

1 Exploration und linguistische Verortung

1.1 Lebensmittelverpackungen als Zugang zu multimodalen Konstruktionen

Lebensmittelverpackungen haben im Alltag¹ als „all das, was uns ‚alle Tage‘ umgibt, was wir ‚alle Tage‘ üblicherweise tun, eben das Alltägliche, was größtenteils unser Leben ausmacht“ (M. Heinemann 2000: 604), grundsätzlich vor allem einen praktischen Nutzen: Sie ermöglichen die Aufbewahrung, den Transport und den Verzehr der in ihnen enthaltenen Waren, um damit letztlich das menschliche existenzielle Grundbedürfnis der Nahrungsmittelversorgung zu befriedigen (vgl. Buchner 1999: 1). Ohne sie wäre die Versorgung über das Einkaufen am stationären Point of Sale (PoS) in Supermärkten, Discountern o. Ä., wie es in einer westeuropäischen Gesellschaft des 21. Jahrhunderts wie in Deutschland üblich ist, nicht in der gewohnten Art und Weise möglich. Für die alltägliche Versorgung mit Nahrungsmitteln, die allgemein als Alltagskonsum zusammengefasst werden kann, spielen Verpackungen dementsprechend eine wesentliche Rolle.

Verpackungen von Lebensmitteln bzw. Fotos von diesen bilden den Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Dissertation. Genauer richtet sich der analytische Blick auf das Geschriebene und dessen Gestaltung auf primären Lebensmittelverpackungen (Verkaufsverpackungen), die eine Ware direkt umschließen, z. B. einem Karton, der die darin enthaltene Milch verwahrt (s. Abb. 1).² Wenn nachfolgend von Lebensmittelverpackungen die Rede ist, sind dementsprechend in erster Linie primäre Verpackungen von Lebensmitteln gemeint. Von solchen primären Verpackungen (a) können zum einen sekundäre Verpackungen (Umverpackungen) wie Umkartons, die eine bestimmte Anzahl von primären Ver-

1 Der Begriff des Alltags ist zunächst in einem allgemeinen Sinne zu verstehen, da für ihn „eine wissenschaftlich befriedigende Definition noch aussteht“ (M. Heinemann 2000: 607). Jedenfalls ist der Alltag „deutlich individuell geprägt als konkrete Lebens- und Erfahrungswelt der Individuen, er ist eine vorgegebene präsente Realität, in der sich der Mensch bewegt, wenn er nicht temporär in funktional spezialisierte Handlungsfelder von Institutionen eingebunden ist“ (M. Heinemann 2000: 604). Vgl. zum Begriff des Alltags als „aspektreiche Kategorie in allen Gesellschaftswissenschaften“ (Pohl/Ehrhardt 2016: 9) weiterführend u. a. auch die Beiträge im von Pohl/Ehrhardt (2016) herausgegebenen Sammelband „Schrifttexte im Kommunikationsbereich Alltag“.

2 Bei den zusammengestellten Fotos in Abb. 1 handelt es sich, wie generell in den zahlreichen Abbildungen dieser Arbeit, um Belege aus dem Korpus der vorliegenden Dissertation mit dem absichtlich etwas überzeichneten Namen „Alltagskonsumkosmos“. Auf diese Belege, die zur Illustration jeweils zugeschnitten werden, wird mithilfe des Dateinamens verwiesen (s. weiter Kap. 4.1).

packungen wie Milchverpackungen zu einer am stationären Verkaufsort gewöhnlichen bzw. verbrauchsüblichen Einheit zusammenfassen (b), sowie tertiäre Verpackungen (Transportverpackungen) wie Paletten, die dem Transport und der Lagerung von primären bzw. sekundären Verpackungen dienen (c), unterschieden werden (vgl. Seeger 2009: 10; Vaih-Baur 2010: 12–16). Zum anderen lassen sich von der Verpackung, die die „Gesamtheit der von der Verpackungswirtschaft eingesetzten Verfahren zur Erfüllung der Verpackungsaufgabe“ (Seeger 2009: 9) umfasst, definitorisch das Packgut als das Gut bzw. die Ware, die „zu verpacken oder verpackt ist“ (Seeger 2009: 10), und die Packung als das „Ergebnis der Vereinigung von Packgut und Verpackung“ (Seeger 2009: 10) differenzieren. Je nach Ware und Art der Verpackung kann sich eine trennscharfe Abgrenzung von primärer, sekundärer oder tertiärer Verpackung, Packgut und Packung aber mitunter schwierig gestalten.



Abb. 1: Primäre, sekundäre und tertiäre Verpackungen (IMG_2424; IMG_2428; L1010245).

Primäre Verpackungen von Lebensmitteln werden in dieser sprachwissenschaftlichen Arbeit mit dem Ziel untersucht, mittels eines erweiterten kognitiv-grammatischen Ansatzes multimodale Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit zu identifizieren. Das bedeutet, es wird der Forschungs-

frage nachgegangen, welche linguistischen Einheiten sich nachweisen lassen, für deren Status als Konstruktion die schriftbildliche Gestaltung (Schriftzeichengestaltung, Anordnung, Hervorhebungen etc.) eine elementare Rolle spielt. Dazu wird eine quantitativ unterstützte qualitative Studie auf der Grundlage von Bildern bzw. Fotos von primären Verpackungen von Lebensmitteln durchgeführt, wodurch für einen sprachlichen Teilbereich die Relevanz von schriftbildlicher Gestaltung für die Grammatik ermittelt wird. Zugleich leistet diese Untersuchung einen Beitrag zur sprachwissenschaftlichen Erschließung von Lebensmittelverpackungen, bei denen es sich in der linguistischen Forschung um ein bislang relativ wenig beachtetes Untersuchungsobjekt handelt – trotz der offensichtlichen Allgegenwärtigkeit von Lebensmittelverpackungen im Rahmen des Alltagskonsums, d. h. der lebensnotwendigen Nahrungsmittelversorgung. Inwiefern sich schriftbildlich gestaltetes Geschriebenes auf Lebensmittelverpackungen zur Beantwortung der Frage nach der Existenz von multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit anbietet, bedarf einiger einleitender Ausführungen, die im Verlauf der Arbeit ausgearbeitet werden.

