, Karl/ Lindauer, Josef (²1993): *Lateinische Grammatik*, München: Oldenbourg
- Bayerischer Rundfunk (05.01.2019): *Zwischen Spessart und Karwendel – Eisenwaren vom Stözl: Die Eichstätter Schatzkammer*: <https://www.br.de/mediathek/video/eisenwaren-vom-stoelz-die-eichstaetter-schatzkammer-av:5a622d38ee06e30017875465>, 03.01.2022
- Bayerischer Schulbuch-Verlag (Hrsg.) (1972): *Großer historischer Weltatlas, 1. Teil: Vorgeschichte und Altertum*, München: BSV
- Bayerisches Staatsministerium für Finanzen und für Heimat (Hrsg.): *Bayern-Atlas*: <https://geoportal.bayern.de/bayernatlas/>, 23.07.2021
- BayernAtlas (2021): <https://geoportal.bayern.de/bayernatlas/>, 24.07.2021

- BayernPortal (2021), Bayerisches Staatsministerium für Digitales: BayernPortal: <https://www.freistaat.bayern/dokumente/behoerde/>, 06.08.2021
- bbc: Wiltshire (2011): <https://www.bbc.com/news/uk-england-wiltshire-13604479>, 22.11.2021
- Beck, Carsten (2013): *Hessen hat gezählt: Erste Ergebnisse des Zensus 2011 zur Bevölkerung im Überblick*, o.O.: Hessisches Statistisches Landesamt: https://www.zensus2011.de/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/Aufsaeetze_Archiv/2013_11_Hessen_hat_gezaehlt.pdf?__blob=publicationFile&v=2, 15.08.2021
- Becker, Astrid (16.12.20213): „Dialekt statt Disco“, in: *Süddeutsche Zeitung* (16.12.2013): <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/iberl-buehne-zieht-in-die-innenstadt-dialekt-statt-disco-1.1844450>, 14.10.2020
- Bedeutung Online (o.J.): *Was bedeutet „Ya salam“ auf Deutsch?*, <https://www.bedeutungonline.de/was-bedeutet-ya-salam/>, 06.02.2022
- Was heißt „salam aleikum“ auf Deutsch?*, <https://www.bedeutungonline.de/?s=salam+aleikum>, 06.02.2022
- beeline group (2022): <https://www.beeline-group.com/de/ueber-uns/geschichte/>, 21.02.2022
- Beinert, Wolfgang (2019a): „Schriftgeschichte“, in: Beinert, Wolfgang (2020): *Typolexikon*: <https://www.typolexikon.de/schriftgeschichte/>, 26.05.2019
- Beinert, Wolfgang (2019b): „Gebrochene Schriften“, in: Beinert, Wolfgang (2020): *Typolexikon*: <https://www.typolexikon.de/gebrochene-schriften/>, 30.10.2020
- Beinert, Wolfgang (2020): „Schriftstil“, in: Beinert, Wolfgang (2020): *Typolexikon*: <https://www.typolexikon.de/schriftstil/>, 30.10.2020
- Belfort, Homepage: <https://belfort.fr>, 21.11.2021 (alle S.)
- Geschichte: <https://www.belfort.fr/archives/presentation-du-service/histoire-de-la-ville-1045.html>
- Tourismus: <https://www.belfort-tourisme.com/decouvrir/fier-detre-terrifortain/notre-histoire/>
- Ben-Rafael, Eliezer/ Shohamy, Elana/ Amara, Muhammad Hasan/ Trumper-Hecht, Nira (2006). „Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel“, in: Gorter, Durk (Hrsg.): *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, Clevedon: Multilingual Matters 2006, S. 7-30
- Ben-Rafael, Eliezer/ Shohamy, Elana/ Barni, Monica (2010): „Introduction: An Approach to an ‚Ordered Disorder‘“, in: Ben-Rafael, Eliezer/ Shohamy, Elana/ Barni, Monica (Hrsg.) (2010): *Linguistic Landscape in the City*, Bristol: Multilingual Matters
- Bergien, Angelika/ Blachney, Anja (2009): „Familiennamen und ihre Wirkung als Komponenten von Firmennamen“, in: Hengst, Karlheinz/ Krüger, Dietlind (2009): *Familiennamen im Deutschen: Erforschung und Nachschlagewerke*, Leipzig: Leipziger Universitätsverlag
- Bergmann, Rolf/ Pauly, Peter/ Stricker, Stefanie (Hrsg.) (2010): *Einführung in die deutsche Sprachwissenschaft*, Heidelberg: Winter
- Berschin, Helmut/ Felixberger, Josef/ Goebel, Hans (2008): *Französische Sprachgeschichte*, Hildesheim: Olms
- Berschin, Walter (2010): *Mittelateinische Studien II*, Heidelberg: Mattes Verlag
- Besch, Werner/ Betten, Anne/ Reichmann, Oskar/ Sonderegger, Stefan (Hrsg.) (2000): *Sprachgeschichte: Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung*, 1. Teilband, Berlin: de Gruyter
- Besch, Werner/ Betten, Anne/ Reichmann, Oskar/ Sonderegger, Stefan (Hrsg.) (2003): *Sprachgeschichte: Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung*, 3. Teilband, Berlin: de Gruyter
- BESTWORSCHT® IN TOWN, Frankfurt und Hanau: <http://www.bestworschtintown.de/portfolio/bw-14/>, 16.09.2020
- Biechele, Karl (1978): *Geschichte der Eichstätter Apotheken*, Eichstätt: Eigenverlag K. Biechele
- Bijou Brigitte (2020): <https://group.bijou-brigitte.com/de/>, 21.02.2022
- BILLA (2021), Steyr: Geschichte: <https://www.pagro.at/service/about-us/>, 29.11.2021
- Bille Ka (o.J.), Imst: <https://www.billeka.com/Impressum>, 29.11.2021
- Bioladen Mülln (o.J.), Salzburg: <https://www.bioladen-muelln.at/>, 29.11.2021
- Birkenstock, Günther (o.J.): „Durch den Dialektdschungel“, in: *Deutsche Welle* (2021), online: <https://www.dw.com/de/durch-den-dialektdschungel/a-4248863>, 03.06.2021
- Bischoff, Sabrina-Theresa (2016): *Sprache im öffentlichen Raum: Geschäftsnamen in Kitzingen und Würzburg*, ungedruckte Zulassungsarbeit; Würzburg: Universität
- BNP PARIBAS, Geschichte (2020): <https://group.bnpparibas/decouvrez-le-groupe/histoire-deux-siecles-banque>, 21.11.2021

- bodum (2022), Frankfurt: <https://www.bodum.com/ch/de/history>, 11.02.2022
- Boeck, Petra (1981): „Kommentar zur 13-jährigen Schulzeit“, in: *Abi-Buch des Sigmund Schuckert Gymnasiums, Jahrgang 1981*, Nürnberg: Schuster-Druck, S. 45
- Bogatto, François/ Hélot, Christine (2010): „Linguistic Landscape and Language Diversity in Strasbourg: The *Quartier Gare*“, in: Ben-Rafael, Eliezer/ Barni, Monica (Hrsg.) (2010): *Linguistic Landscape in the City*, Bristol: Multilingual Matters, S. 275-291
- Boilie-Benz, Eichstätt: (o.J.) <https://boiliemaschine.de/historie>, 03.12.2021
- Book of Kells, Folie 309: *File:KellsFol309r.jpg*: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:KellsFol309r.jpg?uselang=de>, 27.03.2021
- Bosch (2022), Stuttgart: <https://www.bosch.com/de/stories/vor-einem-jahrhundert-bosch-wird-ag/>, 03.01.2022
- Bosch 2023: Geschichte: <https://www.bosch.de/unternehmen/unsere-geschichte/>, 07.09.2023
- Boutier, Claude/ Desaintghislain, Christophe/ Morisset, Christian/ Lasowski, Patrick Wald (2008): *Mille ans de littérature française*, Paris: Nathan
- BOUTIQ GSM BOUTIQU' AROME (o.J.), Lure: <http://boutiq-gsm.fr/>, 14.05.2019
- bpb = Bundeszentrale für politische Bildung (19.02.2014a): <https://www.bpb.de/apuz/179338/editorial>, 29.11.2021
- (19.02.2014b): <https://www.bpb.de/apuz/179341/leichte-und-einfache-sprache-versuch-einer-definition>, 29.11.2021
- BR Fernsehen: Komödienstadel (o.J.), <https://www.br.de/br-fernsehen/sendungen/komuedienstadel/archiv/index.html>, 29.10.2020
- BRATWURST RÖSLEIN (2020), Nürnberg: <https://www.bratwurst-roeslein.de/de/roeslein/historie.html>, 07.02.2022
- BRATWURSTHÄUSLE(o.J.), Nürnberg: <https://bratwursthaeuslenuernberg.de/>, 16.09.2020
- Bratwurstherzl (o.J.), München: <http://www.bratwurstherzl.de/>, 16.09.2020
- Brauner Mutz (o.J.), Basel: <https://www.brauner-mutz-basel.ch/>, 14.09.2020
- Braustüb'1 HAUS WERTHEYM (o.J.), Frankfurt: <http://www.haus-wertheym.de>, 16.09.2020
- Bräustüberl (o.J.), Pappenheim: <https://www.pizzaschmiedepappenheim.de/>, 16.09.2020
- Brauweiler, Patrick (1999): *Substantivkomposita im Sprachvergleich Französisch – Deutsch*, München: GRIN Verlag: <https://www.grin.com/document/95788>, 30.03.2023
- Brezel Bäck, Aschaffenburg und Miltenberg: keine Homepage
- Brezl's, Ingolstadt: keine Homepage
- Britannica (o.J.): *Le Crédit Lyonnais*, online: <https://www.britannica.com/topic/Le-Credit-Lyonnais>, 23.02.2023
- british-history (o.J.):
Marlborough: <https://www.british-history.ac.uk/vch/wilts/vol12/pp199-229>, 22.11.2021
- britishlistedbuildings (o.J.): The town hall in Marlborough:
<https://britishlistedbuildings.co.uk/101242852-the-town-hall-marlborough>, 22.11.2021
- Brockhaus (¹⁴1894): „Karte der deutschen Mundarten“, in: *Brockhaus' Konversations-Lexikon*, Leipzig: F.A. Brockhaus' Geogr.-artist. Anstalt
- brother (2021), Paderborn: <https://sewingcraft.brother.eu/de-de/ueber-uns>, 11.12.2021
- Brotzeitstüberl, München: keine Homepage
- Brucknerei (2022), Imst: <https://www.brucknerei.at/>, 15.03.2022
- Brunner, Karl (²1960): *Die englische Sprache – Ihre geschichtliche Entwicklung I: Allgemeines, Lautlehre*, Tübingen: Niemeyer
- Brunners Räucherammerl, Ingolstadt: keine Homepage
- BTV, Imst: *Geschichte* (2020): https://www.btv-bank.de/de/unternehmen/ueber_uns/geschichte-id93287.html, 29.11.2021
- Buckl, Walter (25.08.2022): „Herkunft des Namen Eichstätts [sic!] womöglich anders als gedacht“, in: *Donaukurier* (25.08.2022), online: <https://www.donaukurier.de/lokales/landkreis-eichstaett/herkunft-des-namen-eichstaetts-wohlmoeglich-anders-als-gedacht-6552552>
- Bülach, Homepage (o.J.): *Stadtportrait*: <https://www.buelach.ch/buelach/ueber-buelach/stadtportrait>, 24.01.2023
- Bundesamt für Statistik, Schweizerische Eidgenossenschaft (2021): Regionalporträts 2012: Kantone, Basel-Stadt: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/regionalstatistik/regionale-portraets-kennzahlen/kantone/basel-stadt.html>, 14.11.2021
- by Bea (o.J.), Paderborn: <https://bybea.de/impressum>, 11.12.2021
- cabosse (o.J.), Mulhouse: <https://www.patisserie-cabosse.fr/on-parle-de-cabosse/>, 06.05.2019
- Calvet, Louis-Jean (1994): *Les voix de la ville. Introduction à la sociolinguistique urbaine*, Paris: Éditions Payot & Rivages

Capital (23.01.2014): *Avia*: <https://www.capital.fr/entreprises-marches/avia-les-stations-service-qui-narguent-total-522122>, 02.12.2021

CBR (o.J.): <https://www.cbr.de/de/unternehmen/cbr-fashion-group/>, 15.03.2022

celio* (2019), Belfort: <https://store.celio.com/vetement-homme/belfort/0015>, 10.05.2019

Cenoz, Jasone/ Gorter, Durk (2006): „Linguistic landscape and minority languages“, in: *International Journal of Multilingualism*, Vol. 3, Nr. 1, 2006, S. 67-80

Chlösti (o.J.), St. Gallen:
<https://www.restaurant.ch/de/St+Gallen/Chloesti+Restaurant+Bar+Klosterhof/38600/portrait.htm>, 14.09.2020

Chris73 (09.07.2004): *File:DemoticScriptsRosettaStoneReplica.jpg*, online: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:DemoticScriptsRosettaStoneReplica.jpg>, 18.03.2021

Chrüterhüsli (2022), Basel: <https://www.chrueterhuesli.ch/>, 22.03.2022

Cimilli, Nükhet/ Liebe-Hartkort, Klaus (1976), *Sprachvergleich Türkisch-Deutsch*, Düsseldorf: Schwann

citypopulation (2021): <https://www.citypopulation.de/> (alle: 26.11.2021)
Exeter: https://www.citypopulation.de/en/uk/southwestengland/devon/E35001260__exeter/
Hereford: https://www.citypopulation.de/en/uk/westmidlands/county_of_herefordshire/E34004334__hereford/
Marlborough: https://www.citypopulation.de/en/uk/southwestengland/wiltshire/E35000897__marlborough/
Nottingham: https://www.citypopulation.de/en/uk/eastmidlands/nottingham/E35001316__nottingham/

CLEOR (o.J.), Mulhouse: <https://www.cleor.com/>, 22.11.2021

Codart (o.J.): https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Belshazzar%E2%80%99s_feast,_by_Rembrandt.jpg, 18.03.2022

Codex Manesse, o. S., online: <http://digi.ub.uni-heidelberg.de/touch/cpg848/#page/64>, 30.10.2020

Coiffeur haa-R-box (o.J.), Bülach: <https://www.haarbox.ch/>, 12.12.2021

Colanguage, (o.J.): <https://www.colanguage.com/de/franz%C3%B6sische-akzente-accent-aigu-grave-circonflexe>, 01.06.2019

Collins (Hrsg.) (2000): *English Dictionary & Thesaurus*, Glasgow: Harper Collins

companyhouse (o.J.): <https://www.companyhouse.de/unternehmen-Otto-Hopf-Eichstaett>, 23.03.2022

comparethecloud (2021): Q & A with KRCS Group: <https://www.comparethecloud.net/articles/qa-with-krcs-group/>, 27.11.2021

Consulting enpit (2022), Paderborn: <https://www.enpit.de/>, 17.03.2022

coop (o.J.), z. B. Basel: <https://www.coop.ch/de/unternehmen/ueber-uns/wer-wir-sind/unsere-geschichte.html>, 15.03.2022

Corsen, Wilhelm (²1868): *Über Aussprache, Vokalismus und Betonung der lateinischen Sprache*, Band 1 Leipzig: B.G. Teubner

Coulmas, Florian (2009): „Linguistic Landscaping and the Seed of the Public Sphere“, in: Shohamy, Elana/ Gorter, Durk (Hrsg.) (2009): *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, London: Routledge, S. 13-24

cove (2022), Stuttgart: <https://www.cove.de/ueber-uns/>, 22.03.2022

CSLF = Conseil supérieur de la langue française (2022): <http://www.cslf.gouv.qc.ca/vivre-en-francais-au-quebec/politique-linguistique-et-charte-de-la-langue-francaise/>, 17.03.2022

CVJM (o.J.), Weissenburg: <http://www.cvjm-weissenburg.de/>, 03.12.2021

D & B Business-Directory (2022): *lindascosas*: https://www.dnb.com/business-directory/company-profiles.alonso_alt_pamela_lindascosas.de3be73a261bc63aba38df91640dc899.html, 01.03.2022

da Lederhosen Kramer (o.J.), München: <https://www.da-lederhosenkramer.de/kontakt/>, 16.09.2020

Das Mo (o.J.), Ingolstadt: <https://dasmo.chayns.net/ticker>, 07.02.2022

Das Obstkistl (o.J.), Neuburg: <http://www.das-obstkistl.de/standorte/neuburg/>, 16.09.2020

Davis, John F. (1998): *Phonetics and Phonology*, Stuttgart: Klett

DAZ = Deutsche Apotheker-Zeitschrift (Hrsg.) (21.10.2021): „Von Möhren, Mauren und dem heiligen Mauritius“, in *DAZ.online*: <https://www.deutsche-apotheker-zeitung.de/news/artikel/2016/10/21/von-moehren-mauren-und-dem-heiligen-mauritius>, 10.12.2021

Debeka (2021), Eichstätt: <https://www.debeka.de/unternehmen/unternehmensgeschich/index.html>, 03.01.2022

