

7 Nicht-verbale Prädikate zur Warenbewerbung

Für das dritte übergeordnete Resultat bei der Auswertung des Korpus Alltagskonsumkosmos hinsichtlich multimodaler Konstruktionen mit musterhafter Schriftbildlichkeit rücken Schriftzüge in Front-Sehflächen von Lebensmittelverpackungen wie *mit 11% Sesam*, *SAHNIG•MILD* oder *Spezialität aus Hartweizengrieß* in den Blick (s. Abb. 123). Diese tragen nicht elementar zur direkten Referenz auf die jeweilige Marke *GUT & GÜNSTIG*, *KOCHs* und *EDEKA* bei, weshalb sie bei der Analyse von Markennamen (s. Kap. 5) keine zentrale Rolle spielen. Auch dienen diese Schriftzüge nicht primär der eindeutigen Unterscheidung der Waren mit den Namen *GUT & GÜNSTIG Knäckebrot Sesam*, *KOCHs SAHNE MEERRETTICH* und *EDEKA COUS-COUS*. Andernfalls wären sie, wie dies in Kapitel 6 ausführlich erläutert worden ist, Bestandteile der zusammengesetzten Warennamen – allerdings bestehen in dieser Hinsicht, wie weiter zu zeigen ist, fließende Übergänge. Hersteller:innen verwenden solche zur Lebensmittelkennzeichnung gebräuchlichen Schriftzüge (s. Kap. 2.3.1), um damit – übergeordnet betrachtet – verschiedenartige, positiv charakterisierende Aussagen über die in den Verpackungen enthaltenen Waren zu tätigen. Die unterschiedlichen Aufwertungen sollen demnach zum übergeordneten Ziel beitragen, dass die Packungen gelesen und letztlich verkauft werden.



Abb. 123: Typische Schriftzüge zur Warenbewerbung (IMG_2251; Kochs Meerrettich; Edeka Couscous).

Sprachwissenschaftlich bemerkenswert an Schriftzügen wie den in Abb. 123 hervorgehobenen ist, dass die Hersteller:innen diese allgemein aufwertenden Aussagen auf den Verpackungsvorderseiten nicht verbal im engeren Sinne ausdrücken, d. h. nicht durch den Gebrauch von präzisierenden, ggf. mit Auxiliar- oder Modalverben kombinierten Vollverben. Nicht einmal ein Kopulaverb, das im Deutschen für die Ausführung einer nominalen Prädikation gebräuchlich ist, wird verwen-

det. Stattdessen führen die Hersteller:innen den propositionalen Akt des Präzizierens durch eine Präpositional-, Adjektiv- und Nominalphrase aus – ohne die Verwendung einer verbalen Einheit. Diese Schriftzüge können daher als eine Art von nicht-verbalen Prädikaten verstanden werden.

Zur Auseinandersetzung mit solchen nicht-verbalen Prädikaten hilft es, in die erweiterte kognitiv-grammatische Untersuchungsperspektive Überlegungen der Funktionalen Grammatik (Dik 1980, 1997a, 1997b; Hengeveld 1992) einfließen zu lassen. Die Funktionale Grammatik analysiert Sprache grundsätzlich ebenfalls „vor dem Hintergrund des Sprachgebrauchs“ (Smirnova/Mortelmans 2010: 21) und besitzt zur Untersuchung von nicht-verbalen Prädikaten „a very solid background“ (Herrero-Blanco/Salazar-García 2005: 283), allerdings weist sie ein „starkes Maß an Formalismus“ (Smirnova/Mortelmans 2010: 19) auf (vgl. weiterführend Smirnova/Mortelmans 2010: 17–47, 213–223; Hengeveld/Mackenzie 2010, 2014; de Groot 1989: 171–210). Ein nicht-verbales Prädikat kann grundlegend „be defined negatively as a predicate that is not a verb“ (Hengeveld 1992: 27). Das Prädikat, mit dem eine Aussage über ein Referenzobjekt getätigt wird, ist anstelle eines (Voll-)Verbs somit beispielsweise eine Adjektiv-, Nominal- oder Präpositionalphrase. Zu nicht-verbalen Prädikationen zählen zum einen nicht-verbale Prädikate, die allein gebraucht werden, d. h. ohne jegliches Verb. Zum anderen gehören zu nicht-verbalen Prädikationen auch nicht-verbale Prädikate, die in Kombination mit einem Kopulaverb verwendet werden. Dementsprechend ist eine nicht-verbale Prädikation „not the same as a nominal or verbless sentence“ (Hengeveld 1992: 26). Schließlich ist die Einordnung als Satz eine Frage der „morpho-syntactic analysis“ (Hengeveld 1992: 26), während Prädikationen auf der Grundlage des semantisch-pragmatischen Profils eines Ausdrucks analysiert werden (s. Kap. 3.2.3). Anhand von Beispielen aus dem Korpus Alltagskonsumkosmos lassen sich die verschiedenen Arten von Prädikationen illustrieren (s. Abb. 124). Nicht-verbale Prädikationen sind demnach zunächst von verbalen Prädikationen wie *Gelingt immer!* als Bewerbung der Ware mit dem Namen *reis-fit NATUR-REIS* zu unterscheiden, weil mit ihnen eine Aussage nicht durch den Gebrauch eines (Voll-)Verbs getätigt wird. Bei nicht-verbalen Prädikationen wird die Aussage entweder wie bei *ist cross und doch ganz zart* auf der Verpackungsrückseite von *LEICHT & CROSS Vollkorn* unter Hinzunahme einer Kopula getätigt oder aber gänzlich ohne Kopula wie bei *NEU* als Bewerbung der *Knorr KNOBLAUCH SAUCE*.