Als Grundlage für die Herausbildung von Konstruktionen durch kognitive Verankerung (vgl. Langacker 1987a: 59) und Konventionalisierung (Schmid 2020: 2) ist kurzgefasst interindividuelle Kommunikation anzunehmen (Croft/Cruse 2004: 291). Kommunikation basiert dabei nicht allein auf dem Aussenden von Botschaften aufseiten von Emittierenden. Vielmehr findet sie erst beim (Miss-)Verstehen aufseiten von Rezipierenden statt (vgl. Luhmann 1984: 203). Da die Zeitpunkte der Produktion und Rezeption von Lebensmittelverpackungen voneinander entfernt sind, wird über Verpackungen von Lebensmitteln „zerdehnt“ (Ehlich 1983: 32) zwischen Hersteller:innen³ und Verbraucher:innen⁴ kommuniziert: Hersteller:innen senden schriftliche Botschaften in Form von Lebensmittelverpackungen aus – Kommunikation erfolgt allerdings erst im Moment des Verstehens (vgl. Hausendorf et al. 2017: 21), wenn Verbraucher:innen das Geschriebene der Verpackungen wahrnehmen. Dementsprechend sind Lebensmittelverpackungen einführend als Kommunikate und Hersteller:innen sowie Verbraucher:innen als Kommunikant:innen zu

³ Der Ausdruck *Hersteller:innen* ist in einem weiteren Sinne zu verstehen und umfasst alle Akteur:innen, die an der Herstellung von Lebensmittelverpackungen beteiligt sind (s. weiter Kap. 2.3 und Kap. 2.4).

⁴ Die Bezeichnungen *Verbraucher:innen*, *Kund:innen* und *Konsument:innen* werden weitgehend synonym verwendet, da weniger relevant ist, ob Kund:innen „Produkte aus einer entsprechenden Einkaufsstätte und/oder Warengruppe grundsätzlich kaufen“ (N. Berghaus 2005: 3) oder Verbraucher:innen bzw. Konsument:innen „die jeweiligen Artikel auch konsumieren, d. h. ver- oder gebrauchen“ (N. Berghaus 2005: 3).

begreifen.⁵ Hinsichtlich der Herausbildung von Konstruktionen im Rahmen dieser spezifischen, zerdehnten Kommunikation ist indes das grundsätzliche Ungleichgewicht zwischen Emission und Rezeption zu beachten: Von der Vielzahl an Botschaften, die Hersteller:innen über ihre Lebensmittelverpackungen aussenden, nehmen Verbraucher:innen generell lediglich einen Bruchteil wahr (vgl. Schmitz 2015b: 66).

Tatsächlich sind es vor allem die Vorderseiten im weiteren Sinne von Verpackungen, nach denen Waren am stationären Verkaufsort i. d. R. ausgerichtet sind (vgl. N. Berghaus 2005: 20), die Verbraucher:innen wahrnehmen (vgl. Hofer/Kurz 2007: 12). Folglich ist insbesondere das Geschriebene auf Vorderseiten von Lebensmittelverpackungen für die zerdehnte Kommunikation zwischen Hersteller:innen und Verbraucher:innen und somit für die Herausbildung von Konstruktionen relevant. Auf Vorderseiten von Lebensmittelverpackungen finden sich vor allem tendenziell werbliche⁶ Angaben zur Marke wie *GUT & GÜNSTIG*, wodurch die jeweilige Ware gekennzeichnet ist, zur Warengattung wie *Knäckebrot* sowie zur Beschaffenheit der Ware wie *Sesam* oder *mit 11% Sesam* (s. Abb. 2). Mithilfe von solchen Schriftzügen, die durch die Gestaltung seitens der Hersteller:innen stets über ein spezifisches Schriftbild verfügen, sollen Verpackungen „als Träger von Kaufargumenten“ (Seeger 2009: 10) der Absatzförderung dienen, d. h. nicht zuletzt „aus Sinnesreizen Kaufanreize [...] machen“ (Littel 2010: 1)“.

An dem schriftbildlich gestalteten Geschriebenen auf Vorderseiten von Lebensmittelverpackungen lässt sich somit erkennen, dass die „Befriedigung elementarster Lebensbedürfnisse [...] mit wenigen kommunikativen Elementen aus[kommt]“ (M. Heinemann 2000: 608). Auf den ersten Blick wirkt es dementsprechend vermeintlich wenig komplex.⁷ Wird die Grammatik im engeren Sinne auf den „reinen

5 Kommunikate werden als „Äußerungsformen, die auf Sprache basieren, aber auch andere Zeichenmodalitäten enthalten können“ (Dürscheid 2011: 96), verstanden. Der Begriff des Kommunikats dient folglich als „Oberbegriff für ‚die Gesamtmenge der in einer kommunikativen Interaktion auftretenden Signale‘“ (Adamzik 2016: 69; vgl. dazu auch Kallmeyer et al. 1974: 45 und Adamzik 2002: 174). Kommunikate sind demnach „das Ergebnis, also das Produkt, eines kommunikativen Austausches“ (Adamzik 2016: 85).