- Debus, Friedhelm (2009): „Die Entstehung der deutschen Familiennamen aus Beinamen“, in: Hengst, Karlheinz/ Krüger, Dietlind (Hrsg.) (2009): *Familiennamen im Deutschen*, S. 85-108
- Deichmann (2023): Geschichte: <https://corpsite.deichmann.com/de/unternehmen/geschichte/>, 03.09.2023
- Dekra (o.J.), Eichstätt: <https://www.dekra.de/de/dekra-historie/>, 18.02.2022
- Delaney, Frank (2004): *Ireland: A Novel*, London: Time Warner Books
- Denk's Zweirad-Stadl (o.J.), Weißenburg: <https://www.landkreis-wug.de/infrastruktur/zweirad-fachgeschaeft-denk-1078/>, 16.09.2020
- Der Beck (o.J.), Nürnberg: <https://www.der-beck.de>, 16.09.2020
- DERPART (o.J.), Stuttgart: https://www.derpart.com/ueber_derpart/historie, 10.12.2021
- Desautels, Éric (2019): *Langue d'accueil et langue de service dans les commerces de l'île de Montréal en 2017*, Montréal: Office québécois de la langue française, version électronique: <https://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/sociolinguistique/2019/rapport-langue-accueil-commerces-ile-mtl.pdf>, 08.08.2020
- Dessar, Julius (1863): *Deutsche Rechtschreibschule*, St. Louis: Conrad Witter's Verlag
- Destatis (2008): *Klassifikation der Wirtschaftszweige*, https://www.destatis.de/DE/Methoden/Klassifikationen/Gueter-Wirtschaftsklassifikationen/Downloads/klassifikation-wz-2008-3100100089004-aktuell.pdf?__blob=publicationFile, 27.07.2023
- Destatis (2023): *Einkommens- und Verbrauchsstichprobe*, <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Einkommen-Einnahmen-Ausgaben/Methoden/einkommens-verbrauchsstichprobe.html>, 27.07.2023
- DEVIALET (2019), Frankfurt: <https://www.deviolet.com/fr-fr/presentation-entreprise#deviolet>, 15.03.2019
- Dickens, Charles (2009): *The Pickwick Papers*, online: <https://www.gutenberg.org/files/580/580-h/580-h.htm>, 20.07.2023
- Die Brücke e.V. (2023): <https://bruecke-ev.de/>, 03.02.2023
- Die Hoorschneiderin (o.J.), Neuburg: <http://www.diehoorschneiderin.de/>, 16.09.2020
- Disteli (o.J.), St. Gallen: <https://www.thisismysaintgallen.com/zum-disteli-1700/>, 14.09.2020
- Dittmar, Norbert/ Steckbauer, Daniel (2007): „Urbane Linguotope: am Puls der Polyphonie“, in: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, Bd. 148 (2007), S. 63-88
- DjK (o.J.), Dollnstein: <https://www.djk.de/de/startseite/deutscher-jugendkraft-sportverband/ueber-uns/>, 18.02.2022
- dm (2021), Eichstätt: <https://www.dm.de/unternehmen>, 03.12.2021
- DocCheck Flexikon (o.J.): C2: <https://flexikon.doccheck.com/de/C2>, 27.11.2021
- Donaukurier (07.07.2019): *Pogo ist nicht pleite, Pogo saniert*: <https://www.donaukurier.de/lokales/ingolstadt/Insolvenz-Pogo-DKmobil-Pogo-ist-nicht-pleite-Pogo-saniert;art599,4238087>, 20.02.2022
- Dortmund: Cindark, Ibrahim/ Ziegler, Evelyn (2016): „Mehrsprachigkeit im Ruhrgebiet: Zur Sichtbarkeit sprachlicher Diversität in Dortmund“, in: Ptashnyk, Stefaniya/ Beckert, Ronny/ Wolf-Farré, Patrick/ Wolny, Matthias (Hrsg.) (2013): *Gegenwärtige Sprachkontakte im Kontext der Migration*, Heidelberg: Winter, S. 133-156
- douglashistory (2022): http://www.douglashistory.co.uk/history/john_sharp_douglas.html, 18.02.2022
- Dr. Oetker (2022): Produktgeschichte: <https://www.oetker.com/de/ueber-uns/unsere-geschichte/produktgeschichte>, 03.04.2023
- Drei im Weckla, Nürnberg: keine Homepage
- DTB AUSBAU (o.J.), Rennertshofen: <https://www.dtb-ausbau.de/>, 02.12.2021
- Duden (¹⁰1929): *Der große Duden: Rechtschreibung der deutschen Sprache und der Fremdwörter*, Leipzig: Bibliographisches Institut U.G.
- Duden (¹¹1934): *Der Große Duden: Rechtschreibung der deutschen Sprache und der Fremdwörter*, Leipzig: Bibliographisches Institut AG. in Leipzig
- Duden (¹²1941): *Der Große Duden: Rechtschreibung der deutschen Sprache und der Fremdwörter*, Leipzig: Bibliographisches Institut AG. in Leipzig
- Duden (¹³1949): *Duden: Rechtschreibung der deutschen Sprache und der Fremdwörter*, Konstanz: Johannes Asmus Verlag
- Duden (¹⁴1957): *Duden: Rechtschreibung der deutschen Sprache und der Fremdwörter*, 1. verbesserter Nachdruck, Mannheim: Bibliographisches Institut
- Duden (²⁰1991): *Die deutsche Rechtschreibung*, Mannheim: Dudenverlag
- Duden (²⁴2006): *Die deutsche Rechtschreibung*, Mannheim: Dudenverlag

- Duden, Konrad (1872): *Die deutsche Rechtschreibung. Abhandlung, Regeln und Wörterverzeichnis mit etymologischen Angaben. Für die oberen Klassen höherer Lehranstalten und zur Selbstbelehrung für Gebildete.* Leipzig: B. G. Teubner (sog. Schleizer Duden)
- Duden, Konrad (1880): *Orthographisches Wörterbuch der deutschen Sprache*, Leipzig: Verlag des Bibliographischen Instituts
- Duden, Konrad (²1907): *Rechtschreibung der Buchdruckereien deutscher Sprache*, Leipzig: Bibliographisches Institut
- Duden, online,
Advokatur: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Advokatur>, 01.01.2022
billig: <https://www.duden.de/rechtschreibung/billig>, 29.11.2021
Deutschs Schweiz: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Deutschs Schweiz>, 03.09.2023
heilig: https://www.duden.de/rechtschreibung/heilig_wahrhaftig_feierlich, 19.03.2021
Gelateria: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Gelateria>, 31.01.2022
Geschlechtergerechter Sprachgebrauch:
<https://www.duden.de/sprachwissen/sprachratgeber/Geschlechtergerechter-Sprachgebrauch>, 09.09.2023
Gepäckausgabe: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Gepackausgabe>, 10.12.2021
Gewand: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Gewand>, 03.11.2020
Großstadt: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Groszstadt>, 17.03.2022
herein/ eina: <https://www.duden.de/synonyme/herein>, 21.09.2020
Kleinstadt: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Kleinstadt>, 07.01.2022
Legasthenie: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Legasthenie>, 13.02.2022
leiwand: <https://www.duden.de/rechtschreibung/leiwand>, 11.04.2021
Logogramm: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Logogramm>, 01.06.2019
Mäander: https://www.duden.de/rechtschreibung/Maeander_Windung_Schleife, 22.03.2022
Mittelstadt: <https://www.duden.de/suchen/dudenonline/Mittelstadt>, 07.01.2022
Rechtschreibregel D 160: <https://www.duden.de/sprachwissen/rechtschreibregeln/doppels-und-scharfes-s>, 31.05.2019,
resch: <https://www.duden.de/rechtschreibung/resch>, 29.11.2021
Parament: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Parament>, 11.12.2021
ß: https://www.duden.de/rechtschreibung/sz_Buchstabe, 11.03.2021
Spital: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Spital>, 01.01.2022
Trikolon: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Trikolon>, 23.07.2023
Vertiko: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Vertiko>, 26.02.2022
„Wie kommt ein Wort in den Duden?“: https://www.duden.de/ueber_duden/wie-kommt-ein-wort-in-den-duden, 03.11.2020
Wortschöpfung: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Wortschoepfung>, 23.02.2022
Wortspiel: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Wortspiel>, 23.02.2022
Zahl: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Zahl>, 03.09.2023
Zahlwort: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Zahlwort>, 03.09.2023
Ziffer: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Ziffer>, 03.09.2023
- Duden: *Die Grammatik* (⁸2009), Duden Band 4, Berlin: Dudenverlag
- Dumont, Mario (26.08.20217): „Loi 101, réussites et illusion“, in: *Le journal de Montréal*: <https://www.journaldemontreal.com/2017/08/26/loi-101-reussites-et-illusion>, 31.08.2020
- Dunlevy, Deirdre (2012): „Linguistic Policy and Linguistic Choice: A Study of the Galician Linguistic Landscape“, in: Hélot, Christine/ Barni, Monica/ Janssens, Rudi/ Bagna, Carla (Hrsg.): *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*, Frankfurt: Peter Lang, S. 53-68, : https://www.academia.edu/3800374/Linguistic_Policy_and_Linguistic_Choice_A_Study_of_the_Galician_Linguistic_Landscape, 04.01.2021
- DWB: *Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm*: <https://www.dwds.de/d/wb-1dwb>, 17.03.2021
- DWDS = *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache* (o.J.): *Parament*: <https://www.dwds.de/d/wb/Parament>, 17.03.2022
DWB – Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm: <https://www.dwds.de/d/wb-1dwb>, 02.09.2023
Worthäufigkeit: <https://www.dwds.de/d/worthaeufigkeit>, 05.09.2023
- Edelman, Loulou (2010): *Linguistic Landscapes in the Netherlands: A Study of Multilingualism in Amsterdam and Friesland*, Utrecht: LOT

- Eder, Bernhard/ Eder, Elisabeth (2021): *www.Dollnstein.info: Information über die Geschichte, die landschaftlichen Schönheiten und die kulturellen Schätze der Marktgemeinde Dollnstein*, online: <http://www.dollnstein.info/>, 25.07.2021
- Eichstätt, Homepage (2021): <https://www.eichstaett.de/>, 04.08.2021
- Eichstätter Kurier (09.11.2007): *Spuren jüdischen Lebens in Eichstätt* (26.08.2021): *Spurensuche im Bistum Eichstätt: 1700 Jahre jüdisches Leben in Deutschland*: <https://www.donaukurier.de/lokales/eichstaett/Spurensuche-im-Bistum-Eichstaett;art575,4806369>, 03.01.2022
- English-heritage (o.J.): Sir Jack Cohen: <https://www.english-heritage.org.uk/visit/blue-plaques/jack-cohen/>, 24.11.2021
- Ergebnisse2011.Zensus: <https://ergebnisse2011.zensus2022.de/datenbank/>, 06.09.2023
- erikas blumenstand'1 (o.J.), München: <https://www.erikasblumenstandl.de/>, 16.09.2020
- Ersen-Rasch, Margarete/ Seyhan, Hayrettin (2015): *Güle güle: Türkisch für Anfänger*, München: Hueber
- EUFIMA AG (2021), Aschaffenburg: <https://www.eufima.de/unternehmen/ueber-eufima/>, 06.02.2022
- Facebook, Werkstatt N2: <https://de-de.facebook.com/WerkstattN2/>, 19.07.2023
- Fachl (2022), Salzburg: <https://www.fachl.at/de-at/>, 22.03.2022
- Fäh, Adolf (1897): *Grundriß der Geschichte der bildenden Künste*, Freiburg i.Br.: Herder'sche Verlagsbuchhandlung
- Fahlbusch, Fabian (2017): *Unternehmensnamen: Entwicklung – Gestaltung – Wirkung – Verwendung*, Berlin: Frank & Timme
- Falk (Hrsg.) (2006): *Stuttgart mit Umgebungskarte*, Ostfildern: Falk
- Faulmann, Karl (1880): *Illustrierte Geschichte der Schrift, der Sprache und der Zahlen sowie der Schriftsysteme aller Völker der Erde*, Wien: A. Hartleben's Verlag
- FAZ = Frankfurter Allgemeine Zeitung (02.02.2005): „Die diskrete Familie Brenninkmeyer“: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/faz-net-spezial-c-a-die-diskrete-familie-brenninkmeyer-1164336.html>, 04.12.2021
- Feinste Münchner Schmankerl, München: keine Homepage
- Felixberger, Josef (2003): „Sub-, Ad- und Superstrate und ihre Wirkung auf die romanischen Sprachen: Galloromania“, in: Ernst, Gerhard/ Gleßgen, Martin-Dietrich/ Schmitt, Christian/ Schweickard, Wolfgang (Hrsg.) (2003): *Romanische Sprachgeschichte*, Berlin: de Gruyter, S. 594-606
- Felske, Carina (2018b): „Hieroglyphenschrift“, in: *Selket's Ägypten*: <https://www.selket.de/hieroglyphen/hieroglyphenschrift/>, 30.10.2020
- Felske, Carina: (2018a): „Hieroglyphen lesen“, in: *Selket's Ägypten*: <https://www.selket.de/hieroglyphen/hieroglyphen-lesen/>, 30.10.2020
- Fer.fiol (09.11.2006a): *File:4592(Eutyichis Graeca).jpg*: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:4592\(Eutyichis_Graeca\).jpg?uselang=de](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:4592(Eutyichis_Graeca).jpg?uselang=de), 30.03.2021
- (09.11.2006b): *File:Fututiones variaae.jpg*, Ausschnitt: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Fututiones_variaae.jpg?uselang=de, 30.03.2021
- (09.11.2006c): *File:8020(Venustus).jpg*: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:8020\(Venustus\).jpg?uselang=de](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:8020(Venustus).jpg?uselang=de), 30.03.2021
- fiddlers (2021): <https://www.fiddlers.de/de/>, 03.12.2021
- Fietz, Hermann (1943): *Die Kunstdenkmäler des Kantons Zürich, Bd. II: Die Bezirke Bülach, Dielsdorf, Hinwil, Horgen und Meilen*, Basel: Birkhäuser
- FIGUR IN FORM COOPERATION (o.J.), Miltenberg: <https://www.fif-co.de/standorte/miltenberg>, 16.09.2020
- Finanz und Wirtschaft (23.03.2017): *Die Bank Coop wird zur Bank Cler*: <https://www.fuw.ch/article/die-bank-coop-wird-zur-bank-cler/>, 01.01.2022
- Finweg, Carl August (Hrsg.) (1871): *Geschichte des Herzogthums Neuburg*, Neuburg: Griebmayer'sche Buchhandlung
- Fishman, Joshua A./ Cooper, Robert/ Conrad, Andrew W. (1977): *The spread of English: the sociology of English as an additional language*, Rowley, Mass.: Newbury House
- Fizzen (2022), Basel: <https://www.fizzen.ch/pages/the-fizzen-story>, 01.01.2022
- Flam's (o.J.), Belfort: https://www.flams.fr/restaurant_belfort.html, 01.06.2021
- FORD VR-STORE (o.J.), Hanau: <https://www.forum-hanau.net/shop/ford-vr-store>, 23.11.2018
- Förderverein Bairische Sprache und Dialekte e.V. (o.J.): *Bairisch und Mundart*: <http://www.fbsd.de/bairische-sprache-dialekte-mundarten>, 26.09.2020

Fou/ Ross (26.04.2020): *Karte: Historische Sprachsituation im Elsass*: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sprachen_Im_Elsass.svg, 30.05.2021

Frank, Rupert (2020): *Bairisches Wörterbuch*, Wolfratshausen: online <https://www.bayrischeswoerterbuch.de>, 21.09.2020

friseur-kerastase (o.J.), (HAARSTUDIO FEBO), Neuburg: <https://friseur.kerastase.de/65613-haarstudio-febo-inh.-paula-fernandes>, 23.03.2019

Frisierstüberl, Rennertshofen: https://rennertshofen.branchen-info.net/fp_1329538.php, 16.09.2020

Furr, Alex (30.04.2005): *File:Taj Mahal 3 by alexfurr.jpg*: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Taj_Mahal_3_by_alexfurr.jpg, 18.03.2021

G'schenk Packerl (o.J.), Neuburg: <https://geschenk-packerl.de>, 16.09.2020

G'schenk-Standl, München: keine Homepage

Gabler (o.J.): *Banklexikon*, <https://www.gabler-banklexikon.de>

Electronic Cash: <https://www.gabler-banklexikon.de/definition/electronic-cash-57447>, 18.02.2022

Gabler (o.J.): *Wirtschaftslexikon* (o.J.), online: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de>

Aktiengesellschaft: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/aktiengesellschaft-ag-27889>, 17.03.2022

eingetragener Kaufmann: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/eingetragener-kaufmann-ek-32930>, 02.12.2021

Geschäftsbriefe: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/geschaeftsbriefe-34861>, 09.01.2022

juristische Person: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/juristische-person-40541>, 01.11.2020

Kommanditgesellschaft: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/kommanditgesellschaft-kg-40085>, 06.02.2022

Personenfirma: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/personenfirma-43868>, 01.11.2020

Sachfirma: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/sachfirma-42123>, 01.11.2020