Die Zusammenfassung von Prädikationen mit dem oder ohne den Gebrauch von einer Kopula als nicht-verbale Prädikationen wird in der Funktionalen Grammatik aus einer typologischen Perspektive damit begründet, dass „the same type of semantic relation can be expressed in non-verbal predications with or without a copula“ (Hengeveld 1992: 28). Als diese sprachübergreifenden Funktionen von nicht-verbalen Prädikationen werden je nach Art des referierenden Elements und des Prädikats die Eigenschaftszuweisung, Klassenzugehörigkeit, Identifikation, Lokali-

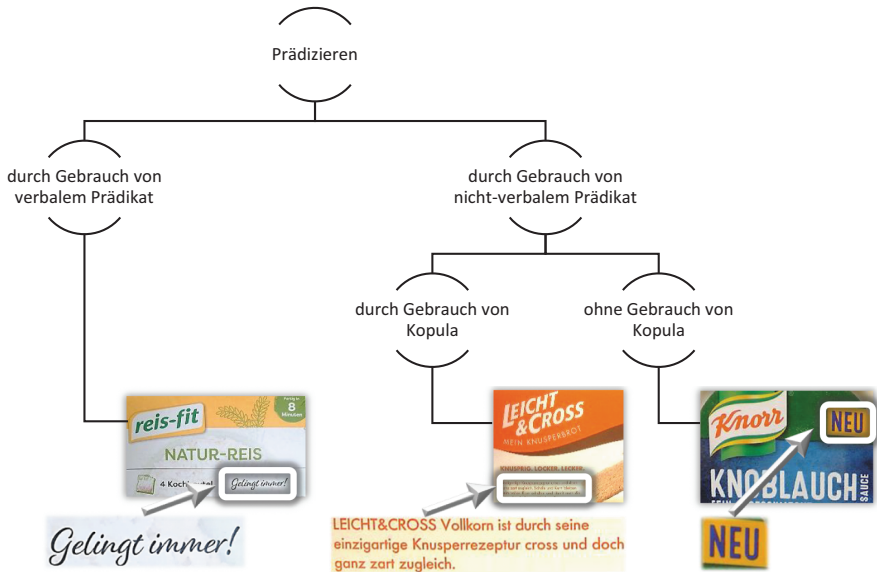


Abb. 124: Prädizieren im Korpus Alltagskonsumkosmos (DSC_0594; IMG_2239; L1010228).

sierung, Existenz und Possession festgemacht (s. Tab. 11). Mit der Erfüllung dieser Funktionen hat die Kopula folglich „nothing to do“ (Dik 1997a: 205), da die Zusammenfügung durch das non-verbale Prädikat – und nicht durch die Kopula – bedingt ist (vgl. Hengeveld 1992: 29). Das bedeutet, die funktional verschiedenen Aussagen in nicht-verbalen Prädikationen werden nicht hauptsächlich durch den Gebrauch einer Kopula getätigt, sondern über die nicht-verbalen Prädikate. Die Eigenschaftszuweisung von *lecker* zu *Pizza* etwa liegt demnach in dem prädikativ gebrauchten Adjektiv *lecker*. Zwar wird für eine solche Aussage im Deutschen standardmäßig ein Kopulaverb benötigt: *Pizza ist lecker*. In anderen Sprachen, beispielsweise im Russischen, kann diese Aussage mit der gleichen Funktion der Eigenschaftszuweisung hingegen ohne Kopula getätigt werden: *Pizza vkusnaja* (Пицца вкусная).