6 Vgl. für eine Bestimmung des Begriffs der Werbung Hennemann et al. (2017: 7): „Werbung ist – neben bspw. der Öffentlichkeitsarbeit oder Maßnahmen der Verkaufsförderung ein Instrument der Kommunikationspolitik eines Unternehmens, das sich an Verbraucher richtet, um deren Aufmerksamkeit und Interesse zu erregen. Sie ist eine Form der Kommunikation, die darauf ausgelegt ist, das Augenmerk der Rezipienten respektive Konsumenten auf verschiedenste Konsumgüter und Serviceleistungen zu lenken und – sofern der Konsument vom Produkt überzeugt werden kann und dieses erwirbt – den Absatz des selbigen zu fördern.“ Vgl. für eine linguistische Beschäftigung mit Werbesprache u. a. Michlig (1967), Krieg (2005), Fährmann (2006), Meier (2012), Janich (2013) sowie den von S. Heinemann (2019) herausgegebenen Sammelband „Werbegeschichte(n)“.

7 Als komplex gelten einführend sprachstrukturell umfangreiche Ausdrücke, wie dies etwa van Langendonck (2007: 400) ausführt: „However, the question remains how to define complexity.



Abb. 2: Verpackungsvorderseite der Ware namens ‚GUT & GÜNSTIG Knäckebrot Sesam‘ (IMG_2251).

Text“ (Schmitz 2011b: 90) bzw. die „interne Sprache“ (Jäger 2000: 26) bezogen, scheint es sich bei dem Geschriebenen um „elliptische“ (Schmitz 2011a: 37) Ausdrücke zu handeln, weil die schriftbildliche Gestaltung „Grammatik überflüssig“ (Schmitz 2011b: 92) macht. Die Grundannahme der vorliegenden Dissertation ist demgegenüber, dass zur Klärung der grammatischen Relationen von Geschriebenem auf Lebensmittelverpackungen eine erweiterte Perspektive notwendig ist, die sich nicht allein auf das sogenannte rein Sprachliche konzentriert und dadurch Grammatik und Gestaltung einander nicht gegenüberstellt. Im Gegenteil bildet der tatsächliche Sprachgebrauch den Ausgangspunkt der grammatischen Analyse, der aufgrund der „inhärente[n] ‚Bildlichkeit‘“ (Krämer/Totzke 2012: 23) von Sprache stets schriftbildlich gestaltet und somit multimodal im weiteren Sinne ist. Dadurch offenbart sich, dass Hersteller:innen bei der Beschriftung der Vorderseiten ihrer Lebensmittelverpackungen Konstruktionen gebrauchen, für deren Verständnis die Beachtung der schriftbildlichen Gestaltung essenziell ist. Dies sind, wie zu zeigen ist, insbesondere Markennamen, Warennamen und Zusammensetzungen aus diesen mit nicht-verbalen Prädikaten. Deren grammatischer Status lässt sich erst durch die Beachtung ihrer musterhaften schriftbildlichen Gestaltung ermitteln – ohne sie bliebe die grammatische Analyse hingegen vage. Aus-

With regard to form, complexity can be held to be a function of the number of morphemes (not of syllables). For instance, the plural *book-s* is more complex or marked than the singular *book*.“ Vgl. dazu weiterführend u. a. den von M. Hennig (2017) herausgegebenen Sammelband „Linguistische Komplexität – ein Phantom?“. Demgegenüber ist klarzustellen, dass Ausdrücke „nicht *per se* komplex oder kompliziert“ (Spitzmüller 2019: 49; Herv. i. O.) sind, sondern sie sind dies je nach Art des Verstehens „für bestimmte Leserinnen und Leser“ (Spitzmüller 2019: 49). Wie im weiteren Verlauf der vorliegenden Dissertation gezeigt wird, sind Schriftzüge auf Lebensmittelverpackungen daher zwar womöglich sprachstrukturell betrachtet weniger umfangreich – das bedeutet jedoch nicht, dass diese „minimale Schriftlichkeit“ (Tophinke 2017) gleichsam weniger komplex ist.

gehend von musterhaftem Sprachgebrauch in der Praxis wird die Grammatik in der vorliegenden Dissertation demnach weiter, als das zentrale strukturierende Moment einer Sprache insgesamt, gefasst, wodurch der Blick für multimodale Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit geöffnet wird.

1.2 Forschungsüberblick – Desiderata – Untersuchungsziele

Die vorliegende, gebrauchsbasierte konstruktionsgrammatische Untersuchung anhand von Bildern von Lebensmittelverpackungen, die auf die Feststellung von multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit abzielt, knüpft an verschiedene Forschungsfelder an. Da die jeweils relevante Fachliteratur in den nachfolgenden Kapiteln ausführlich referiert und diskutiert sowie zugleich mit dem spezifischen Untersuchungsfokus erweitert wird, soll an dieser Stelle ein komprimierter Überblick zum Stand der Forschung genügen. Aus dieser Zusammenschau werden die sprachwissenschaftlichen Desiderata sowie die entsprechenden Einzelziele der vorliegenden Dissertation abgeleitet.