Gambling Sites (2021): Paddy Power: <https://www.gamblingsites.org/history/paddy-power/>, 26.11.2021

GANT (o.J.), München: <https://de.gant.com/heritage>, 11.12.2021

Gassner, Verena (1986): *Die Kaufäden in Pompeji*, Dissertation der Universität Wien; 178, Wien: Verband der wissenschaftlichen Gesellschaften Österreichs

Gasthaus "Zum Schiffla" (o.J.), Weißenburg: <http://www.zum-schiffla.de/>, 18.04.2019

Gebert, Ernst (2012): *Markt Rennertshofen – Historischer Rundgang*, Rennertshofen: Markt Rennertshofen

Gemeinde Solnhofen(o.J.): <https://www.solnhofen.de/startseite>, 17.03.2022

Gemeinde Tagmersheim, Homepage (19.07.2021): <https://www.tagmersheim.de/>, 23.07.2021

GenG (Genossenschaftsgesetz): online: <https://www.gesetze-im-internet.de/genng/>, 01.11.2020

Genuss-Eck (o.J.), Eichstätt: <https://de-de.facebook.com/genusseck.de/>, 16.08.2020

GEOX (o.J.), Mulhouse: <https://www.geox.com/de-DE/>, 02.10.2021

Geschmacks-Sachen, Ingolstadt: <https://de-de.facebook.com/GeschmacksSachenIngolstadt/>, 16.09.2020

Giegerich, Marc (2017): *Remaraweng Boarisch*, <http://www.bairische-sprache.at/Index/Remaraweng%20Boarisch.htm>, 05.11.2020 (Kapitelüberschriften als Seitenzahl angegeben, die Jahreszahlen können variieren)

gizgraphics (2016), Basel: <http://www.gizgraphics.ch/>, 01.01.2022

GKD-Rechtsanwälte (o.J.) *Fallstricke bei der Unternehmensgründung – die Wahl der richtigen Firma*: <https://www.gkd-rechtsanwaelte.de/aktuelles/fallstricke-bei-der-unternehmensgruendung-die-wahl-der-richtigen-firma/>, 09.01.2022

Glarus-Sued (2022): *Wofür steht die Abkürzung CH?*: <https://www.glarus-sued.ch/wohnen-und-leben/leben-in-der-schweiz/wissenswertes-ueber-die-schweiz/wofuer-steht-die-abkuerzung-ch.html/5381>, 01.03.2022

Glock'n am Kreuztor (o.J.), Ingolstadt: <https://glockn-ingolstadt.de/>, 16.09.2020

Glosbe (o.J.): *Märt*: <https://de.glosbe.com/gsw/de/m%C3%A4rt>, 14.09.2020

GmbHG: <https://www.gesetze-im-internet.de/gmbhg/>, 01.11.2020

GMS (o.J.), Aschaffenburg: <https://www.gms-ab.de/content/start.php>, 04.12.2021

Godot13 (24.03.2013): *File:Jerusalem-2013-Temple Mount-Dome of the Rock-Detail 01.jpg*: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Jerusalem-2013-Temple_Mount-Dome_of_the_Rock-Detail_01.jpg, 18.03.2021

- GOLDGRUAB'N (o.J.), Salzburg, Goldgasse12: <http://www.goldgruabn.at/de>, 16.09.2020
- Goldkistl (o.J.), Ingolstadt: <http://goldkistl.de/ankauf.html>, 16.09.2020
- google-maps: <https://www.google.de/maps/>, 14.03.2022
- Gorter, Durk (2006): „Further Possibilities for Linguistic Landscape Research“, Gorter, Durk (Hrsg.) (2006): *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, Clevedon, UK: Multilingual Matters
- Gorter, Durk (2013): „Linguistic Landscapes in a Multilingual World“, in: *Annual Review of Applied Linguistics*, 33 (2013), Cambridge: University Press, S. 190-212
- Gorter, Durk/ Cenoz, Jasone (2017): „Linguistic Landscape and Multilingualism“, in: Cenoz, Jason/ Gorter, Durk/ May, Stephen (2017): *Language Awareness and Multilingualism*, Cham, Schweiz: Springer Nature, S. 233-245
- Graefen, Gabriele/ Liedke, Martina (2008): *Germanistische Sprachwissenschaft: Deutsch als Erst-, Zweit- oder Fremdsprache*, Tübingen: Narr Francke Attempto
- GROGMAIERS IberlBühne (o.J.), München: <https://www.iberlbuehne.de/>, 16.09.2020
- GROMBIER (o.J.), Stuttgart: <https://www.grombier.de/>, 16.09.2020
- Grube Paderborn (2016), Interessengemeinschaft: <https://www.die-grube-paderborn.de/>, 02.10.2021
- GUILLAUME TELL (o.J.): <https://www.pagesjaunes.fr/pros/55848378>, 30.05.2021
- Haarmann, Harald (³2007): *Geschichte der Schrift*, München: Beck
- hairdesign-g2 (2022), Hanau: <https://www.forum-hanau.net/shop/hairdesign-g2/>
- Halm, Wolfgang/ Moll Marqués, José (1965): *Modernes Spanisch*, München: Hueber
- Handelsblatt (31.03.2006): *Sparda: Mit der Eisenbahn gewachsen*: <https://www.handelsblatt.com/finanzen/banken-versicherungen/banken/100-geburtstag-sparda-mit-der-eisenbahn-gewachsen/2635708-all.html>, 07.02.2022
- Handelsdaten.de (2022): <https://www.handelsdaten.de/branchen>, 23.02.2022
- HANDSCHUHE ROECKL-ECK (o.J.), München: <https://www.roeckl.com/>, 16.09.2020
- Hansen, Peter (o.J.): „Digitales Wörterbuch Niederdeutsch“, in: *Niederdeutsche Literatur*: http://niederdeutsche-literatur.de/dwn/dwn_frw_abfrage.php, 03.06.2021
- Happes, Wolfgang (o.J.): *Schwäbisches Wörterbuch*: <http://schwaebisches-woerterbuch.de/>, 13.12.2020
- Hara1603 (14.04.2005): *Bisotun Iran Relief Achamenid Period.JPG*, Gemeinfrei, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=75781418>, 18.03.2021
- Harl, Friederike (2019): „6428 Altar für Sedatus“ in: Harl, Friederike: *Ubi erat lupa*, Internetseite über römische Steindenkmäler, <http://lupa.at/6428>, 20.09.2020
- Hästens (2021), Basel: <https://www.hastens.com/de/unsere-geschichte>, 01.01.2022
- Haus, Karl/ Möckl, Franz (1988): *Der junge Musikant*, München: Bayerischer Schulbuch-Verlag
- Hawlata, Helmut/ Wittig, Alois/ Zecherle, Karl (²1984): *Der Eichstätter Raum in Geschichte und Gegenwart*, Eichstätt: Sparkasse Eichstätt
- hdbg = Haus der bayerischen Geschichte (o.J.): *Bayerns Gemeinden*: <https://www.hdbg.eu/gemeinden/>, alle 17.03.2022
- Stadt Ansbach: <https://www.hdbg.eu/gemeinden/index.php/detail?rschl=9561000>
- Stadt Aschaffenburg: <https://www.hdbg.eu/gemeinden/index.php/detail?rschl=9661000>
- Große Kreisstadt Eichstätt: <https://www.hdbg.eu/gemeinden/index.php/detail?rschl=9176123>
- Stadt Ingolstadt: <https://www.hdbg.eu/gemeinden/index.php/detail?rschl=9161000>
- Stadt Miltenberg: <https://www.hdbg.eu/gemeinden/index.php/detail?rschl=9676139>
- Stadt München: <https://www.hdbg.eu/gemeinden/index.php/detail?rschl=9162000>
- Große Kreisstadt Neuburg a.d. Donau: <https://www.hdbg.eu/gemeinden/index.php/detail?rschl=09185149>
- Stadt Nürnberg: <https://www.hdbg.eu/gemeinden/index.php/detail?rschl=9564000>
- Große Kreisstadt Weißenburg i.Bay.: <https://www.hdbg.eu/gemeinden/index.php/detail?rschl=9577177>
- Henkes-Zin, Christiane (2004): *Überlieferung und Rezeption in der Großen Heidelberger Liederhandschrift (Codex Manesse)*, Aachen: <https://api.deutsche-digitale-bibliothek.de/binary/1e64d4d7-21ec-4022-86a1-29a685efda61.pdf>, 30.10.2020
- heraldry-wiki (2021): Exeter: <https://www.heraldry-wiki.com/heraldrywiki/index.php?title=Exeter>, 12.12.2021
- Herbst, Thomas/ Stoll, Rita/ Westermayr, Rudolf (1991): *Terminologie der Sprachbeschreibung: Ein Lernwörterbuch für das Anglistikstudium*, München: Hueber

Hereford (2021): <https://herefordcitycouncil.gov.uk/>, 24.11.2021 (alle S.)
 Geschichte: <https://herefordcitycouncil.gov.uk/history-of-the-city-of-hereford/>
 Wappen: <https://herefordcitycouncil.gov.uk/coat-of-arms/>

Hermannsbäck, Stuttgart: keine Homepage

HERR KÄCHELE (o.J.), Stuttgart: <https://www.herr-kaechele.de/>, 21.09.2020

Hertihus (o.J.), Bülach: *Ladä*: <https://www.hertihus.ch/%C3%B6ise-lad%C3%A4/>, 14.09.2020
Geschichte: <https://www.hertihus.ch/geschichte/>, 14.09.2020

Herzog (o.J.), Nürnberg: <https://www.herzogbrautmode.de/>, 24.03.2023

Hessenatlas (o.J.): <https://gis-hsl.hessen.de/portal/apps/webappviewer/index.html?id=d66016d227a84317910fe07b82db0c7e> (Hanau), 15.08.2021

HGB (Handelsgesetzbuch): <https://www.gesetze-im-internet.de/hgb/>, 01.11.2020

Hierhammer's Früchte ECK (o.J.), Ansbach: <https://www.ansbachplus.de/2015/01/19/fast-alles-beim-alten-in-hierhammers-fruechteeck/>, 16.09.2020

High Time (o.J.), Nürnberg: <https://www.facebook.com/pg/High-Time-N%C3%BCrnberg-347454842001329/posts/>, 30.10.2020

Hirt, Hermann (1968): *Geschichte der deutschen Sprache*, Nördlingen: Beck

Historischer Verein Eichstätt (Hrsg.) (1897): *Sammelblatt des Historischen Vereins Eichstätt, XI. Jahrgang 1896*, Eichstätt: Ph. Brönnner'sche Buchdruckerei

HLB = *Historisches Lexikon Bayerns*: BayWa: [https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Bayerische_Warenvermittlung_landwirtschaftlicher_Genossenschaften_\(BayWa\)](https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Bayerische_Warenvermittlung_landwirtschaftlicher_Genossenschaften_(BayWa)), 18.02.2022

HLS = *Historisches Lexikon der Schweiz*: <https://hls-dhs-dss.ch/>,
Basel-Stadt (2017): <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/007478/2017-05-30/>, 18.02.2022
Bülach (2004) <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/000041/2004-09-01/>, 13.11.2021
Deutsch (2018): <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/011194/2018-01-24/>, 07.01.2021
Französisch (2007) <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/011195/2007-05-08/>, 07.01.2021
Helvetische Republik (2011): <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/009797/2011-01-27/>, 13.08.2020
Joachim Vadian (2013): <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/012383/2013-11-19/>, 01.01.2022
St. Gallen (Gemeinde) (2012): <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/001321/2012-01-06/>, 14.09.2020

Hofapotheke (o.J.), Salzburg: <http://www.hofapotheke.at/de/>, 29.11.2021

Hoffmann, Hans G./ Hoffmann, Marion (2005): *Großer Lernwortschatz Englisch*, München: Hueber

Hofmühl, Homepage (2021): <https://hofmuehl.de/brauerei/#geschichte>, 04.08.2021

hoiz (o.J.), München: <https://hoiz.wine/>, 16.09.2020

Honighäus'l, München: keine Homepage

HP (2019), Neuburg an der Donau: <https://www.mediendesign-druck.de/Impressum>, 23.03.2019

hsi personaldienste (o.J.), Stuttgart: <https://www.hsi.info/ueber-uns>, 27.02.2019

Huber, Rudger (1998): *1001 Historische Photographien und Geschichten aus dem Gailach- und Altmühltal*, Mühlheim: Rudger Huber

Huebner, Thom (2006): „Bangkok's Linguistic Landscapes: Environmental Print, Codemixing, and Language Change“, in Gorter, Durk (Hrsg.): *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Clevedon, UK: Multilingual Matters, S. 31-51

Hülsewig-Johnen, Jutta (Hrsg.) (2005): *Ernst Ludwig Kirchner und die ‚Brücke‘*, Bielefeld: Kerber

Hüttl, Ludwig (16.01.2007): „BayWa“, in: *Historisches Lexikon Bayerns* (2021): [https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Bayerische_Warenvermittlung_landwirtschaftlicher_Genossenschaften_\(BayWa\)](https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Bayerische_Warenvermittlung_landwirtschaftlicher_Genossenschaften_(BayWa)), 02.12.2021

i:belle (o.J.), Aschaffenburg: <https://www.ibelle.de/>, 10.03.2021

IMDb (2023): *Sex and the City*: <https://www.imdb.com/title/tt0159206/>, 03.02.2023

Immodue (o.J.), Bülach (o.J.): <http://www.immodue.ch/Ueber-uns.htm>, 01.03.2022

Inamdar, Madan (19.08.2016): *File:Calligraphy on Qutb Minar as seen from bottom up.jpg*: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Calligraphy_on_Qutb_Minar_as_seen_from_bottom_up.jpg, 18.03.2021

Independent (24.01.2005): *Achille Maramotti*: <https://www.independent.co.uk/news/obituaries/achille-maramotti-5524094.html>, 01.01.2022

Info-Standl Landeshauptstadt München, München: keine Homepage

Insee (= Institut national de la statistique et des études économiques = ‚Staatliches Institut für Statistik und Wirtschaftsanalysen‘): <https://www.insee.fr/>, 21.11.2021 (alle S.)
Belfort: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-90010#chiffre-cle-1>

Lure: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-70310>
 Mulhouse: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-68224>
 Institut für Stadtgeschichte (Hrsg.) (o.J.): *Frankfurter Geschichte: Zeittafel*: <https://www.stadtgeschichte-ffm.de/de/info-und-service/frankfurter-geschichte/zeittafel>, 19.09.2021
 iOU (o.J.), Mulhouse: <http://www.iou-shop.com/le-magasin/>, 01.03.2022
 IRB Internationales Realitäten Büro (o.J.), Salzburg: <http://www.irb.at/>, 11.04.2021
 Irish Pub (o.J.), Aschaffenburg: <http://www.irishpubaschaffenburg.de/>, 04.04.2021
 ISB = Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung München (Hrsg.) (2015): *Dialekte in Bayern*
 Isert, Jörg (24.09.2007): „Ritter Sport: Ein Schokoquadrat geht um die Welt“, in: *Stern*: <https://www.stern.de/wirtschaft/news/ritter-sport-ein-schoko-quadrat-geht-um-die-welt-3263784.html>, 08.03.2021
 iTABA (o.J.), Frankfurt: <http://www.itaba.de/dl.html>, 11.02.2022
 Iuvenal (ca. 58-127 n. Chr.): *Satire 8*: <http://www.thelatinlibrary.com/juvenal/8.shtml>, 13.08.2020
 Iwaniewicz, Peter (07.03.2007): „Verdampfung“, in: *Falter.at*: <https://www.falter.at/zeitung/20070307/verdampfung-102007>, 27.09.2020
 Jack & Jones (o.J.), Ingolstadt (u. a.): <https://www.jackjones.com/de/de/home>, 12.03.2021
 Jägerndorf, Sudetenland (2020): <https://www.jaegerndorf-sudetenland.de/>, 05.11.2020
 Japanischlernen.eu (2022): <https://japanischlernen.eu/japanische-schriftzeichen/>, 18.03.2022
 (angeklickt wurden: Kanji, Hiragana, Katakana, Kana)
 John (o.J.), Ingolstadt: <https://web2.cylex.de/firma-home/john-maennermoden-8255115.html>, 19.3.19
 Jones, Daniel (¹⁶2003): *English Pronouncing Dictionary*, Cambridge: University Press
 JOTT (2021), München: <https://justoverthetop.com/fr/content/10-notre-histoire>, 11.12.2021
 Jrenum, Basel: (o.J.) <https://www.jrenum.com/de/ueber-uns.htm>, 01.01.2022
 Jules (o.J.), Marlborough: <https://www.joules.com/store-locator/store/joules-of-marlborough>, 24.11.2021
 Julo (30.11.2006a): *File:Pompeii0064.jpg*: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pompeii0064.jpg?uselang=de>, 30.03.2021
 (30.11.2006b): *File:Pompeii0065.jpg*: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pompeii0065.jpg?uselang=de>, 30.03.2021
 Juwelier Dührkoop (o.J.), Ingolstadt (o.J.): <https://juwelier-duehrkoop.de/schmuck/alle-marken/dodo/>, 20.02.2022
 Kahiko Connection (2006): *Aloha is more than a greeting*: <http://kahikoconnection.squarespace.com/aloha-more-than-a-greeting/>, 06.02.2022
 Kaiser, Otto (1985): *Texte aus der Umwelt des alten Testaments*, Band 1, Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus
 Kalt-Loch-Bräustüble (o.J.), Miltenberg: <https://www.kalt-loch-braustuble.com/deutsch/%C3%BCber-uns/>, 22.03.19
 Kammler, Sara/ Iwersen, Sönke (14.09.2007): Salamander: Lurchis Abenteuer, in: *Handelsblatt* (21.01.2023)
 Kampert, Ottmar/ Winter, Wolfgang (Hrsg.) (2012): *Xenia. Griechisches Unterrichtswerk*, Bamberg: C.C. Buchner
 Kämpf, Saul I. (1874): PHÖNIZISCHE EPIGRAPHIK. Die Grabschrift Eschmunazar's; König der Sidonier, Prag: H. Dominicus
 Kampus (o.J.), Paderborn: <https://bono-gastronomie.de/gastronomie/kampus>, 16.03.2020
 Kanton Basel-Stadt, Homepage (2021): <https://www.bs.ch/>, 14.11.2021 (alle S.)
 Statistik: <https://www.statistik.bs.ch/nm/2021-bevoelkerung-im-september-2021-pd.html>
<https://www.statistik.bs.ch/haeufig-gefragt/einwohner/einwohnerzahl.html>
 Kanton Zürich, Gemeindeportrait (2021): <https://www.zh.ch/de/politik-staat/gemeinden/gemeindeportraet.html>, 13.11.2021
 Karl Daum (o.J.), Eichstätt: <https://www.karl-daum-eichstaett.de/>, 03.01.2022
 Karl Marc John (o.J.), Mulhouse: <https://www.karlmarcjohn.com/magasin-karl-marc-john-mulhouse.html>, 30.05.2021
 Kaslöchl (o.J.), Salzburg: <http://www.kasloechl.at/> 16.09.2020
 KAY BOJESSEN (o.J.), Aschaffenburg: <https://www.kaybojesen-denmark.de/kontakt>, 11.02.2022
 Kaya-Shisha: *Geschichte der Wasserpfeife*: <https://www.kaya-shisha.de/geschichte-der-wasserpfeife>, 13.02.2022
 kik (2021), Eichstätt: <https://www.kik.de/unternehmen/das-unternehmen-kik/>, 12.03.2021