Die Frage nach der Existenz und dem Wesen von multimodalen Konstruktionen ist im Grundsatz ein vieldiskutiertes Anliegen in der aktuellen konstruktionsgrammatischen Forschung. In einschlägigen Grundlagenwerken der gebrauchsbasierten, kognitiv-linguistisch ausgerichteten Konstruktionsgrammatik (vgl. Langacker 1987a, 1991, 2008; Goldberg 1995, 2006, 2019; Croft 1991, 2001, 2022), zu deren Etablierung in der germanistischen Linguistik insbesondere auch u. a. Ziem/Lasch (2013) beitragen, spielen Aspekte der Multimodalität noch keine ausdrückliche Rolle, sondern sind allenfalls implizit. In den vergangenen Jahren nimmt die Beschäftigung mit multimodalen Konstruktionen hingegen zu (vgl. Ziem 2017; Feyaerts et al. 2017; T. Hoffmann 2017, 2020). Dies zeigt sich auch darin, dass etwa das deutschsprachige Einführungswerk zur gebrauchsbasierten Kognitiven Linguistik von Zima (2021) inzwischen ein Kapitel zur Multimodalität enthält. Ebenso werden multimodale Konstruktionen ausblickartig im englischsprachigen einführenden Werk zu konstruktionsgrammatischen Ansätzen von T. Hoffmann (2022) erwähnt. Der Schwerpunkt der bisherigen Forschung zu multimodalen Konstruktionen liegt auf der gesprochenen Sprache (vgl. Deppermann 2006, 2011; Imo 2007, 2015a, 2015d; Meer 2012) und dem, was mit (Stetter 2005: 107) treffend als „Klanggestalt“ bezeichnet werden kann, d. h. dem Zusammenspiel von Sprache und Gestik (vgl. Zima 2013, 2014; Schoonjans 2017, 2018; Stukenbrock 2015, 2021; Ladewig 2020) bzw. Sprache und Prosodie (vgl. Lanwer 2017, 2020; Imo/Lanwer 2020). In der geschriebenen Sprache ist die Frage, inwiefern schriftbildliche Aspekte grammatisch bedeutsam sein können, erst in Ansätzen erschlossen (vgl. Tophinke 2017, 2019b, 2019c; Dübbert 2021, 2023). Die Untersuchung von multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit, die diese Ar-

beit anstrebt, ist demnach ein generelles Desiderat konstruktionsgrammatischer Forschung. Zusätzlich zu spezifischen konstruktionsgrammatischen begrifflichen sowie methodischen Klärungen schließt die Erforschung von multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit auf der Grundlage eines Korpus aus Bildern von Lebensmittelverpackungen an weitere konzeptionelle Diskussionen sowie Debatten zum empirischen Vorgehen an.

Erstens problematisiert eine solche Untersuchung darüber hinaus die von Jäger (2000) festgestellte „Medialitätsvergessenheit der Sprachtheorie“ und führt die mittlerweile grundsätzlich erfolgte Bewältigung ebendieser fort (vgl. Domke 2013: 102; Spitzmüller 2013: 59–167). Lange Zeit fokussierte sich die Linguistik allein auf die „mentale Struktur“ (Jäger 2000: 26) von Sprache und reduzierte Geschriebenes hauptsächlich darauf, dass es der Konservierung von flüchtigem Gesprochenem dient (vgl. Krämer/Totzke 2012: 13). Deshalb galt es als unerheblich für den sprachlichen Inhalt, wie Sprache in ihrem Gebrauch schriftbildlich realisiert ist (vgl. Assmann 1988: 143–144). Inzwischen wurde die kommunikative Bedeutsamkeit von Schriftbildlichkeit bzw. Typografie, Textdesign oder Graphostilistik aber im Grundsatz erkannt (Stöckl 2004a; Spitzmüller 2013; Bucher 2010; Krämer 2003, 2010; Spillner 1982, 2009a). In der Diskussion um den Status von Sprache als System und ihren Realisierungsvarianten (vgl. Stetter 2005; Dürscheid 2016b: 23–63) gilt somit inzwischen größtenteils: Kommunikation, die nicht schon beim Absenden von Botschaften, sondern erst bei einem Verstehen aufseiten von Rezipierenden stattfindet (vgl. Luhmann 1984: 203; vgl. Hausendorf et al. 2017: 21), ist ohne eine Formalisierung, etwa zerdehnt über Geschriebenes (vgl. Ehlich 1983: 32, 2007c: 542), nicht möglich (vgl. Koch/Oesterreicher 1985, 1994; Schneider 2008: 98, 2016: 343–344; Holly 2011: 149).

In der Konsequenz wird Kommunikation daher sowohl im Gesprochenen als auch im Geschriebenen als standardmäßig multimodal angesehen. Folglich trägt die vorliegende Dissertation zweitens auch zur Diskussion um den Begriff der Multimodalität bei. Allerdings wird nicht darauf abgezielt, die Debatte um einen einheitlichen Begriff der Multimodalität zu vollenden. Schließlich handelt es sich dabei um ein in vielerlei Hinsicht umkämpftes Konzept (vgl. Stöckl 2004a: 16–25, 2010: 2–3; Bucher 2007: 53–58, 2011a: 123–127, 2011b: 114; Jewitt 2009b: 28; Forceville 2014: 51, 2020: 676), was auch mit einem ebenfalls unscharfen Begriff der Multimedialität zusammenhängt (vgl. Schneider 2006, 2008; Fricke 2012: 36–76), worauf bereits Posner (vgl. 1986: 296–297) grundlegend aufmerksam gemacht hat. Vielmehr möchte die vorliegende Arbeit ein tragfähiges, erweitertes Verständnis von Multimodalität erarbeiten, welches der Untersuchung von multimodalen Konstruktionen dienlich ist und dazu insbesondere an Frickes (vgl. 2012: 47–48) Ausführungen zur Multimodalität im engeren und weiteren Sinne anknüpft.

Drittens baut diese Dissertation auf die linguistische Erfassung des vermeintlich unscheinbaren Gegenstands der Lebensmittelverpackungen auf. In dieser Hinsicht gilt: Verpackungen sind trotz ihrer Omnipräsenz im Rahmen des alltäglichen Konsums in der sprachwissenschaftlichen Forschung bislang wenig systematisch betrachtet worden (vgl. Reimann 2018a: 96, 2018b: 95). Mit verschiedenen Herangehensweisen sind Verpackungen teils als Sehfläche (vgl. Schmitz 2011a: 26–29) sowie sowohl als Text (vgl. Hardt-Mautner 1992; Steves 1999; Matthieu 2009; Reimann 2018a, 2018b; Kerschensteiner 2019; Makowska 2020) als auch als Medium (vgl. Behaeghel 1991: 2; Karmasin 2016: 10), als kommunikative Gattung (vgl. Tienken 2008) oder auch als Kommunikationsform (vgl. Holly 2011: 157; Schmitz 2015b: 21) eingeteilt worden. Mit Blick auf die Kennzeichnung von Lebensmitteln durch schriftbildlich gestaltetes Geschriebenes auf Verpackungen (vgl. Buchner 1999: 69–83; Kastner 2010b) wurden insbesondere das Werben und Informieren als hauptsächliche Funktionen herausgearbeitet (vgl. Karmasin 2016: 32; Makowska 2020: 172), wobei gilt, dass sich werbende Schriftzüge tendenziell auf den Vorderseiten und informierende eher auf Seiten-/Rückseiten finden. Genauer geht es demnach auf Verpackungen zum einen um die „Identifizierung und Beschreibung des Produktes“ (Hardt-Mautner 1992: 102). Zum anderen beinhalten Verpackungen Hinweise zur Verwendung der Ware (vgl. Hardt-Mautner 1992: 102) und der Verpackung (vgl. Hardt-Mautner 1992: 104) sowie verkaufsfördernde Maßnahmen, z. B. Cross-Advertising (vgl. Hardt-Mautner 1992: 105). Außerdem ist erarbeitet worden, dass sich im unmittelbaren Umfeld von Verpackungen am stationären Verkaufsort typischerweise Schriftzüge befinden, die durch einen indexikalischen Verweis im Sinne von Bühler (vgl. 1934: 159–162) neben einem „Benennen“ (Auer 2010: 290) den Preis angeben (vgl. Nöth 2016: 212) oder den Weg zur Ware weisen (vgl. Makowska 2020: 164). Darüber hinaus gehören zur Beschäftigung mit Lebensmittelverpackungen auch Sprache-Bild- bzw. Text-Bild-Relationen (vgl. Hardt-Mautner 1992: 108; Schmitz 2011a: 28). Fragen nach deren Zusammenspiel sind hinsichtlich verschiedener Untersuchungsobjekte bereits häufiger ein Gegenstand sprachwissenschaftlicher Forschung gewesen (vgl. Muckenhaupt 1986; Stöckl 2004c, 2009a, 2009b; Ziem 2006; Holly 2009a; Steinseifer 2009; Schröder 2010; Wetzchewald 2012). Weniger im Untersuchungsfokus lag demgegenüber die Gestaltung des Geschriebenen selbst (Farbe, Größe, Arrangements, Hervorhebungen etc.) und noch weniger die Frage, ob die Gestaltung für eine grammatische Analyse relevant sein könnte. Stattdessen begnügen sich linguistische Analysen von gezielt gestaltetem Geschriebenem in der Art, wie es auf Verpackungen platziert wird, damit, das Geschriebene, da gestalterische Aspekte traditionell nicht zu den grammatischen Kernbereichen gezählt werden (vgl. Nübling et al. 2017: 14), von der gestalterischen Form zu abstrahieren und es als nicht-satzförmige Ausdrücke bzw. Ellipsen einzustufen (vgl. Schmitz 2011a: 37, 2011b: 98–99, 2021: 29). An diesem Punkt knüpft diese Arbeit daher an und

versucht, die Forschungslücke zwischen grammatischen Analysen des sogenannten reinen Sprachlichen und Untersuchungen zu Sprache-Bild-Beziehungen zu schließen.

Um multimodale Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit auf der Grundlage von schriftbildlich gestaltetem Geschriebenem auf Lebensmittelverpackungen zu ermitteln, erweitert die vorliegende Dissertation die sprachwissenschaftliche Perspektive zudem in praxistheoretischer Hinsicht. Anstatt allein das Geschriebene in den Blick zu nehmen, soll nach dessen Rolle in der Wahrnehmung auf der Seite der Verbraucher:innen im Zuge ihres Verhaltens am stationären Verkaufsort gefragt werden. Folglich schließt diese Arbeit viertens an das Forschungsfeld der Praktiken an (vgl. Reckwitz 2002, 2003, 2016; Schatzki 2001; Schmidt 2012), deren Stellenwert in der Linguistik generell zunimmt (vgl. Deppermann et al. 2016: 1). Bei der Beschreibung des Verhaltes am stationären Point of Sale (PoS) können Erhebungen aus der empirischen Wahrnehmungsforschung helfen, u. a. Erkenntnisse aus Eyetracking-Versuchen und Aufzeichnungen des Bewegungsverhaltens (vgl. N. Berghaus 2005; Gröppel-Klein et al. 2006; Hofer/Kurz 2007; Hurley et al. 2012, 2017). Mithilfe derartiger Daten möchte diese Arbeit das Geschriebene auf Lebensmittelverpackungen für die grammatische Analyse auf dasjenige fokussieren, das durch Verbraucher:innen wahrgenommen wird. Dadurch soll sich erschließen, inwieweit über Lebensmittelverpackungen im Moment der Lektüre (vgl. Hausendorf et al. 2017: 20–23) zerdehnt kommuniziert werden kann. Dementsprechend perspektiviert die vorliegende Dissertation die Analyse von multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit als eine „Konstruktionen-in-Praktiken-Analyse“ (Merten 2018: 146). Denn Konstruktionen als abstrakte linguistische Einheiten bilden sich grundsätzlich aus dem konkreten Sprachgebrauch in der (zerdehnten) Kommunikation im Vollzug von Praktiken heraus.