- KIKO (o.J.), Nürnberg: <https://www.kikocosmetics.com/de-de/uber-uns/die-marke.html>, 26.03.2019
- Kimi (o.J.), Miltenberg: (o.J.) http://www.thai-robot.de/galerie/details.php?image_id=5621&sessionid=64b1b0d0e75850a436a8b494e48400d1, 10.03.2019
- Kintz (o.J.), Mulhouse: <http://www.kintz.eu/>, 30.05.2021
- Kiosk Freßgass, Frankfurt: keine Homepage
- KITZGAMS (o.J.), Paderborn: <https://www.kitzgams.de/start>, 16.09.2020
- [Kleber, Stadtoberinspektor] (1957): *Straßenverzeichnis und Grundstückslisten der Stadt Eichstätt, zusammengestellt auf Grund der Neu- und Umbenennung der Straßen und Änderung der Hausnumerierung, Stand: Juli 1957*, Eichstätt: [Stadt Eichstätt]
- Klein, Hans-Wilhelm/ Kleineidam, Hartmut (2006): *Grammatik des heutigen Französisch*, Stuttgart: Klett
- KLEINER OCHS'N BRATER (o.J.), München: <https://www.kleinerochsbrater.de/>, 16.09.2020
- Kluge (2⁵2011): Seebold, Elmar (Hrsg.): *Kluge: Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache*, Berlin: de Gruyter
- Knapp Kubitz Architekten (2022), Miltenberg: <http://www.knapp-kubitz-architekten.de/>, 16.02.2022
- kompany (o.J.): YT Transporte, Imst: <https://www.kompany.com/mt/p/at/452332w>, (17.03.2022)
- König, Werner (⁹1992): *dtv-Atlas zur deutschen Sprache*, München: Deutscher Taschenbuch-Verlag
- Konrad, Franz-Michael (2007): *Geschichte der Schule*, München: Beck
- Körner, Hans-Michael/ Schmid, Alois (Hrsg.) (2006a): *Altbayern und Schwaben, Reihe: Handbuch der historischen Stätten, Bayern I*, Stuttgart: Alfred Kröner
- Körner, Hans-Michael/ Schmid, Alois (Hrsg.) (2006b): *Franken, Reihe: Handbuch der historischen Stätten, Bayern II*, Stuttgart: Alfred Kröner
- Koß, Gerhard (2009): „Familiennamen und Firmennamen in Wirtschaft und Gesellschaft“, in: Hengst, Karlheinz/ Krüger, Dietlind (Hrsg.) (2009): *Familiennamen im Deutschen: Erforschung und Nachschlagewerke*, Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, S. 537-570
- Kottingwörth (2002-2021): *Die Kottingwörther Pfarrkirche*: <https://www.kottingwoerth.de/kirche>, 01.04.2021
- Kral, Claudia Elisabeth (2012): *Marktges(ch)ehen – Sprachregime Brunnenmarkt?: Ein ethnographischer Zugang zur Linguistic Landscape* (Magisterarbeit), Wien: Universität Wien
- Kreuter Doni (o.J.), Eichstätt: <https://www.schmid-gesundheitspraxis.de/kreuter-doni>, 16.09.2020
- Kritschke, Benjamin/ Wild, Beate (06.09.2011): „Schuhe, Kitsch und ein Promi-Friseur“, in: *Süddeutsche Zeitung* (06.09.2011): <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchner-strassen-sendlinger-strasse-schuhe-kitsch-und-ein-promi-friseur-1.1137184>, 01.06.2021
- Krys (o.J.), Belfort: <https://www.krys.com/opticien/france/territoire-de-belfort/opticien-belfort/belfort-montbeliard>, 21.11.2021
- KU Eichstätt = Katholische Universität (2021): <https://www.ku.de/die-ku/profil/zahlen-fakten>, 05.08.2021
- Kugler, Karl (1873): *Erklärung von 1000 Ortsnamen der Altmühlalp [sic!] und ihres Umkreises. Ein Versuch*, Eichstätt: Verlag der Krüll'schen Buchhandlung
- Kummerow, Anja (20.08.2014): „Das Herz von Norma schlägt in Mittelfranken“, in: [nordbayern.de: https://www.nordbayern.de/region/nuernberg/das-herz-von-norma-schlagt-in-mittelfranken-1.3838117](https://www.nordbayern.de/region/nuernberg/das-herz-von-norma-schlagt-in-mittelfranken-1.3838117), 10.12.2021
- kunst-worte (2022): LEGO: <https://www.kunst-worte.de/markennamen/marke-16-lego/>, 18.02.2022
- Kunze, Konrad (2006): „Gasthausnamen im Südwesten“, in: Klausmann, Hubert (Hrsg.) (2006): *Raumstrukturen im Alemannischen*, Graz: Neugebauer
- Kusmi Tea (o.J.), Frankfurt am Main: <https://www.kusmitea.com/de/about-us.html>, 11.12.2021
- L'ESTAMINET (o.J.), Belfort: <https://www.belfort-tourisme.com/restauration-a-table/bar-lestaminet/>, 22.03.2022
- la Borsa (o.J.), Weißenburg: <http://laborsa-riondino.de/>, 03.12.2021
- La vie des entreprises (o.J.): fnac: <https://lavde.fr/fnac/>, 21.11.2021
- Lambert, Tim (14.03.2021):
A History of Exeter: <https://localhistories.org/a-history-of-exeter/>, 25.11.2021
A History of Hereford England: <https://localhistories.org/a-history-of-hereford-england/>, 24.11.2021
A History of Nottingham: <https://localhistories.org/a-history-of-nottingham/>, 26.11.2021

- Landkreis Donau-Ries (Hrsg.) (1991): „Tagmersheim“, in: Landkreis Donau-Ries (Hrsg.) (1991): *Landkreis Donau-Ries*, Donauwörth: Landkreis Donau-Ries
- Landry, Rodrigue/ Bourhis, Richard (1997): „Linguistic Landscap and Ehtnolinguistic Vitality: An Empirical Study“, in: *Jounal fo language and social psychology*, Nr 16, März 1997, S. 23-49
- Landschaftsverbände Rheinland und Westfalen-Lippe (Hrsg.) (2006): *Nordrhein-Westfalen*, Reihe: Handbuch der historischen Stätten Deutschlands, Stuttgart: Kröner
- Langenscheidts *Taschenwörterbuch der griechischen und deutschen Sprache* (1962): Berlin: Langenscheidt
- Langenscheidts Taschenwörterbuch Spanisch* (1977), Berlin: Langenscheidt
- Langenscheidts Taschenwörterbuch Türkisch* (2015), München: Langenscheidt
- Langenscheidts Universal-Wörterbuch Italienisch* (1967): Berlin: Langenscheidt
- Larousse (1964): *Nouveau dictionnaire étymologique et historique*, Paris: Larousse
- Larousse (2004): *Dictionnaire compact français - allemand, allemand - français*, Paris: Larousse
- le Clou Bistro, München: keine Homepage
- Le Petit Robert 2014: Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, Paris: Le Robert
- Le Robert (2000): *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris: Le Robert
- LEDVANCE (2018), Eichstätt: <https://www.ledvance.de/unternehmen/presse/pressemitteilungen/2016/osram-praesentiert-namen-des-lampengeschaefts-ledvance/index.jsp>, 22.04.2018
- Lee, Hugo Yu-Hsiu (2019): „Rethinking Globalization, English and Multilingualism in Thailand: A Report on a Five-Year Ethnography“, in: *The Southeast-Asian Journal of English Language Studies*, Bd. 25 (1), S. 69-84 /<http://ejournals.ukm.my/31/article/view/27279>, 11.08.2020
- Leerkamp, Jan-Hendrik (2003): *Die österreisches Varietät der deutschen Sprache*, Essen: Linguistik Server Essen, http://www.linse.uni-due.de/files/PDF_in_Katalog/publikationen/ESEL/oesterr_varietaet.pdf, S. 15, 03.11.2020
- Lehmann, Christian (o.J.): *Kreol*, online: <https://christianlehmann.eu/ling/sprachen/indogermania/RomGesch/index.html?https://christianlehmann.eu/ling/sprachen/indogermania/RomGesch/Kreol.html>, 23.02.2022
- LEHNER-BÄCK (o.J.), Solnhofen: <http://www.lehner-baeck.de/>, 16.09.2020
- leiwaund (o.J.), Steyr: https://www.facebook.com/media/set/?set=a.1834895266804065&type=3&comment_id=1835175400109385&reply_comment_id=1835196060107319, 11.04.2021
- leo.org, Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch, Polnisch, Russisch, Chinesisch: <https://dict.leo.org>
- leo.org, Französisch: *Morgan de toi* (2008): <https://dict.leo.org/forum/viewUnsolvedquery.php?idThread=444502&idForum=14&lang=de&lp=frde>, 01.01.2022
- leo.org, Italienisch: *focaccia*: <https://dict.leo.org/italienisch-deutsch/focaccia>, 30.01.2023
- leo.org, Portugiesisch: *ponto*: <https://dict.leo.org/portugiesisch-deutsch/ponto>, 30.01.2023
- leo.org, Spanisch: *el tour*: <https://dict.leo.org/spanisch-deutsch/tour>, 21.02.2022
- LfStat = Bayerisches Landesamt für Statistik, Statistik kommunal 2020, Kreisfreie Stadt Ansbach: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2020/09561.pdf, 13.08.2021
- LfStat, Statistik kommunal 2012, Kreisfreie Stadt Ingolstadt: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2019/09161.pdf, 24.08.2021
- LfStat, Statistik kommunal 2018, Große Kreisstadt Neuburg an der Donau: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2018/09185149.pdf, 07.08.2021
- LfStat, Statistik kommunal 2018, Große Kreisstadt Weißenburg i. Bay.: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2018/09577177.pdf, 06-08.2021
- LfStat, Statistik kommunal 2018, Stadt Miltenberg: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2018/09676139.pdf, 03.08.2021
- LfStat, Statistik kommunal 2018, Stadt Pappenheim: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2018/09577158.pdf, 01.08.2021
- LfStat, Statistik kommunal 2019, Gemeinde Solnhofen: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2019/09577168.pdf, 25.07.2021
- LfStat, Statistik kommunal 2019, Gemeinde Tagmersheim: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2019/09779217.pdf, 25.07.2021
- LfStat, Statistik kommunal 2019, Kreisfreie Stadt Ansbach: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2019/09561.pdf, 04.08.2021

- LfStat, Statistik kommunal 2019, Kreisfreie Stadt Nürnberg: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2019/09564.pdf, 25.08.2021
- LfStat, Statistik kommunal 2019, Markt Rennertshofen: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2019/09185153.pdf, 25.07.2021
- LfStat, Statistik kommunal 2019, Stadt Eichstätt: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2019/09176123.pdf, 04.08.2021
- LfStat, Statistik kommunal 2019: Markt Dollnstein: https://statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2019/09176121.pdf, 17.03.2022
- LfStat, Statistik kommunal 2020, Kreisfreie Stadt Aschaffenburg: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2020/09661.pdf, 13.08.2021
- LfU = Bayerisches Landesamt für Umwelt, Zwölf-Apostel-Felsen, online: https://www.lfu.bayern.de/geologie/bayerns_schoenste_geotope/62/index.htm, 25.07.2021
- Licht, Tino (2012): „Die älteste karolingische Minuskel“, in: *Mittellateinisches Jahrbuch. Internationale Zeitschrift für Mediävistik und Humanismusforschung* 2012, Heft 3, Band 47, S. 337-345
- Lindauer, Josef (1978): *Lateinische Wortkunde: Bildung, Bestand und Weiterleben des lateinischen Grundwortschatzes*, Bamberg: Buchner
- Linguee (o.J.): <https://www.linguee.de/deutsch-spanisch/search?source=auto&query=el+tour>, 21.02.2022
- Lintern@ute (2021): 22.11.2021 (alle S.)
Belfort: <https://www.linternaute.com/ville/belfort/ville-90010/demographie>
Lure: <https://www.linternaute.com/ville/lure/ville-70310/demographie>
Migrants (2015): <https://www.linternaute.com/actualite/societe/1247636-migrants-les-ville-qui-accueillent-le-plus-d-immigres-en-france/>
Mulhouse (o.J.): <https://www.linternaute.com/ville/mulhouse/ville-68224/demographie>,
- Liwest (2021), Steyr: <https://www.liwest.at/>, 29.11.2021
- LMU München = Ludwig-Maximilians-Universität München (2022): <https://www.lmu.de/de/index.html>, 21.02.2022
- Loi 101 = La Charte de la langue française, Légis Québec: <http://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/showdoc/cs/C-11>, 11.08.2020
- lomasport (o.J.), Weissenburg: <http://www.lomasport.de/>, 26.02.2022
- Longchamp (o.J.), Mulhouse: <https://www.longchamp.com/fr/fr/faq/>, 22.11.2021
- Lonpicman (21.11.2004): *File:RosettaStoneDetail.jpg*: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:RosettaStoneDetail.jpg>, 18.03.2021
- lpb Ba-Wü (Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg) (o.J.): <https://www.landeskunde-baden-wuerttemberg.de/regierungsbezirke-bw/>, 26.08.2021
- Lüdi, Georges (2007): „Basel: einsprachig und heteroglossisch“, in: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, 148 (4), S. 132-157
- Ludwig, Ralph/ Montbrand, Danièle/ Poulet, Hector/ Telchid, Sylviane (1990): *Dictionnaire Créole Français (Guadeloupe)*, o.O.: Severdit/ Éditions Jasor
- LUMARA (o.J.), Tagmersheim: <https://www.lumara.de/impressum>, 01.03.2022
- Lure, Homepage (2021): <http://www.lure.fr/>, 17.11.2021 (alle S.)
Geschichte: <http://www.lure.fr/histoire.htm>
Grußwort (des Bürgermeisters): <http://www.lure.fr/edito-du-maire.htm>
Localisation: <http://www.lure.fr/localisation.htm>
- LVR – Institut für Landeskunde und Regionalgeschichte (2021): *Rheinischer Fächer*: https://rheinische-landeskunde.lvr.de/de/sprache/wissensportal_neu/sprachkarten_1/dialektkarten_kopie/rheinischer_faecher.html, 09.04.2021
- M & C WOHNEN (o.J.), Aschaffenburg: <https://mc-wohnen.de/impressum/>, 16.02.2022
- M.T. Handyland (o.J.), Stuttgart: <http://mthandyland.de/impressum/>, 27.02.2019
- Maas, Utz (2014): *Was ist deutsch?*, München: Wilhelm Fink
- MacGregor, Laura (2003): „The language of shop signs in Tokyo“, in: *English today*, Bd. 19, Nr. 1 (2003), S. 18-23
- Mackensen, Lutz (1966): *Reclams Etymologisches Wörterbuch*, Stuttgart: Reclam
- madam & adam (2022), Hereford: <http://www.madamadamhereford.co.uk/>, 17.03.2022
- Mader, Felix (1924): *Die Kunstdenkmäler von Mittelfranken I, Stadt Eichstätt*, München: Oldenbourg, unveränderter Nachdruck 1981
- Main Genuss Laden (o.J.), Hanau: <https://www.kelterei-stier.de>, 16.09.2020
- Mangold, Peter-Michael (2011): *Schwäbisch schwätza*, online: <https://www.schwaebisch-schwaetza.de/impressum.php>, 13.12.2020