Weder für die Untersuchung von multimodalen Konstruktionen noch für die Erstellung von Bildkorpora, z. B. aus Bildern von Lebensmittelverpackungen, existieren jedoch – anders als für die Arbeit mit digitalisierten Texten (vgl. Sinclair 1991: 13–26, 1998: 113–120; Perkuhn et al. 2012: 45–56; Lemnitzer/Zinsmeister 2015: 39–89) – Standards in der linguistischen Forschung (vgl. Schmitz 2016a: 243–244, 2018a). Folglich knüpft die vorliegende Dissertation fünftens an korpuslinguistische Arbeiten an und erweitert das empirische Vorgehen um den Umgang mit Bildern. Für die Erstellung und Verwaltung eines Korpus aus Bildern von Lebensmittelverpackungen wird ein softwarebasiertes Verfahren mittels MAXQDA angestrebt. Für die Untersuchung von multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit greift diese Arbeit das Verfahren der Kollektionsanalyse auf, das aus der Konversationsanalyse stammt (vgl. Schegloff 1997; Barth-Weingarten 2006; Lanwer 2020), und kombiniert dieses mithilfe eines erweiterten Eliminierungs-/Substitutionstests (vgl. Duden 2016: 129–132; Ziem 2017: 8) zu einem musterorientierten

(vgl. Bubenhofer 2009) multimodalen konstruktionsgrammatischen Analyseverfahren. Dadurch können im Korpus identifizierte multimodale Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit in einer angepassten Art von Wert-Attribut-Kästen (vgl. Imo 2007: 40) notiert werden.

Aus dem überblicksartig zusammengefassten Stand der Forschung zu multimodalen Konstruktionen sowie tangierenden Forschungsfeldern ist somit zu schließen, dass im Hinblick auf den Untersuchungsgegenstand der Lebensmittelverpackungen bislang keine multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit bekannt sind. Dementsprechend ist es folgerichtig, dass weder bei Markennamen noch bei Warennamen oder nicht-verbalen Prädikaten, die diese Arbeit als essenzielle Elemente der Kennzeichnung von Lebensmitteln durch schriftbildlich gestaltetes Geschriebenes auf deren Verpackungen herausarbeiten möchte, die Gestaltung bisher ein relevanter Faktor bei der grammatischen Analyse gewesen ist. Bei Markennamen wie *milka*, *Rama* oder *Selters* gilt zwar die strukturelle Zusammensetzung als weithin gut erschlossen (vgl. Koß 1996a, 1996b, 2008; Platen 1997; Ronneberger-Sibold 2004; Zilg 2006 bzw. Lobin 2020). Die Rolle der Schriftbildlichkeit für den grammatischen Status als Markenname ist jedoch noch nicht erkannt worden (vgl. Dübbert 2021, 2023). Bei Warennamen, die in der linguistischen Forschung nicht immer von Markennamen unterschieden werden, wie *Nivea Visage Optimale 3* oder *Nivea For Men Cool Kick After Shave Balsam* sind sowohl die Arten der Zusammensetzung größtenteils unbekannt (vgl. Janich 2013: 63; Nübling et al. 2015: 267) als auch die Frage, wie deren musterhafte schriftbildliche Gestaltung relevant für ihre grammatische Erfassung sein kann. Ebenso hat die Schriftbildlichkeit gegenwärtig bei der Analyse von nicht-verbalen Prädikaten (vgl. Dik 1980: 90–111, 1997a: 193–216; Hengeveld 1992) keinen Stellenwert. In der Gesamtheit strebt diese Arbeit demnach an, erstens Markennamen, zweitens Warennamen und drittens nicht-verbale Prädikate auf Lebensmittelverpackungen als multimodale Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit zu erfassen, um diese dadurch grundsätzlich linguistisch zugänglich zu machen und zur generellen sprachwissenschaftlichen Erschließung von Verpackungen beizutragen.

1.3 Gliederung der Arbeit

Die vorliegende Dissertation unterteilt sich in insgesamt acht übergeordnete Kapitel. Nach diesem einführenden Kapitel 1 wird die Arbeit in Kapitel 2 umfassend thematisch gerahmt. Das bedeutet konkret, Lebensmittelverpackungen als schriftbildlich gestaltete, multimodale Sehkörper in der Praktik des Alltagskonsums einzuführen. Zu diesem Zweck zeigt Kapitel 2.1 zunächst genauer auf, dass die Schriftbildlichkeit ein inhärenter Bestandteil von geschriebener Sprache ist. Kapitel 2.1.1 setzt den Be-

griff der Schriftbildlichkeit dazu in Beziehung zu den verwandten Begriffen der Typografie, des Textdesigns und der Graphostilistik, wodurch das vorliegende Verständnis der Schriftbildlichkeit eingegrenzt wird. Mithilfe eines Beschreibungsmodells aus mehreren Ebenen und Dimensionen, das in Kapitel 2.1.2 erarbeitet wird, sind schriftbildliche Aspekte daraufhin deskriptiv erfassbar.

Kapitel 2.2 legt das Verhältnis des Begriffs der Schriftbildlichkeit zur Multimodalität dar. Um diese Relation zu klären, sind weitere begriffliche Differenzierungen notwendig: Zunächst wird in Kapitel 2.2.1 ausgeführt, was unter Medien und Multimedialität zu verstehen ist, damit davon im anschließenden Kapitel 2.2.2 Modalitäten als Sinnesmodalitäten und in der Folge Multimodalität abgegrenzt werden können. Leitend für diese Bestimmungen ist die Annahme, dass Kommunikation sowohl im Gesprochenen als auch im Geschriebenen nicht ausnahmsweise im weiteren Sinne multimodal ist, sondern standardmäßig.