- Mannheim, Homepage (2021): <https://www.mannheim.de/de/stadtkarten>, 11.08.2021
- Marc O'Polo (2021), Aschaffenburg: (2021): <https://company.marc-o-polo.com/de/unternehmen/geschichte>, 04.12.2021
- MAREDO (2021), Frankfurt: <https://www.maredo.com/karriere/das-ist-maredo/>, 17.03.2022
- MARGRAF Tasserl (o.J.), Eichstätt: <https://de-de.facebook.com/B%C3%A4ckerei-Konditorei-Margraf-339269569523710>, 16.09.2020
- Markt Dollnstein, Homepage (2021): <https://www.dollnstein.de/>, 25.07.2021
- Markt Rennerthofen, Homepage (2021): <https://www.rennerthofen.de/>, 24.07.2021
- Marlborough, Homepage: <https://www.marlboroughwiltshire.co.uk/>, 22.11.2021 (alle S.)
- Geschichte* (o.J.): <https://www.marlboroughwiltshire.co.uk/marlboroughs-in-history.html>
- Stadtrat* (2021): <https://www.marlborough-tc.gov.uk/>
- Wappen*: <https://www.marlborough-tc.gov.uk/component/content/article/2-uncategorised/1239-coat-of-arms>
- Martinimarkt (o.J.): *Ausstellerliste*: <http://martinimarkt.akzente-veranstaltungen.de/markt/ausstellerliste/>, 03.12.2021
- Masai, Yasuo (1972): *Tōkyō no seikatsu chipu* [Lebendige Karte von Tokyo], Tokyo: Jiji Tsūshinsha
- Mastin, Luke (2011): „Early Modern English“, in: Mastin, Luke (2011): *The History of English*, online: http://www.thehistoryofenglish.com/history_early_modern.html, 03.03.2021
- Mathieu, Walter (08.06.2010): „Das Marken-Symbol...“, in: Mathieu, Ruth/ Mathieu, Walter/ Mathieu, Linus/ Mathieu, Konrad/ Herzner, Katharina/ Herzner, Flora/ Herzner, Maja (Hrsg.) (2021): *Fritz Rupprecht Matthieu *5.11.1925-†4.5.2010*, online: <http://www.fritz-rupprecht-mathieu.de/werkschau2/#comment-37>, 03.04.2021
- Mauger, Gaston (1957): *Cours de langue et de civilisation françaises IV: La France et ses écrivains*, Paris: Librairie Hachette
- Maurer, Friedrich (1972): *Südhessisches Wörterbuch, Band II E-G*, Marburg: Elwert
- mäxle, Stuttgart: keine Homepage
- Mayer's Bäck (o.J.), Aschaffenburg: <https://www.mayersbaeck.de/>, 16.09.2020
- McArthur, Tom (2000): „Interanto: The global language of signs“, in: *English today*, Bd. 16, Nr. 1 (Jan. 2000): S. 33-43
- Medek, Herbert (11.01.2012): *Stadtentwicklung Stuttgart – Von den Anfängen bis zur Gegenwart, Teil: 1928-2011*, Vortrag von Herbert Medek vom Amt für Stadtplanung und Stadterneuerung in Stuttgart, Video: <https://www.youtube.com/watch?v=1Jo0mqXMH0U&list=PLz-g7xh4AHHpt12mNz5bXFS1xYePnBQ-s&index=6>, 01.12.2021
- meinbezirk (18.09.2016): https://www.meinbezirk.at/imst/c-lokales/eroeffnung-des-cafie-ein-innovatives-ganzheitliches-gastronomiekonzept-bereichert-imst_a1866394, 15.03.2022
- Meinel, Richard (Hrsg.) (1978): *Stuttgart in alten Ansichtskarten. Band 2*, Frankfurt am Main: Flechsig Verlag
- Mende, Hans-Jürgen/ Müller, Karl-Heinz/ Nußmann, Gerald (1996): *Straßennamen von A bis Z: Lexikon der aktuellen Namen Berliner Straßen und Plätze in vier Bänden; nebst einem Anhang über die Brücken und Parkanlagen in Berlin und die Umbenennungen von Straßen und Plätzen seit November 1989*, Berlin: Ed. Luisenstadt
- Mensel, Luk van/ Vandenbrouke, Mieke/ Blackwood, Robert (2017): „Lingustic Landscapes“, in: García, Ofelia/ Flores, Nelson/ Spotti, Massimiliano (2017): *The Oxford handbook of language and society*, New York: Oxford University Press, S. 423-449
- mia. zwei, Ingolstadt: keine Homepage
- Michelin (Hrsg.) (2016): *Atlas routier et touristique FRANCE 2016*, Boulogne-Bilancourt: Michelin
- Michels, Hans/ Müller, Rudi (2011). *Dellbrücker Straßennamen und Bilder erzählen Geschichte*, Köln-Dellbrück: Heimat-Verein Köln-Dellbrück e.V.
- Mielke, Jahel (06.03.2013): „Camp David macht sich schick“, in: *Der Tagesspiegel*: <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/mode-aus-brandenburg-camp-david-macht-sich-schick/7882908.html>, 11.12.2021
- Mignot, Vincent (20.09.2016): „Comment l'Ecureuil est devenu l'emblème de la Caisse d'Épargne“, in: *MoneyVox*: <https://www.moneyvox.fr/banque/actualites/59812/comment-ecureuil-est-devenu-embleme-de-la-caisse-epargne>, 03.04.2021
- MIGROS (2021), Bülach: <https://faq.migros.ch/de/detail/wie-ist-der-name-migros-entstanden>, 12.12.2021
- Mikkel (13.05.2007): *Das Verbreitungsgebiet der deutschen und niederländischen Dialekte um 1910*: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Deutsche_Dialekte_1910.png, 09.04.2021

- Mill, John Stuart (Autor)/ Schiel, Jacob (Übersetzer) (³1868): *System der deductiven und inductiven Logik*, Band 2, Braunschweig: Vieweg
- Miller, Max/ Taddey, Gerhard (1980): *Baden-Württemberg*, Reihe: Handbuch der historischen Stätten Deutschlands, Stuttgart: Kröner
- Miltenberg, Homepage (2021): <https://www.miltenberg.de/>, 03.08.2021 (alle S.)
Geschichte: <https://www.miltenberg.de/miltenberg/stadtgeschichte/geschichte-in-stichworten/>
Tourismus: <https://www.miltenberg.de/freizeit-tourismus/tourismus/>
- MISE AU GREEN (2019), Lure: <https://www.mise-au-green.com/>, 19.01.2021
- Mitschke, Anja (2015): „Le paysage linguistique de la Place Émil Chanoux à Aoste: miroir du multilinguisme valdôtain?“, in: *Nouvelles du Centre d'Études Francoprovençales René Willien*, Bd. 72 (2015): S. 77-102
- Monheim (2021): Bürgerbus: <https://www.monheim-bayern.de/buergerbus/>, 02.12.2021
- Monnier, Daniel (1986): *La perception de la situation linguistique par les Québécois*, Québec, Conseil de la langue française
- Montaigne, Michel de (1828): *Essais de Michel de Montaigne*, Paris: Hector Bossange: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k6382240z/f362.item>, 1.03.2022
- Morgan (2021), Basel: https://www.morgandeto.com/en_DE/our-brand-morgan, 01.01.2022
- Mossé, Ferdinand (Autor)/ Pilch, Herbert/ Sievert, Ursula (Übersetzer) (1973): *Mittelenglische Kurzgrammatik: Lautlehre – Formenlehre – Syntax*, München: Hueber
- moviepilot: *James Bond 007 – Lizenz zum Töten*: <https://www.moviepilot.de/movies/lizenz-zum-toeten>, 26.02.2022
- MPPreis (o.J.), Imst: <https://www.mpreis.at/sp/presse/22-jaenner-2021-therese-moelk-pionierin-der-nahversorgung>, 28.02.2022
- MUJI (o.J.), Frankfurt: <http://www.muji.com/de/about/>, 07.02.2022
- Mulhouse, Homepage (o.J.): <https://mulhouse.fr>, 21.11.2021 (alle S.)
Geschichte: <https://www.mulhouse.fr/decouvrir/patrimoine/histoire-de-la-ville/>
Tourismus: <https://www.mulhouse.fr/decouvrir/tourisme/se-rendre-a-mulhouse/>
- Muller-Ott (o.J.), Mulhouse: <https://www.muller-ott.fr/>, 30.05.2021
- München (2021), Homepage: <https://stadt.muenchen.de/>, 12.12.2021 (alle S.)
Bevölkerungsstatistik: <https://stadt.muenchen.de/infos/statistik-bevoelkerung.html>
Geschichte: <https://stadt.muenchen.de/infos/stadtgeschichte.html>
München in Zahlen: <https://www.muenchen.de/sehenswuerdigkeiten/muenchen-in-zahlen.html>
- Muret-Sanders *enzyklopädisches englisch-deutsches und deutsch-englisches Wörterbuch* [1908], Berlin-Schöneberg: Langenscheidtsche Verlagsbuchhandlung
- Musig Ott (2020): *Die Schwyzerörgeli Geschichte*: <https://ott-oergeli.ch/die-schwyzeroergeli-geschichte/>, 11.04.2021
- Mutschlechner, Martin (2021): *Angelo Soliman*: <https://www.habsburger.net/de/kapitel/angelo-soliman>, 29.11.2021
- N|3 (o.J.), Ingolstadt: <https://n3ingolstadt.jimdofree.com/about-us/>, 10.12.2021
- Nadel, Elizabeth/ Fishman, Joshua A.: „English in Israel: A Sociolinguistic Study“, in: Fishman, Joshua A./ Cooper, Robert/ Conrad, Andrew W. (1977): *The spread of English: the sociology of English as an additional language*, Rowley, Mass.: Newbury House, S. 137-167
- Nadler, Markus (09.06.2009): „Pfalz-Neuburg, Herzogtum: Territorium und Verwaltung“, in: *Historisches Lexikon Bayerns*, online: https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Pfalz-Neuburg,_Herzogtum:_Territorium_und_Verwaltung, 24.07.2021
- Nathan, Joan (02.08.2012): „Ice Cream’s Jewish Innovators“, in: *Tablet Magazine*, online: <https://www.tabletmag.com/sections/food/articles/ice-creams-jewish-innovators>, 11.12.2021
- Naturpark Altmühltal(2021): <https://www.naturpark-altmuehltal.de/>, 23.07.2021
- Neuburg an der Donau, Homepage (2021): <https://www.neuburg-donau.de/>, 11.08.2021
- neuburg.com (o.J.): *Firmen*: <https://neuburg.com/Firmen/Tres-Chic>, 23.03.2019
- Neuburger Schlossfest (o.J.): <https://www.schlossfest.de/>, 02.02.2023
- Neuhaus, Stefan (⁵2017): *Grundriss der Literaturwissenschaft*, Tübingen: Francke
- NGV (= Naumann & Göbel Verlagsgesellschaft mbH) (2015): *Neuer Straßenatlas Deutschland/ Europa*, Köln: Naumann & Göbel

Nocibé (o.J.), Lure: <https://www.nocibe.fr/ph-fragrances-parfum-tubereuse-ylang-de-pashmina-parfum-vaporisateur-15-ml-s246190>, 19.03.2023

Norma (2022), Eichstätt: <https://www.norma-online.de/de/unternehmen/ueber-norma>, 22.04.2018

Northdata (o.J.): *HAP Baurträger & Handels GmbH*: <https://www.northdata.de/HAP+Baurtr%C3%A4ger+%26+Handels+GmbH,+Liederbach/Amtsgericht+Frankfurt+am+Main+HRB+104519>, 16.02.2022

FS EXCLUSIVE CARS: <https://www.northdata.de/Exclusive+Cars+FS+GmbH,+Eichst%C3%A4tt/Amtsgericht+Ingolstadt+HRB+8290>, 18.02.2022

Oaktown Office: <https://www.northdata.de/Oaktown+Office+Coworking+Space+GmbH,+Eichst%C3%A4tt/Amtsgericht+Ingolstadt+HRB+9623>, 12.09.2023

Nottingham, Homepage: <https://www.nottinghamcity.gov.uk/>, 26.11.2021 (alle S.)

Wappen: <https://www.nottinghamcity.gov.uk/your-council/about-the-council/nottingham-council-house/the-coat-of-arms>

Novassur (2021), Belfort: <https://www.novassur.fr/>, 21.11.2021

Nürnberg, Homepage (2021): <https://www.nuernberg.de/internet/>, 25.08.2021

Nzuki, Jessy (15.02.2019): „Im ‚Hörnli‘ wird endlich wieder serviert“, in: *Tagblatt Ostschweiz*: <https://www.tagblatt.ch/ostschweiz/stgallen/im-hornli-wird-endlich-serviert-ld.1094485>, 14.09.2020

OALD = *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English* (82010), Oxford: Oxford University Press

OBI, Eichstätt, Geschichte (2018): <http://www.obicompany.de/Unternehmen/Historie/index.html>, 22.04.2018

ODDO SEYDLER (o.J.), Frankfurt: <https://www.oddo-bhf.com/de/pd/1350/QuiSommesNous/1378/uber-uns>, 18.02.2022

OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (2000): *Literacy in the Information Age: Final Report of the International Adult Literacy Survey*: <https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/41529765.pdf>, 01.04.2021

OED = The Oxford English Dictionary (2023), online: <https://www.oed.com/search/dictionary>, 21.07.2023

Office de Tourisme des 1000 étangs (o.J.): *Échappée des 1000 Étangs*: <https://www.les1000etangs.com/>, 07.01.2022

Olsen, Kenna L. (2017): „Abandon the Grapheme? The Study of Middle English Manuscript Texts and Why the Concept ‚Grapheme‘ is Not a Promising Start“, in: Waxenberger, Gaby/Sauer, Hans/ Kazzazi, Kerstin (Hrsg.) (2017): *Von den Hieroglyphen zur Internetsprache: Das Verhältnis von Laut, Schrift und Sprache*, Wiesbaden: Reichert, S. 127-136

OMV (2022), Eichstätt: <https://www.omv.com/de/blog/60-jahre-und-kein-bisschen-leise-omv-bewegte-geschichte>, 08.01.2022

Online-Wörterbuch Wortbedeutung, *heilig*: <https://www.wortbedeutung.info/heilig/>, 19.03.2021

Onoldia (o.J.), Weißenburg: <https://www.onoldia.com/firmenprofil.html>, 05.11.2020

onygo (2010): *Was soll dieses ONYGO sein?*, online: <https://onygo.org/blog/was-soll-dieses-onygo-sein/>, 11.12.2021

OR (Obligationsrecht, Schweiz), online: <https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19110009/index.html#a772>, 01.11.2020

Ordination Stefan Reisinger (o.J.), Imst: <https://www.allgemeinmedizin-imst.at/>, 11.04.2021

Orientteppiche Hadi (o.J.), Aschaffenburg: <http://www.orientteppiche-hadi.de>, 31.01.2019

original fränkische Wurst-Spezialitäten im fränkischen Wurst-Häus'le (o.J.), München: <https://www.mux.de/Frankenhaeusl>, 16.09.2020

Österreichische Apothekerkammer (o.J.): <https://www.apothekerkammer.at/>, 03.04.2021

Österreichisch-ungarische Buchdrucker-Zeitung (27.06.1901), S. 322: <https://anno.onb.ac.at/cgi-content/anno?apm=0&aid=buz&datum=19010627&seite=6>, 22.01.2022

Outfittery (2023): <https://magazine.outfittery.de/kreativ-frei-unabhaengig-mit-tom-tailor/>, 13.07.2023

Paderborn, Homepage (o.J.): <https://www.paderborn.de/rathaus-service/>, 08.09.2021

Paderborn, Homepage (o.J.): Stadtportrait: <https://www.paderborn.de/rathaus-service/stadtportrait/index.php>, 24.01.2023

Paderborn, Homepage (o.J.): Statistisches Jahrbuch 2020: <https://www.paderborn.de/rathaus-service/stadtportrait/statistisches-jahrbuch.php.media/197504/Statistisches-Jahrbuch-Paderborn-2020.pdf>, 24.01.2023

pagesjaunes, T.N.I. (o.J.): <https://www.pagesjaunes.fr/pros/01626750>, 01.03.2022

PAGRODISKONT, Steyr (2021): About us: <https://www.pagro.at/service/about-us/>, 29.11.2021

- pano (2021), Aschaffenburg: <http://www.pano.coop/#ueber-uns>, 04.12.2021
- Papen, Uta (2012): „Commercial discourses, gentrification and citizens‘ protest: the linguistic landscape of Prenzlauer Berg, Berlin“, in: *Journal of sociolinguistics*, Bd. 16 (2012), H. 1, S. 56-80
- Pappenhagen, Ruth/ Redder, Angelika/ Scarvaglieri, Claudia (2013): „Hamburgs mehrsprachige Praxis im öffentlichen Raum- sichtbar und hörbar“, in: Griebhaber, Wilhelm/ Rehbein, Jochen (Hrsg.) (2013): *Mehrsprachige Kommunikation in der Stadt: Das Beispiel Hamburg*, Münster: Waxmann, S. 127-160
- Paul, Hermann (²⁵2007): *Mittelhochdeutsche Grammatik*, Tübingen: Niemeyer
- Paul, Hermann (⁵1920, ¹1880): *Prinzipien der Sprachgeschichte*, Halle/ Saale: Niemeyer
- Pavlenko, Aneta (2010): „Linguistic Landscape of Kyiv, Ukraine: A Diachronic Study“ in Shohamy, Elana/ Ben-Rafael. Eliezer/ Barni, Monica (2010): *Linguistic Landscape in the City*, Bristol: Multilingual Matters, S. 133-150
- pepperworld (2015): Piri piri: <https://pepperworld.com/piri-piri-pikantes-aus-portugal-teil-1/>, 27.11.2021
- Perle, Petra (10.12.2016): „Minga? Niemals! Ein Münchner Original erklärt, wie man die Hauptstadt nie nennen sollte“, in: *Abendzeitung* (10.12.2016): <https://www.abendzeitung-muenchen.de/muenchen/minga-niemals-ein-muenchner-original-erklaert-wie-man-die-landeshauptstadt-nie-nennen-sollte-art-373820>, 24.05.2021
- Petkova, Marina (2017): „Linguistic landscapes in der Innerschweiz: Dialekt, Toponyme und heraldische Zeichen als Ausdruck von Raumzugehörigkeit“, in: Hundt; Markus/ Purschke, Christoph/ Ziegler, Evelyn (Hrsg.): *Sektionsband zum IGDD-Kongress 2015, Linguistik online*, 85, 6/ 2017, S. 153-180
- Pfister, Doris (2008): *Donauwörth: Der ehemalige Landkreis*, Reihe: Historischer Atlas von Bayern, Teil Schwaben, Reihe I, Heft 17, München: Kommission für bayerische Landesgeschichte bei der Bayerischen Akademie der Wissenschaften
- Pharmasuisse (o.J.): <https://www.pharmasuisse.org/de/>, 03.04.2021
- Pia rennt (2021), München: <https://pia-rennt.de/impressum/>, 11.12.2021
- Pixabay: *Hieroglyphen* (Foto), online: <https://pixabay.com/de/photos/%C3%A4gypten-luxor-karnak-hieroglyphen-489/>, 30.10.2020
- Rosettastein* (Foto): <https://pixabay.com/de/images/search/rosetta%20stein/>, 18.03.2021
- Pkz (2023): <https://www.pkz.ch/DE/paulkehl>, 20.07.2023
- Plaka (o.J.), Weißenburg: <https://www.weissenburg.de/gastronomie/plaka-1604/>, 03.12.2021
- Planta, Robert von (1892): *Grammatik der oskisch-umbrischen Dialekte, Erster Band: Einleitung und Lautlehre*, Strassburg: Verlag von Karl J. Trübner
- Pompeii (05.01.2021): *Lungo le strade di Pompei: La Fullonica*, Video: <http://pompeii.org/en/pompeii-map/analysis/along-the-streets-of-pompeii/>, 30.03.2021
- Pons (2006): *Großwörterbuch Französisch*, Stuttgart: Klett
- Ponte Vecchio (o.J.), Hereford: <https://www.pontevecchiohereford.co.uk/>, 24.11.2021
- Primus, Beatrice (2007): „Die Buchstaben unseres Alphabets“, in: Boschung, Dietrich/ Hellenkemper, Hansgerd (Hrsg.): *Kosmos der Zeichen: Schriftbild und Bildformel in Antike und Mittelalter*; Begleitbuch zur Ausstellung des Lehr- und Forschungszentrums für die antiken Kulturen des Mittelmeerraumes der Universität zu Köln und des Römisch-Germanischen Museums der Stadt Köln [26. Juni bis 30. September 2007], Wiesbaden: Reichert
- Privatarchiv R(udolf) Hager, Eichstätt
- pro-heraldica: Deutsche Gesellschaft für Heraldik und Genealogie mbH (Hrsg.) (2011): *Das Wappen Stuttgart – Wappen deutscher Städte*: <https://pro-heraldica.de/wappen-stuttgart/>, 06.09.2021
- Psyhyrembel: Klinisches Wörterbuch* (²⁵³1977), Berlin: de Gruyter
- Psyhyrembel: Klinisches Wörterbuch* (²⁶⁸2020), Berlin: de Gruyter
- Quarks & Co. (13.06.2017): Schuhtick, online: <https://www1.wdr.de/mediathek/video/sendungen/quarks-und-co/video-schuhtick-102.html>, 26.02.2022
- Rabold, Daniela (29.07.2014): *Labels to Watch: Wer steckt hinter dem Label ‚Liebeskind – Berlin‘?*, online: <https://www.withdaniela.com/2014/07/29/labels-to-watch-wer-steckt-hinter-dem-label-liebeskind-berlin/>, 11.12.2021
- radio-weblogs (2006): *The Concise and Correct Explanation of the Starbucks Naming Myth*: <http://radio-weblogs.com/0118865/stories/2004/08/03/theConciseAndCorrectExplanationOfTheStarbucksNamingMyth.html>, 20.02.2022

- Raumer, Rudolf von (1863): *Gesammelte sprachwissenschaftliche Schriften*, Erlangen: Heyer & Zimmer
- REALITÄTEN KANZLEI SILBER (o.J.), Salzburg: <https://www.grawe-immobiliengruppe.at/kanzlei-silber/>, 11.04.2021
- Reershemius, Gertrud (2011): „Reconstructing the past? Low German and the creating of regional identity in public language display“, in: *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 32, 1; Colchester: Routledge, S. 33-54
- Regierung von Mittelfranken (14.05.2020): <https://www.regierung.mittelfranken.bayern.de/meta/impressum/index.html>, 05.11.2020
- Reibold, Janina (2010): „Verbot der Frakturschriften durch die Nationalsozialisten“, in: Babeloltzki, Gregor et al. (Hrsg.): *Unimut. Zeitschrift an der Uni Heidelberg*, Nr. 206, 7. Juli 2010, S. [16]
- Reicke, Emil (1896): *Geschichte der Reichsstadt Nürnberg von dem ersten urkundlichen Nachweis ihres Bestehens bis zu ihrem Uebergang an das Königreich Bayern (1806)*, Nürnberg: Verlag der Joh. Phil. Raw'schen Verlagsbuchhandlung
- Reis, Helmut (²2000): *Brauer und Wirte in Eichstätt vom 16. Jahrhundert bis zur Gegenwart*, unveröffentlichtes Manuskript, Diözesanarchiv Eichstätt
- Reith, Antonius (2017): *Stadt und Altlandkreis Eichstätt, Reihe: Historisches Ortsnamenbuch von Bayern, Band 8*, München: Kommission für bayerisches Landesgeschichte
- Rembrandt (1635): *Das Gastmahl des Belsazar*, online: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Belshazzar%E2%80%99s_feast,_by_Rembrandt.jpg, 18.03.2021
- Resch & Frisch (2022), Salzburg: <https://www.resch-frisch.com/ueber-uns/geschichte/>, 28.02.2022
- Restaurant Bar maletter (o.J.), Eichstätt: <http://www.maletter.de/>, 16.09.2020
- RESTAURANT CAFÉ im PARADEIS (o.J.), Eichstätt: <http://cafeparadeis.de/>, 16.09.2020
- RESTAURANT CAFÉ Marktstüble (o.J.), Stuttgart: <http://www.marktstueble-stuttgart.de/>, 16.09.2020
- Restaurant.ch (2023): <https://www.restaurant.ch/de/St+Gallen/Philosophia+Cafe+Spisertoerli/41702/portrait.htm>, 22.07.2023
- REWE, *Geschichte 1927* (o.J.): <https://www.rewe-group.com/de/unternehmen/unternehmensgeschichte/index.html#!/chapter/1927>, 28.05.2021
- Rheinland-Pfalz online: <https://rp-online.de/thema/musikantenstadl/>, 29.05.2020
- Röder, Peter (1996): *Französische Phonetik und Phonologie*, Erlangen: Palm & Enke
- Roelke, Thorsten (2009): *Geschichte der deutschen Sprache*, München: C. H. Beck
- Rohrer, Christian: *Die Wortzusammensetzung im modernen Französisch*, Tübingen: Narr
- Römer Bembel (o.J.), Frankfurt: <http://www.roemer-bembel.de>, 16.09.2020
- Ronneberger-Sibold, Elke (2008) „Historische Schreibungen in der neuhochdeutschen Orthographie“ (Teil 2 der Vorlesung), in: Ronneberger-Sibold, Elke (2008): *Vorlesung: Deutsche Sprachgeschichte SS 2008*, KU Eichstätt, Powerpointpräsentationen
- Rosenbaum, Yehudit/ Nadel, Elizabeth/ Cooper, Robert L./ Fishman, Joshua A.: „English on Keren Kayemet Street“, in: Fishman, Joshua A./ Cooper, Robert/ Conrad, Andrew W. (1977): *The spread of English: the sociology of English as an additional language*, Rowley, Mass.: Newbury House, S. 179-194
- Roser, Max/ Ortiz-Ospina, Esteban (20.09.2018): „Literacy“, in: *Our world in data*: <https://ourworldindata.org/literacy>, 01.04.2021
- Ross, Nigel (1997): „Signs of International English“, in: *English today*. Bd. 13, Nr. 2 (April 1997), S. 29-33
- RTL NEWS (2022): *Namensbedeutung Mercedes*, online: <https://www.rtl.de/tools/vornamenlexikon/name/bedeutung/vorname-mercedes-539/>, 18.02.2022
- S.Oliver (2021), Weißenburg: <https://soliver-group.com/de/soliver-group/unternehmensgeschichte/>, 03.12.2021
- s'Zuckerl, Ingolstadt: keine Homepage
- Sailko (01.08.2016): *File:Cippo perugino, con iscrizione in lingua etrusca su un atto giuridico tra le famiglie dei velthina e degli afuna, 02.jpg*, Ausschnitt: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cippo_perugino,_con_iscrizione_in_lingua_etrusca_su_un_atto_giuridico_tra_le_famiglie_dei_velthina_e_degli_afuna,_02.jpg, 30.03.2021
- Sakura (2019), Stuttgart: <https://sakura-stuttgart.de/kontakt.htm>, 28.02.2019
- Sante, Georg Wilhelm (1976): *Hessen, Reihe: Handbuch der historischen Stätten Deutschlands*, Stuttgart: Kröner
- Sauer, Hans/ Majewski, Kerstin (2020): *My First Door to English Linguistics: A Short Companion to the Study of English*, Tübingen: Stauffenberg

- Schaffarik, Paul Joseph (1826): *Geschichte der slawischen Sprache und Literatur*, Ofen [Budapest]: Kön. ung. Universitäts-Schriften
- SCHANZER RUTSCHN (o.J.), Ingolstadt: <http://schanzer-rutschn.de>, 16.09.2020
- Scheuerer, Kurt (o.J.): „Weshalb nennt man die Ingolstädter auch Schanzer?“, in: *Ingolstadt.de/stadtmuseum*: <https://www.ingolstadt.de/stadtmuseum/scheuerer/museum/fragen02.htm>, 27.05.2021
- Schick, Magdalena (2000): *Enhalb der Pruck, Jenseits der Brücke: Siedlungs- und Sozialgeschichte der Spitalvorstadt Eichstätt*, Eichstätt: Historischer Verein Eichstätt
- Schieweck-Mauk, Siegfried (2008): *50 Jahre KDSStV Alcimonia zu Eichstätt*, Eichstätt: KDSStV Alcimonia
- Schieweck-Mauk, Siegfried (August 2002): *Fotografien aus Irland*, unveröffentlichter Privatbesitz
- Schiller, Friedrich (1799): *Wallensteins Tod*, 3. Aufzug, 15. Auftritt: <https://www.friedrich-schiller-archiv.de/wallenstein-text/3-aufzug-15-auftritt/>, 01.08.2021
- Schläpfer, Robert (Hrsg.) (1982): *Die viersprachige Schweiz*, Zürich: Benziger
- Schläpfer, Robert/ Bickel Hans (Hrsg.) (2000): *Die viersprachige Schweiz*, Aarau: Sauerländer
- Schlick, Maria (2002a): „The English of shop signs in Europe: A case study of foreign and especially English influence on the language of shop signs and shop windows in three European cities“, in: *English today* 70, Bd. 18, Nr. 3 (April 2002): S. 3-7
- Schlick, Maria (2002b): *Babel or Global Village?: The Proportion of Anglicisms and the Influence of Other Foreign Languages in Eight European Shopping Areas*, Diplomarbeit zur Erlangung des akademischen Grades Magistra der Philosophie, Universität Klagenfurt: Fakultät für Kulturwissenschaften, online: <https://netlibrary.aau.at/obvuklhs/content/titleinfo/2409327>, 31.03.2019
- Schlick, Maria (2003): „The English of shop signs in Europe: A case study of the language in the store fronts of eight town centres“, in: *English today* 73, Bd. 19, Nr. 1 (Jan. 2003): S. 3-17
- Schloss Tagmersheim, Homepage (o.J.): <https://www.tagmersheim-polo.com/>, 23.07.2021
- Schluggstube (o.J.), Basel: <http://schluggstube.ch/>, 14.09.2020
- Schmid, Hans Ulrich (2012): *Bairisch: Das Wichtigste in Kürze*, München: Beck
- Schmitt, Holger (2018): *Language in the Public Space. An Introduction to the Linguistic Landscape*, o.O.: [Eigenverlag]
- Schmitthenner, Friedrich (1824): *Die Lehre von der Satzzeichnung oder Interpunktion in der deutschen Sprache*, Frankfurt am Main: Verlag der Hermannschen Buchhandlung
- Schmitthenner, Friedrich (1834): *Deutsches Wörterbuch für Etymologie, Synonymik und Orthographie*, Darmstadt: Verlag von Friedrich Metz
- Schmitz-Reiners, Marion (Dez. 2007): „Die belgische Krise oder: Ein zerrissenes Land“, in: Friedrich-Ebert-Stiftung Brüssel (Hrsg.): *Thema aus Brüssel*: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/bruessel/05054.pdf>, 31.08.2020
- Schmuckrausch (o.J.), München: <https://www.schmuckrausch.de/>, 08.03.2021
- Schneider, Torsten (o.J.): „Hessisch Wörterbuch“, in: Dein-Rhein-Mail.de: <https://www.dein-rhein-main.de/themen/woerterbuch-hessisch-hochdeutsch/d.html>, 03.06.2021
- SCHNELLETS BACKSTUB'N CAFÉ (o.J.), Eichstätt, Hompaie: <http://www.schnellers-backstubn.de/>, 16.09.2020
- Fotogalerie*: https://www.schnellers-backstubn.de/ueber_uns/, 03.01.2022
- Schoell, Friedrich (1828): *Geschichte der griechischen Litteratur, von der frühesten mythischen Zeit bis zur Einnahme Constantinopels durch die Türken*, Berlin: Duncker und Humblot
- Schröder, Paul (1869): *Die Phönizische Sprache. Entwurf einer Grammatik*, Halle: Verlag der Buchhandlung des Waisenhauses
- Schroeder, Klaus-Henning (1996): *Geschichte der französischen Sprache im Überblick*, Bonn: Romanistischer Verlag
- SCHUHBECK^SSCHMANKERL SHOP (o.J.), München: <https://www.muenchen.de/shopping/orte/1265318.html>, 16.09.2020
- Schuhkay (o.J.), Paderborn: <https://www.schuhkay.de/historie-schuhkay>, 11.12.2021
- Schunk, Gunther (2020): *Von Adler bis Zauberberg: Eine kleine Geschichte der Gasthausnamen in Mainfranken*, Würzburg: Königshausen und Neumann
- Schurich, Frank-Rainer/ Stappenbeck, Christian (2016): *Kuriose Funde einer Wortschatzsuche*, Berlin: Dr. Köster
- Schwalbe, B. (1887): *Griechisches Elementarbuch. Grundzüge des Griechischen zur Einführung in das Verständnis der aus dem Griechischen stammenden Fremdwörter*, Berlin: Georg Reimer
- Schweiz.org, Kantone: <https://www.switzerland.org/schweiz/kantone/index.de>, 07.01.2021