Lebensmittelverpackungen als Sehkörper und Kommunikationsform zu perspektivieren, ist das Teilziel in Kapitel 2.3. Als Grundlage für diese Einordnung wird in Kapitel 2.3.1 das Verständnis von Sehflächen als Arrangements aus Geschriebenem und (Schrift-)Bildlichem eingeführt. Daraus leitet sich die Schlussfolgerung ab, dass sich Lebensmittelverpackungen aus mehreren Sehflächen zusammensetzen und somit integrative Sehkörper bilden. In Kapitel 2.3.2 werden darauffolgend text- und medienlinguistische Ansätze zur Erfassung von Lebensmittelverpackungen vergleichend erläutert, da diese bei der generell geringen Beachtung von Lebensmittelverpackungen in der Linguistik am ehesten zur sprachwissenschaftlichen Erschließung dieses Forschungsgegenstandes beitragen. Vorrangig wird in dieser Hinsicht diskutiert, inwieweit sich Verpackungen von Lebensmittelverpackungen bzw. das Geschriebene darauf als Texte, Medien und/oder Kommunikationsformen erfassen lassen.

Da Kommunikation über Geschriebenes auf Lebensmittelverpackungen allein zerdehnt im Moment der Wahrnehmung des darauf schriftbildlich gestalteten Geschriebenen stattfindet, erörtert Kapitel 2.4, was Verbraucher:innen beim alltäglichen Einkaufen typischerweise auf Verpackungen von Lebensmitteln ‚sehlesen‘. Zu diesem Zweck werden Lebensmittelverpackungen im weiteren Zusammenhang des Einkaufsverhaltens in den Blick genommen, was in Kapitel 2.4.1 als die allgemeine Praktik des Alltagskonsums ausgearbeitet wird. In Kapitel 2.4.2 wird daraufhin erörtert, inwiefern im Moment des Sehlesens von Geschriebenem auf Verpackungsvorderseiten zerdehnt kommuniziert wird, sodass diese für die Analyse von multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit ins Zentrum rücken.

Auf der Grundlage dieses thematischen Rahmens dient Kapitel 3 der gebrauchsbasierten konstruktionsgrammatischen – bzw. genauer: kognitiv-grammatischen – Einbettung. Dazu wird in Kapitel 3.1 erörtert, inwieweit es sich bei der Kognitiven

Grammatik um eine konstruktionsgrammatische Variante handelt. Dementsprechend wird in Kapitel 3.1.1 das kognitiv-grammatische Verständnis von Konstruktionen als symbolische Kompositionen bzw. Zusammenfügungen aus einem semantischen Pol und einem phonologischen Pol dargelegt, die aus den beiden direkten Erfahrungsbereichen der Konzeptualisierung und der (wahrnehmbaren) Form resultieren. Dieser Konzeption von symbolischen Kompositionen liegt eine spezifische Sichtweise auf die Relation von der Grammatik einer Sprache und der Form von sprachlichen Einheiten zugrunde. Diese kognitiv-grammatische Auffassung von Grammatik und Form zu erläutern, ist das Teilziel in Kapitel 3.1.2. Auf dieser theoretischen Basis expliziert Kapitel 3.1.3, wie Konstruktionen über Entrenchment und Konventionalisierung emergieren und wie sich aus Konstruktionen ein Wissens-Netzwerk – das Konstruktikon einer Sprache – bildet. Dieses spezifische Verständnis von Konstruktionen als symbolische Kompositionen, die sich aus unmittelbaren Erfahrungsbereichen ableiten, indem sie sich kognitiv verankern sowie sprachgemeinschaftlich gebräuchlich werden, bietet wertvolles Potenzial für die Erforschung von multimodalen Konstruktionen, was in Kapitel 3.2 entfaltet werden soll. Um dies zu erreichen, erörtert Kapitel 3.2.1, dass Konstruktionen in der Kommunikation aus konkreten Sprachgebrauchsereignissen im Zuge des Vollzugs von Praktiken emergieren, wobei prinzipiell jeder Aspekt eines Sprachgebrauchsereignisses ein Bestandteil einer Konstruktion werden kann. Dies schließt auch schriftbildliche Aspekte nicht aus, was wiederum die Feststellung von multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit im Grundsatz ermöglicht. Da das Potenzial zur Untersuchung von multimodalen Konstruktionen bislang vor allem in der Forschung zu gesprochener Sprache entdeckt worden ist, fasst Kapitel 3.2.2 diese Pionier-Arbeit zusammen, bevor Kapitel 3.2.3 ein Modell multimodaler Konstruktionen in der geschriebenen Sprache vorschlägt.

An die thematische Rahmung sowie die theoretische Modellierung von multimodalen Konstruktionen schließt in Kapitel 4 die Vorstellung des analytischen Vorgehens an. Für die Erforschung von multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit wird eine entsprechende Datensammlung benötigt: ein Korpus aus Bildern, welches das Geschriebene auf Vorderseiten von Lebensmittelverpackungen nicht von seiner schriftbildlichen Gestaltung abstrahiert, sondern die Schriftbildlichkeit fotografisch konserviert. Die Beschreibung der Erstellung des Korpus „Alltagskonsumkosmos“ erfolgt in Kapitel 4.1. Kapitel 4.2 entwickelt ein multimodales konstruktionsgrammatisches Analyseverfahren, bei dem es sich um eine innovative Kombination aus einer musterorientierten Kollektionsanalyse und grammatischen Proben handelt, die auf die Feststellung von multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit zugeschnitten sind. Kapitel 4.3 grenzt den Analysefokus auf diejenigen Ergebnisse der empirischen Untersuchung ein, die in den danach folgenden Kapiteln ausgehend vom konkreten linguistischen Phänomen

und stets unter Einbezug nicht nur von prototypischen Beispielen, sondern auch von Zweifelsfällen vorgestellt werden.