- Schweizerdeutsch-lernen.ch (2021): „Die spannende Entwicklung des Schweizerdeutschen“, in *Schweizerdeutsch-lernen.ch*: <https://www.schweizerdeutsch-lernen.ch/blog/die-spannen-de-entwicklung-des-schweizerdeutschen/>, 07.01.2021
- Schweizerische Eidgenossenschaft, Bundesamt für Statistik (Hrsg.) (2016): „Die 4 Sprachgebiete der Schweiz nach Gemeinden, 2016“, in: *Statistischer Atlas der Schweiz*, Neuchâtel, online: https://www.atlas.bfs.admin.ch/maps/13/de/12474_3175_235_227/20584.html, 13.08.2020
- Scollon, Ron/ Wong-Scollon, Suzie (2003): *Discourses in place. Language in the material world*, London: Routledge
- Scomadi, Steyr: *About* (2021): <http://www.scomadi.com/about/the-scomadi-story/>, 29.11.2021
- Seun (o.J.), Weißenburg: <https://www.seun-jewellery.com/>, 18.04.2019
- Shakespeare, William (1995): *Romeo and Juliet*: http://shakespeare.mit.edu/romeo_juliet/full.html, 30.10.2020
- shiatsu & facial harmony (o.J.), Bülach: <https://www.shiatsu-facialharmony.ch/index.php/shiatsu.html>, 12.12.2021
- Shinjuku (2017): http://www.foreign.city.shinjuku.lg.jp/en/aramashi/aramashi_1/, 04.08.2020
- Shohamy, Elana/ Gorter, Durk (2009): „Introduction“, in: Shohamy, Elana/ Gorter, Durk (Hrsg.) (2009): *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, London: Routledge, S. 1-10
- Simon, Gunhild (2008): „Sprachsplitter, Kapitel 11: Komposita – zusammengesetzte Wörter – aus Verben und Substantive, die neue Wörter ergeben“, in: *institut 1 – Magazin für Sprache, Literatur und Rhetorik*, 15.03.2008
- SINGLSPIELERHAUS (2019), München: <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchner-strassen-sendlinger-strasse-schuhe-kitsch-und-ein-promi-friseur-1.1137184-14>, 12.03.2019
- skechers (2022), Hanau: <https://www.skechers.com/de-de/>, 21.02.2022
- Smalley, William A. (1994): *Linguistic diversity and national unity: Language ecology in Thailand*, Chicago, Il.: University of Chicago Press
- Societe.com (o.J.): *Madame Sylvie N'Goran*: <https://www.societe.com/societe/madame-sylvie-n-goran-790808851.html>, 23.02.2023
- Spandl, Peter G. (05.12.2013): „Fränggisch Werdderbuch (Wörterbuch „Fränkisch-Deutsch“), in: Spandl, Peter (2009-2020): *Aus meinem Kochtopf*, online: <https://aus-meinem-kochtopf.de/fraenggisch-werdderbuch-woerterbuch-fraenkisch-deutsch/>, 21.09.2020
- Spar (o.J.), Salzburg: <https://spar-international.com/aboutus/history/>, 15.03.2022
- Sparda-Bank (o.J.), Nürnberg: <https://www.sparda-m.de/genossenschaftsbank-geschichte/>, 10.12.2021
- speisekarte.de (o.J.): <https://www.speisekarte.de/paderborn/restaurant/kampus>, 22.03.2022
- Sperling, Katrin (19.02.2021): „Hessisch – Ist Goethes Heimatdialekt eine ausgestorbene Mundart?“, in: *Babbel Magazin* (2021): <https://de.babbel.com/de/magazine/hessisch>, 03.06.2021
- Spiegato (2022): <https://spiegato.com/de/was-ist-ein-cornish-pasty>, 17.03.2022
- Spiegel Politik (03.11.1959): *Die Brücke am Regen*, online: <https://www.spiegel.de/politik/die-bruecke-am-regen-a-065cb554-0002-0001-0000-000032333115?context=issue>, 26.02.2022
- Spiegel Wirtschaft (21.09.2009): *Citibank heißt künftig Targobank*: <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/neuer-kunstname-citibank-heisst-kuenftig-targobank-a-650418.html>, 11.12.2021
- Spiegel, Friedrich von (1881): *Die altpersischen Keilinschriften*: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:BehistunInscriptionSketch.jpg>, 18.03.2021
- Spolsky, Bernard/ Cooper, Robert L (1991): *The languages of Jerusalem*, Oxford: Clarendon Press
- SSB = Stuttgarter Straßenbahnen AG (o.J.): *Mit der Pferdebahn begann es*: <https://www.ssb-ag.de/unternehmen/geschichte/>, 06.09.2021
- SSG-Solnhofen: <https://sbg-solnhofen.de/>, 09.07.2023
- Stadt Ansbach (o.J.): <https://www.ansbach.de/B%C3%BCrger/Rathaus-Service/Stadtportrait/Historisches>, 05.11.2021
- Stadt Bülach, Homepage (2021): <https://www.buelach.ch/>, 13.11.2021 (alle S.)
- Geschichte* (2021): <https://www.buelach.ch/buelach/ueber-buelach/geschlechterathaus>
- Ortsplan* (2021): <https://www.geoglat.ch/buelach/BM3.asp>
- Statistik* (2021): <https://www.buelach.ch/buelach/ueber-buelach/buelach-in-zahlen>

- Stadt Esslingen am Neckar (26.01.2017): *Frag den OB: Schreibweise Esslingen/ Eßlingen*: <https://frag-den-ob.esslingen.de/dito/explore?action=basearticleshow&id=911&>, 29.03.2021
- Stadt Frankfurt am Main (o.J.): „Freßgass“, in: Stadt Frankfurt (2021, Tourismus und KongressGmbH): *Frankfurt-Tourismus*: <https://www.frankfurt-tourismus.de/Media/Attraktionen/Shopping/Fressgass#/article/72005a3e-e316-47f9-93b7-d79008594131>, 03.06.2021
- Stadt Frankfurt am Main, Homepage (o.J.): <https://frankfurt.de/>, 19.09.2021
- Stadt Hanau (2020): <https://www.hanau.de/>, 15.08.2021
- Geschichte (2022): <https://www.hanau.de/stadtentwicklung/geschichte/geschichtsdaten/index.html>, 17.03.2022
- Statistik (2022): <https://www.hanau.de/stadtentwicklung/statistik/index.html>, 17.03.2022
- Wappen (2022): <https://www.hanau.de/stadtentwicklung/geschichte/wappen/index.html>, 17.03.2022
- Stadt Imst, Homepage (2021): <http://www.imst.tirol.gv.at/>, 10.11.2021 (alle S.)
- Bergbahnen*: http://www.imst.tirol.gv.at/Einrichtungen/Infrastruktur/Imster_Bergbahnen
- Geschichte*: http://www.imst.tirol.gv.at/Meine_Stadt/Wissenswertes/Geschichte_-_Entwicklung
- Ortsplan*: http://www.imst.tirol.gv.at/Meine_Stadt/Medien/Digitaler_Ortsplan
- Statistik*: <https://www.statistik.at/blickgem/gemDetail.do?gemnr=70203>
- Stadt Ingolstadt, Homepage (2021): <https://www.ingolstadt.de/>, 24.08.2021
- Stadt Pappenheim (2021), Homepage: <https://pappenheim.de/stadt-ortsteile/unsere-stadt/stadtgeschichte/>, 01.08.2021
- Stadt Salzburg, Homepage (2021): <https://www.stadt-salzburg.at/home/>, 12.11.2021 (alle S.)
- Statistik: <https://www.stadt-salzburg.at/statistik-bevoelkerung/>
- Stadt St. Gallen, Homepage (2021): <https://www.stadt.sg.ch/>, 14.11.2021 (alle S.)
- Freizeit/ Tourismus*: <https://www.stadt.sg.ch/home/freizeit-tourismus/tourist-informationen-anreise-unterkunft.html>
- Statistik* (2021): <https://www.stadt.sg.ch/home/verwaltung-politik/stadt-zahlen/statistik-datenbanken.html>
- Stadt Steyr, Homepage (2021): <https://www.steyr.at/system/web/startseite.aspx?fileid=1078566>, 12.11.2021 (alle S.)
- Geschichte*: https://www.steyr.gv.at/BUeRGERSERVICE/STADT_STEYR_Daten_Geschichte/Geschichte_der_Stadt_Steyr
- Statistik* (2021): <https://www.statistik.at/blickgem/gemDetail.do?gemnr=40201>
- stadtbesen! (o.J.), Stuttgart: <https://stadtbesen.com/>, 16.09.2020
- Stadtplan Steyr (o.J.): <https://www.unser-stadtplan.at/Stadtplan/Steyr/map/Stadtplan-Steyr.map>, 29.11.2021
- Statistik.Hessen (o.J.): https://statistik.hessen.de/sites/statistik.hessen.de/files/AI6_j20.pdf, 15.08.2021
- Statistik-BW = Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Hrsg.): *Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg*, Heft 3/2014: https://www.statistik-bw.de/Service/Veroeff/Monatshefte/PDF/Beitrag14_03_02.pdf, 06.09.2021
- Stefansbäck (o.J.), Stuttgart: <http://www.stefansbaeck.de/baekereifilialen>, 27.02.2019
- Steffens, Franz (²1929): *Lateinische Paläographie*, Berlin: De Gruyter
- Steinhauser, Walter (1974): „Imst in Tirol“, in: *Veröffentlichungen des Tiroler Landesmuseums Ferdinandeum*, Bd. 54 (1974), S. 235-238
- Stenzel, Gerhard (Hrsg.) ([⁷1971]): *Goethes Werke in zwei Bänden*, Band II, Salzburg: Das Bergland-Buch
- Stephan, Jan (27.11.2010): *Debatte um „Mohrenkopf“ im Pappenheimer Stadtwappen*: <https://www.nordbayern.de/region/weissenburg/debatte-um-mohrenkopf-im-pappenheimer-stadtwappen-1.10636476>, 04.08.2021
- Stickel, Gerhard (1997): *Varietäten des Deutschen: Regional- und Umgangssprachen*, Berlin: de Gruyter
- Stoltmann, Kai (2015): *Ausprägung und Wahrnehmung der Linguistic Landscapes von Kiel und Rostock*, Dissertation, Kiel: Christian-Albrechts-Universität, Hochschulschrift
- Stowasser, Josef M./ Petschenig, M./ Skutsch, F. (1998): *Stowasser: Lateinisch-deutsches Schulwörterbuch*, München: Oldenbourg

Strassberger, Katinka (14.12.2014): „Neuburg an der Donau: Kleine Stadt mit großer Geschichte“, in: *Deutschlandfunk* (2021): https://www.deutschlandfunk.de/neuburg-an-der-donau-kleine-stadt-mit-grosser-geschichte.1242.de.html?dram:article_id=306182, 11.08.2021

Straßner, Erich (1966): *Land- und Stadtkreis Weißenburg i.Bay.*, München: Kommission für Bayerische Landesgeschichte

Straube, Waldemar (⁵⁸1959): *Die Rechtschreibschule*, Darmstadt: Winklers Verlag

Strizi Alm (2020), Salzburg: <https://strizi.at/>, 11.04.2021

Stuttgart, Homepage (o.J.): <https://www.stuttgart.de/>, 26.08.2021

Südtiroler Stubn (o.J.), Nürnberg: <https://www.suedtiroler-nuernberg.de/?a=kontakt>, 28.05.2021

Südwestpresse (2019): „Ein Arbeitsleben für feine Wäsche“: <https://www.swp.de/suedwesten/staedte/crailsheim/ein-arbeitsleben-fuer-feine-waesche-23605745.html>, 13.03.2019

SuppenBÄCK, Nürnberg: keine Homepage

Süße Schmankerl, München: keine Homepage

SUVADEE THAI RESTAURANT (2022), Frankfurt: <http://suvadee.de/>, 13.02.2022

swatch (2021), Basel: <https://www.swatch.com/en-gb/home>, 01.01.2022

SZ (= Stuttgarter Zeitung) (17.07.2014): „Der Nesenbach lässt sich blicken“ und „Vom idyllischen Bach zum großen Abwasserkanal“, in: *Stuttgarter Zeitung* (17.07.2014)

TABAC HÜTT**N*, München: keine Homepage

Tally Weijl (2022), Nürnberg (u. a.): https://www.tally-weijl.com/de_DE/, 22.03.2022

Tarzan (o.J.), St. Gallen: <https://www.tarzan.ch/Ueber-Uns>, 01.01.2022

Tchibo (2021), Stuttgart: <https://www.tchibo-karriere.de/ueber-uns>, 07.02.2022

Teatro La Fenice (2019): <https://www.teatrolafenice.it/>, 22.03.2019

Tekinay, Alev (1987): *Sprachvergleich Deutsch – Türkisch. Möglichkeiten und Grenzen einer kontrastiven Analyse*, Wiesbaden: Reichert

telecoms (2021): Everything Everywhere: <https://telecoms.com/tag/everything-everywhere/>, 27.11.2021

Telefónica (o.J.): <https://www.telefonica.de/>, 07.02.2022

tell Qu'elle (o.J.), Mulhouse: <https://www.societe.com/societe/tell-quelle-824726095.html>, 30.05.2021

Teltschik's Wurst-Standl, München: keine Homepage

Teplitzky, Hubert (2014): „Gasthausnamen im Wandel der Zeit“, in: *Die Oberpfalz*, 102 (2014), S. 366-368

Territoire de Belfort, Geschichte: <https://www.territoiredebelfort.fr/le-territoire-de-belfort/histoire-du-territoire-de-belfort>, 21.11.2021

Thalia (o.J.), Aschaffenburg: <https://www.thalia.de/shop/hilfe-impressum/show/>, 23.02.2022

The American Heritage Dictionary of the English Language (⁴2000) (AHD 2000), Boston: Houghton Mifflin

The economist (Hrsg.) (07.06.2014): „Language in Taiwan: Lost in Romanisation“, in: *The economist*: <https://www.economist.com/asia/2014/06/07/lost-in-romanisation>, 13.03.2021

The Knesset (Homepage des israelischen Parlaments, 2022): <https://main.knesset.gov.il/EN/Pages/default.aspx>, 05.03.2022

Thefactshop.com (2021): „30 Fascination Facts About Jeans & Denim“: <https://www.thefactshop.com/fashion-facts/denim-jeans-facts>, 11.12.2021

Thiele, Johannes (1993): *Wortbildung der französischen Gegenwartssprache*, Leipzig: Langenscheidt

tin tin (o.J.), Ingolstadt: <https://www.11880.com/branchenbuch/ingolstadt-donau/071360514B43433938/hans-dieter-zinser-tin-tin-bar.html>, 17.03.2022

TK Hair Salon, <http://www.tk-hairsalon.com/tk-about-us/>, 24.02.2020

Tobiasz, Lesław (2013): „Sprachlandschaft – Geschichte ihrer Erforschung im 20. Jahrhundert“, in: *Linguistica Silesiana*, Bd. 34, 2013, S. 235-245

Tobiasz, Lesław (2014): „Sprachlandschaften – Geschichte ihrer Erforschung im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts und weitere Forschungsperspektiven“, in: *Linguistica Silesiana* Bd. 35, 2014, S. 341-361

TongTu (o.J.), Bülach: <https://www.tcmswiss.ch/ueber-tongtu/>, 12.12.2021

TOP REAL (o.J.), Steyr: <https://www.top-real.com/>

topografic-map (o.J.): <https://de-de.topographic-map.com/maps/649q/Deutschland/>, 17.09.2021

Trachtenstadl (o.J.), Salzburg: <http://www.trachtenstadl.net/>, 16.09.2020

Trois pommes (o.J.), Basel: <https://www.troispommes.ch/>, 01.01.2022

- Trumper-Hecht, Nira (2009): „Constructing National Identity in Mixed Cities in Israel: Arabic on Signs in the Public Space of Upper Nazareth“, in: Shohamy, Elana/ Gorter, Durk (Hrsg.) (2009): *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, London: Routledge, S. 238-252
- TU Freiberg, Mathematik (o.J.): <http://www.mathe.tu-freiberg.de/~hebis/caf/dreieck.html>, 01.05.2019
- TU Graz (2021): *Austria-Forum*: <https://austria-forum.org>, 12.11.2021
- Salzburg (2017): https://austria-forum.org/af/AEIOU/Salzburg_Stadt, 12.11.2021
- Tulp, Stella M. (1978): „Reklame en tweetaligheid: Een onderzoek naar de geografische verspreiding van franstalige en nederlandsstalige affiches in Brussel“, in: Vass, Henrik/Witte, Els (Hrsg.): *Taal en sociale integratie* 1, S. 261-288
- TUMI (o.J.), Frankfurt: <https://de.tumi.com/>, 19.02.2022
- Türk Dil Kurumu: *Sözlükleri* (2019): <https://sozluk.gov.tr/>, 28.02.2022
- Turmkaffee (2022), St. Gallen: <https://www.turmkaffee.ch/de/ueber-uns/unsere-geschichte>, 01.01.2022
- Turmöl, Steyr: *Geschichte* (o.J.): <https://turmöl.at/geschichte/>, 29.11.2021
- tz (02.03.2021): *Edeka*: <https://www.tz.de/welt/edeka-supermarkt-geschichte-filialen-sortiment-eigenmarken-prospekt-90191374.html>, 02.12.2021
- undiz (o.J.): <https://www.undiz.com/>, 21.02.2022
- Unger, Johann Friedrich (1793): „Probe einer neuen Art deutscher Lettern“, Bibliotheca Augustana (Hrsg.): *Homepage der Hochschule Augsburg*: http://web.archive.org/web/20170905184645/http://www2.hs-augsburg.de/~harsch/germanica/Chronologie/18Jh/Unger/ung_text.html, 30.10.2020
- Uniklinikum Salzburg (2020): https://salk.at/lageplan_lkh.php, 29.11.2021
- Union Deutsche Lebensmittelwerke GmbH (Hrsg.) (1975): *Sanella Backbuch*, Stuttgart: Klett
- Uni-Stuttgart (o.J.): <https://www.uni-stuttgart.de/universitaet/profil/historie/>, 23.03.2022
- UrbiStat (2023): <https://ugeo.urbistat.com/AdminStat/de/de/demografia/dati-sintesi/deutschland/276/1>, 06.09.2023
- UZH = Universität Zürich (2022): *Die zweite oder althochdeutsche Lautverschiebung*: <https://www.adfontes.uzh.ch/tutorium/die-deutsche-sprache-in-den-quellen/deutsch-im-kontext/die-2-oder-althochdeutsche-lautverschiebung-lv/>, 21.02.2022
- VAIDE (2021), Paderborn: <https://www.vajde.de/>, 11.12.2021
- venexia (2020), Salzburg: <http://www.venexia.at/>, 22.03.2020
- Viessmann (o.J.), Eichstätt: <https://www.viessmann.de/>, 12.03.2021
- Vilebrequin (o.J.), Frankfurt am Main: <https://www.vilebrequin.com/eu/fr/histoire>, 11.12.2021
- Villers, Jürgen (2005): *Das Paradigma des Alphabets: Platon und die Schriftbedingtheit der Philosophie*, Würzburg. Königshausen & Neumann
- visit-nottinghamshire (2021): Malt Cross: <https://www.visit-nottinghamshire.co.uk/food-and-drink/malt-cross-p475541>, 27.11.2021
- Visser, Corinna (27.12.2010): „Gabriele Strehle über Löws Pulli und andere Modefragen“, in: Der Tagesspiegel (27.12.2010), online: <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/die-designerin-im-interview-gabriele-strehle-ueber-loews-pulli-und-andere-modefragen/1895488.html>, 10.12.2021
- vodafone (2021), Weissenburg: (2021): <https://www.vodafone.com/business/solutions/mobile-communications/voice-and-data/tariffs>, 03.12.2021
- Vogt, Friedrich E.: *Schwäbisch in Laut und Schrift*, Stuttgart: Steinkopf
- VRONIS RATSCHHAUS**, Ingolstadt:
<https://www.facebook.com/pages/Vronis-Ratschhaus/206131139582606>,
<https://www.intv.de/vronis-ratschhaus-wird-eroeffnet-36306/>,
<http://www.vronisratschhaus.de/>, 21.03.2019
- W. Markmiller (o.J.), Rennertshofen: <https://www.markmiller-rennertshofen.de/unternehmen/firmengeschichte>, 25.02.2022
- Wachter, Rudolf (2019): *Pompejianische Wandinschriften*, Berlin: de Gruyter
- wagamama (o.J.), Nottingham: <https://www.wagamama.com/>, 24.02.2020
- Wagner, Kurt (1927): *Deutsche Sprachlandschaften*, Marburg: Elwert
- Wang, Jingjing (2013): „Linguistic Landscape of China: A Case Study of Shop Signs in Beijing“, in: *Studies of Literature and Language*, Bd. 6, Nr 1, 2013, S. 40-47
- Wang, Jing-Jing (2015): „Linguistic Landscape on Campus in Japan: A Case-Study of Signs in Kyushu University“, in: *International communication studies*, 24, Nr. 1 (2015): S. 123-144

- Waterman, John T. (1970): *Sprachlandschaften und Sprachausgleich im 15. Jahrhundert: Studien zur Erforschung der spätmittelhochdeutschen Schreibdialekte und zur Entstehung der neuhochdeutschen Schriftsprache* by Werner Besch – Book Review, in: Linguistic Society of America (Hrsg.): *Language*, Vol. 46, No. 2, Part 1 (Juni 1970), S. 474-480
- Waxenberger, Gaby/ Sauer, Hans/ Kazzazi, Kerstin (Hrsg.) (2017): *Von den Hieroglyphen zur Internetsprache: Das Verhältnis von Laut, Schrift und Sprache*, Wiesbaden: Reichert
- WBG = Wissenschaftliche Buchgesellschaft (Hrsg.) (26.12.2020): „Ein vollständiges Thermopolium in Pompeji“, in: *Antike Welt*: <https://antikewelt.de/2020/12/26/ein-vollstaendiges-thermopolium-in-pompeji/>, 30.03.2021
- web2cyclex (o.J.): *Time & Gold*: https://web2.cylex.de/firma-home/time_-_gold-6891002.html, 21.02.2022
- Weber, Nicky (2006-2020): *MundMische*, online: <https://www.mundmische.de/>, 13.12.2020
- Weigand, Friedrich Ludwig Karl (²1873): *Deutsches Wörterbuch Band I: A-L*, Gießen: J. Rickersche Buchhandlung
- Weigand, Friedrich Ludwig Karl (²1876): *Deutsches Wörterbuch, Band II: M-Z*, Gießen: J. Rickersche Buchhandlung
- Weis, Erich (Bearb.) (1973): *Grund- und Aufbauwortschatz Englisch*, Stuttgart: Klett
- Weißenburg in Bayern, Homepage (2021): <https://www.weissenburg.de/>, 06.08.2021
- Wellings, Matthew (2013): „Un estudio da paisaxe lingüística en Santiago de Compostela“, in: *Cadernos de lingua*, Bd. 35, 2013, S. 5-37
- WeLT (08.06.2008) (Hrsg.): *Jacken für Millionäre und Malocher*: https://www.welt.de/wams_print/article2078999/Jacken-fuer-Millionaere-und-Malocher.html, 10.12.2021
- WeLT (2021) (Hrsg.): *Martin Bormanns Rundschreiben vom 03.01.1941 zum Verbot der „sogenannten gotischen Schrift“*: <https://www.welt.de/geschichte/zweiter-weltkrieg/article223623708/Schwabacher-Judenlettern-Als-die-Nazis-ihre-Schrift-hassen-lernten.html>, 30.03.2021
- Wenker, Georg (²1877): *Das rheinische Platt*, Düsseldorf: Eigenverlag des Verfassers
- Wenzel, Veronika (1996): „Reklame en tweetaligheid in Brussel: Een empirisch onderzoek naar de spreiding van Nederlandstalige en Franstalige affiches“, in: *Brusselse themas*, Bd. 3, S. 45-74
- Werkfach (2021), Neuburg: <https://www.startnext.com/werkfach-project>, 04.12.2021
- Wesely, Kathrin (18.01.2018): „Neuer Supermarkt zieht ins Quartier“, in: *Stuttgarter Zeitung* (17.01.2018): <https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.tegut-filiale-in-s-sued-neuer-supermarkt-zieht-ins-quartier.c5f3b1d4-e607-4b9a-9bac-3f8c30f14381.html>, 10.12.2021
- WGV (2021), München: <https://www.wgv.de/ueber-uns/>, 11.12.2021
- Wies'n Tracht & mehr (o.J.), München: <https://wiesn-tracht-mehr.de/stores/>, 16.09.2020
- Wiesinger, Peter (1988): „Die deutsche Sprache in Österreich“, in: Wiesinger, Peter (1988): *Das österreichische Deutsch*, Köln: Böhlau, S. 9-30
- Wiesnkönig (o.J.), München: <https://www.wiesnkoenig.com/>, 16.09.2020
- Wikipedia: *7 for all mankind*: https://de.wikipedia.org/wiki/7_For_All_Mankind, 11.12.2021
- Axa*: <https://fr.wikipedia.org/wiki/Axa>, 13.05.2019
- Belfort*: <https://fr.wikipedia.org/wiki/Belfort>, 19.11.2021
- Bilka*: <https://de.wikipedia.org/wiki/Bilka>, 12.03.2022
- Bülach*: <https://de.wikipedia.org/wiki/Bülach>, 13.11.2021
- CIC*: [https://de.wikipedia.org/wiki/Bank_CIC_\(Schweiz\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Bank_CIC_(Schweiz))
- DHL*: <https://de.wikipedia.org/wiki/DHL>, 20.02.2022
- dji*: [https://de.wikipedia.org/wiki/DJI_\(Unternehmen\)](https://de.wikipedia.org/wiki/DJI_(Unternehmen)), 31.01.2022
- Edeka*: <https://de.wikipedia.org/wiki/Edeka>, 23.02.2022
- Flagge der Türkei*: https://de.wikipedia.org/wiki/Flagge_der_T%C3%BCrkei, 19.07.2023
- Fukuoka*: <https://de.wikipedia.org/wiki/Fukuoka>, 26.07.2023
- Gina Laura*: https://de.wikipedia.org/wiki/Gina_Laura, 04.12.2021
- HEMA*: [https://de.wikipedia.org/wiki/HEMA_\(Unternehmen\)](https://de.wikipedia.org/wiki/HEMA_(Unternehmen)), 16.02.2022
- ikk classic*: https://de.wikipedia.org/wiki/IKK_classic, 06.02.2022
- Kaiser's Tengelmann*: https://de.wikipedia.org/wiki/Kaiser%E2%80%99s_Tengelmann, 03.04.2023
- Kleinstadt*: <https://de.wikipedia.org/wiki/Kleinstadt>, 07.01.2022
- Lego*: <https://de.wikipedia.org/wiki/Lego>, 04.12.2021
- Lola rennt*: https://de.wikipedia.org/wiki/Lola_rennt, 11.12.2021
- Lure*: <https://fr.wikipedia.org/wiki/Lure>, 19.11.2021
- Migros*: <https://de.wikipedia.org/wiki/Migros>, 15.03.2022

Mulhouse: <https://fr.wikipedia.org/wiki/Mulhouse>, 22.11.2021
Nguyen: <https://de.wikipedia.org/wiki/Nguy%E1%BB%85n>, 03.03.2021
NORMA: [https://de.wikipedia.org/wiki/Norma_\(Supermarkt\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Norma_(Supermarkt)), 23.02.2022
Raiffeisen: <https://de.wikipedia.org/wiki/Raiffeisen>, 07.02.2022
RIMOWA: <https://de.wikipedia.org/wiki/Rimowa>, 19.02.2022
RSPCA: https://en.wikipedia.org/wiki/Royal_Society_for_the_Prevention_of_Cruelty_to_Animals, 24.11.2021
Ruefa: <https://de.wikipedia.org/wiki/Ruefa>, 29.11.2021
ß: <https://de.wikipedia.org/wiki/%C3%9F>, 11.03.2021
Samsung: <https://de.wikipedia.org/wiki/Samsung>, 31.01.2022
space.NK: <https://en.wikipedia.org/wiki/Space.NK>, 01.03.2022
Steyr: <https://de.wikipedia.org/wiki/Steyr>, 12.12.2021
St. Gallen: https://de.wikipedia.org/wiki/St._Gallen, 14.11.2021
Tokio: <https://de.wikipedia.org/wiki/Tokio>, 22.07.2023
Tootgarook, Victoria: https://en.wikipedia.org/wiki/Tootgarook,_Victoria, 21.07.2023
Universität Kyūshū: https://de.wikipedia.org/wiki/Universit%C3%A4t_Ky%C5%ABsh%C5%AB, 26.07.2023
Volg: <https://de.wikipedia.org/wiki/Volg>, 12.12.2021
 Wiktionary, *heilig*: <https://de.wiktionary.org/wiki/heilig>, 19.03.2021
leiwand: <https://de.wiktionary.org/wiki/leiwand>, 11.04.2021
 Wilde et al.: Wilde/ Beuger/ Solmecke, Rechtsanwälte (16.09.2021): „*Oktoberfest*“ ist ab sofort geschützte EU-Marke: <https://www.wbs-law.de/markenrecht/stadt-muenchen-markenrecht-oktoberfest-ist-ab-sofort-geschuetzte-eu-marke-56860/>, 06.01.2022
 Wildner, Kathrin/ Berger, Hilke-Marit (09.07.2018): „Das Prinzip des öffentlichen Raums“, in: *Bundeszentrale für politische Bildung*: <http://www.bpb.de/politik/innenpolitik/stadt-und-gesellschaft/216873/prinzip-des-oeffentlichen-raums?p=all>, 01.05.2019
 wilko (o.J.), Exeter: Geschichte: https://corporate.wilko.com/_pdfs/History_timeline.pdf, 26.11.2021
 Willis Hütt'n (o.J.), Rennertshofen: <https://de-de.facebook.com/Willishuettn/>, 16.09.2020
 WINSTUB FACTORY (o.J.), Mulhouse: <https://fr-fr.facebook.com/winstubfactory/>, 30.05.2021
 Winstub Henriette (o.J.), Mulhouse: <https://www.winstub-henriette.com/>
 WIRTSHAUS ZUM OCHS'N WILLI (o.J.), Stuttgart: <http://www.ochsn-willi.de/>, 16.09.2020
 wittmann-reisecenter (o.J.), Neuburg: <https://wittmann-reisecenter.de/>, 04.12.2021
 Wolk, Irina (2005): „Schwarzes Schaf oder Blauer Bock: Zur funktionalen Konzeption und Regionalität von Gasthausnamen“, in: *Niederdeutsches Wort*, Bd. 45, 2005, S. 121-144
 Würstlstube, Ingolstadt: keine Homepage
 Wurzelsepp (o.J.), Nürnberg: <https://www.wurzelsepp-nuernberg.de/>, 16.09.2020
 wüstenrot (o.J.), Eichstätt: <https://www.wuestenrot.de/de/startseite/index.html>, 13.03.2021
 Yaman, Metin/ Dikkaya, Murat (2010): *Easy Turkish: Einfach Türkisch lernen!*, Norderstedt: Books on Demand
 yellowmap (o.J.): Rico Streul RS Angelbedarf: http://www.yellowmap.de/Details/8vHucLOurm_rNC6QUsfGog==.aspx, 02.12.2021
 yelp (2022): Alexandros: <https://www.yelp.com/biz/aleko-alexandros-frankfurt-am-main>, 27.02.2022
 Yitzhaki, Dafna/ du Plessis, Theodorus (2015): „'We are not really a mixed city'—A de-Jure bilingual linguistic landscape. The case of Jewish-Arab mixed cities in Israel“, in: Spolsky, Bernard/ Inbar-Lourie, Ofra/ Tannenbaum, Michal (Hrsg.) (2015): *Challenges for Language Education and Policy*, New York: Routledge, S. 170-181
 yogaworld (o.J.): <https://yogaworld.de/nachgefragt-was-bedeutet-eigentlich-namaste/>, 12.12.2021
 Zade, Ralph (o.J.): „Frankfurts Flagge und Wappen“, in: Bertuch Verlag (Hrsg.): *Frankfurt-Lese*, Bertuch Verlag: Weimar
 Zehetner, Ludwig (1985): *Das bairische Dialektbuch*, München: Beck
 Zehetner, Ludwig (2013): „Lautlehre“, in: Giegerich, Marc (2017): *Remaraweng Boarisch*: <http://www.bairische-sprache.at/Index/Remaraweng%20Boarisch%20-%20Lehren/Lautlehre-1%20Uebersicht.htm>, 29.10.2020
 Zensus 2011: https://www.zensus2011.de/SharedDocs/Downloads/DE/Publikationen/Aufsaeetze_Archiv/2014_07_BW_Statistisches_Monatsheft_kulturelleVielfalt.pdf?__blob=publicationFile&v=2, 06.09.2011

- Zeune, Joachim (19.04.2010): „Geschlechtertürme“, in: *Historisches Lexikon Bayern*: <https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Geschlechtert%C3%BCrme>, 08.03.2021
- Zickelbein, Dieter (1983): „Niederdeutsche Namen“, in: *Handbuch zur niederdeutschen Sprach- und Literaturwissenschaft*, Berlin: E. Schmidt, S. 560-577
- Zum Dürnbräu (o.J.), München: <http://www.zumduernbraeu.de/>, 16.09.2020
- ZUM GOLDSCHLÖSSERL (o.J.), Ingolstadt: <https://exklusiv-uhren-ingolstadt.de/>, 16.09.2020
- Zum Gwölb (o.J.), Eichstätt: <https://www.donaukurier.de/lokales/eichstaett/wochennl292020-Restaurant-Zum-Hoellbraekeller-eroeffnet;art575,4628868>, 16.09.2020
- Zum Schiffla (o.J.), Weißenburg: <https://cdn.website.dish.co/media/dc/d9/2689526/Gasthaus-zum-Schiffla-Speisekarte.pdf>, 14.08.2021
- Zwilling (2020), München: https://www.zwilling.com/on/demandware.static/-/Sites-zwilling-de-Library/default/dw3d766ce1/ZWILLING_Nachhaltigkeitsbericht_2020_DE.pdf, 11.12.2021
- J.A. Henckels*: <https://www.zwilling.com/de/ueber-die-zwilling-gruppe/article-about-us-zwilling-group.html?fdid=about-the-group>, 06.02.2022
- Zwirn & Zwille (o.J.), Eichstätt: <http://www.zwirnundzwille.de/>, 16.09.2020