Als erstes übergeordnetes Ergebnis der empirischen Untersuchung werden in Kapitel 5 Markennamen, mit denen Hersteller:innen auf ihre Marken verweisen, als multimodale Konstruktionen präsentiert. Zwar gelten die Arten der Zusammensetzung von Markennamen als vergleichsweise gut erforscht. Allerdings ist in der bisherigen Forschung keine Relevanz der schriftbildlichen Gestaltung von Markennamen als Logos für deren grammatischen Status als Namen erkannt worden. Die vorliegende Dissertation zeigt im Gegensatz dazu in Kapitel 5.1 auf, dass ein kognitiv verankertes und konventionalisiertes Schriftbild eines wohlbekannten Markennamens wie *Coca-Cola* oder *nutella* zum Aufrufen der entsprechenden Markennamen-Konstruktion führen kann. Dementsprechend kann die Schriftbildlichkeit von Markennamen ein konstruktionsevozierendes Element und somit grammatisch bedeutsam sein, wodurch die Annahme von Markennamen als multimodale Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit berechtigt ist. Außerdem kann die schriftbildliche Gestaltung von lexikalisch übernommenen Markennamen ein weiterer Indikator für die Entwicklung zu einem Markennamen sein, wie in Kapitel 5.2 dargelegt wird.

In Kapitel 6 werden Warennamen, mit denen Hersteller:innen auf ihre Waren referieren, als zweites Resultat für die Untersuchung von multimodalen Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit erläutert. Warennamen werden aus mehreren Bestandteilen komponiert, wozu neben dem Markennamen i. d. R. unterschiedliche Spezifikatoren gehören. Diese Arbeit deckt auf, dass typischerweise im Schriftbild der Warennamen angezeigt ist, wie sich diese Komponenten in grammatischer Hinsicht zusammensetzen. Bei der Komposition von Warennamen wirkt demnach das Konzept der diagrammatischen Ikonizität, wodurch sich Warennamen als multimodale Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit qualifizieren. Folglich lassen sich im Korpus der vorliegenden Untersuchung übergeordnet vier Typen von Warennamen herausarbeiten, deren grammatische Komposition ohne die Beachtung der schriftbildlichen Gestaltung vage bleibt: Warennamen aus einem Markennamen als Profildeterminante, Warennamen aus einem Markennamen und einem Sub-Markennamen als mehrteilige Profildeterminante, Warennamen aus einem Appellativum als Profildeterminante mit einem Markennamen als lockere Apposition sowie Warennamen aus einem Appellativum als Profildeterminante mit einem Markennamen und einem Sub-Markennamen als mehrteilige lockere Apposition. Die Präsentation und Diskussion dieser Warennamentypen inklusive weiterer Subtypen erfolgt in den Kapiteln von 6.1 bis Kapitel 6.4.

Für das dritte wesentliche Ergebnis richtet die quantitativ unterstützte qualitative Studie auf der Grundlage von Bildern von primären Verpackungen von Le-

bensmitteln in Kapitel 7 den Fokus auf verschiedene Arten von nicht-verbalen Prädikationen. Im Rahmen der Lebensmittelkennzeichnung ist es üblich, dass Hersteller:innen zusätzlich zu Markennamen und Warennamen Schriftzüge auf den Verpackungsvorderseiten platzieren, mit denen sie allgemein aufwertende Aussagen über ihre Waren tätigen. Diese Aussagen werden ausgedrückt, ohne dafür Verben zu gebrauchen. Indem Hersteller:innen derartige Schriftzüge gestalterisch an den jeweiligen Warennamen anschließen, beeinflusst vielmehr die gestalterische Verknüpfung maßgeblich das Verständnis: Die Ware, auf die der jeweilige Warenname verweist, wird zum primären Fokus einer präzisierenden Relation, dessen sekundärer Fokus auf dem nicht-verbalen Prädikat liegt, das etwas zur zusätzlichen Aufwertung über die Ware aussagt. Insofern ist die Schriftbildlichkeit von nicht-verbalen Prädikaten auf Vorderseiten von Lebensmittelverpackungen grammatisch relevant und die Zusammenfügungen aus Warennamen und solchen aussagenmachenden nicht-verbalen Prädikaten qualifizieren sich als multimodale Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit. Vor allem sind es Präpositional-, Adjektiv- und Nominalphrasen ohne die Verwendung einer verbalen Einheit, mit denen Hersteller:innen (absatz-)förderliche Aussagen tätigen. Somit werden in Kapitel 7.1 Präpositionalphrasen – insbesondere mit *ohne*, *mit* und *aus* als Profildeterminanten – als nicht-verbale Prädikate identifiziert, womit Hersteller:innen die (In-)Existenz bestimmter gustatorischer Eigenschaften angeben. In Kapitel 7.2 werden unflektierte Adjektivphrasen als typische nicht-verbale Prädikate herausgearbeitet, mit denen Hersteller:innen ihren Waren eine weitere, generell zuträgliche Eigenschaft zuweisen. Kapitel 7.3 macht Nominalphrasen als nicht-verbale Prädikate im Korpus aus, mit denen meist die Zugehörigkeit zu einer Klasse oder eine dingliche Eigenschaft zugeschrieben wird.

Kapitel 8 bildet das abschließende Fazit. Dazu werden die zentralen Inhalte der vorliegenden Dissertation zusammengefasst und reflektiert. Da alle (Teil-)Kapitel neben einordnenden einführenden Abschnitten auch Zwischenfazits enthalten, wird die finale Zusammenfassung kurz gehalten. Darüber hinaus wird ein Ausblick auf weitergehende Forschung gegeben.