In der äußersten Auslegung gelten Kopulaverben daher als „semantically empty supportive device“ (Hengeveld 1992: 33). Der Hauptnutzen einer Kopula liegt demnach darin, es einem nicht-verbalen Prädikat durch ihren Gebrauch zu ermöglichen, „to act as a main predicate in those languages and under those circumstances in which this non-verbal predicate could not fulfil this function on its own“ (Hengeveld 1992: 32). Die Funktion einer Aussage „must thus reside in the type of predicate applied rather than in the copula“ (Dik 1997a: 206), während eine Kopula verwendet wird, um „to code the distinctions for Tense, Aspect, and Mood“ (Dik 1997a: 198). Im Umkehrschluss hat dies zur Folge, dass bei nicht-verbalen Prädika-

Tab. 11: Funktionen von nicht-verbalen Prädikationen (adaptiert nach Dik 1980: 111).

Struktur des Trajektors	Struktur des nicht-verbalen Prädikats	Funktion	Beispiel
universal	AdjP	Eigenschaftszuweisung	<i>Pizza ← lecker</i>
universal	(in)definite NP	Eigenschaftszuweisung	<i>das Wetter ← ein Traum</i>
definite NP	indefinite NP	Klassenzugehörigkeit	<i>Peter ← Lehrer</i>
indefinite NP	indefinite NP	Klassenzugehörigkeit	<i>Sofas ← Möbelstücke</i>
universal	definite NP	Identifikation	<i>Hans ← der Täter</i>
definite NP	AdvP/PräpP	Lokalisierung/Existenz	<i>Ina ← draußen</i>
indefinite NP	PräpP/AdvP	Existenz/Lokalisierung	<i>Blumen ← im Garten</i>
definite NP	possessive NP	Possession	<i>Das Buch ← meins</i>

tionen ohne den Gebrauch eines Kopulaverbs „distinctions of Tense, Mood, Aspect, etc., which can only be marked on verbal predicates, cannot be made“ (Dik 1980: 92). Selbst in Sprachen wie dem Russischen ist die Kopula in Sprachgebrauchsereignissen jedoch nicht gänzlich inexistent, sondern sie wird typischerweise „in the most unmarked sentence type“ (Dik 1980: 92) nicht gebraucht, d. h. vor allem „in sentences with Present tense, Indicative Mood, and neutral Aspect“ (Dik 1980: 92).

Aus einer kognitiv-grammatischen Sichtweise ist diese äußerste Auslegung von Kopulaverben, wonach diese als bedeutungslos und als allein zur Markierung von u. a. Tempus und Modus einsetzbar betrachtet werden, jedoch zu relativieren. Mit der Grundannahme, dass die Grammatik einer Sprache der Strukturierung von Konzeptualisierungen dient, ist die Auffassung von bedeutungslosen Kopulaverben gewiss nicht vereinbar. Zwar gilt auch mit einem kognitiv-grammatischen Ansatz, dass eine Kopula grundsätzlich dazu dient, „giving temporal extension to a nonprocessual complement“ (Langacker 2008: 398). Eine Kopula ist in diesem Sinne „a meaningful element whose primary function is temporal and aspectual“ (Langacker 1991: 65). Außerdem wird angenommen, dass „most of the relational predication’s conceptual content resides in its landmark“ (Langacker 1991: 66), d. h. in dem „predicate nominative“ (Langacker 1991: 64) bzw. dem nicht-verbalen Prädikat. Allerdings werden unterschiedliche nicht-verbale Ausdrücke mittels der Verwendung eines Kopulaverbs zu verschiedenartigen Prädikationen: Der Gebrauch eines Kopulaverbs indiziert, dass „its trajector bears a relationship to some entity, leaving unspecified both the nature of that entity and how they might be related“ (Langacker 2008: 397). Dadurch ist ein nicht-verbales Prädikat „relational despite its nominal form“ (Langacker 1991: 66), sodass „the predicate nominative is treated as a stative relation“ (Langacker 1991: 65). Die Kopula fungiert somit als das relationierende Element, deren Gebrauch die Konzeptualisierung beeinflusst und das in der Konsequenz nicht vollständig bedeutungslos sein kann.

Die eigentlichen Aussagen werden bei nicht-verbalen Prädikationen folglich durch die jeweiligen nicht-verbalen Prädikate getätigt. In Sprachen wie dem Deutschen braucht es zur Zuschreibung dieser Aussagen (Landmarken) zu einem Referenten (Trajektor) prinzipiell – auch im Indikativ Präsens – eine Kopula, die der Relationierung dient (vgl. Ferguson 1971: 141–142). Sind beispielsweise auf den Verpackungen von Waren mit den Namen *GUT & GÜNSTIG Knäckebrot Sesam*, *KOCHs SAHNE MEERRETTICH* und *EDEKA COUSCOUS* (s. Abb. 123) nicht-verbale Prädikationen ohne Kopula wie *mit 11% Sesam*, *SAHNIG·MILD* und *Spezialität aus Hartweizengrieß* zu sehlesen, wird die nicht-prozessuale Relation der Prädikate zu den jeweiligen Warennamen augenscheinlich anderweitig hergestellt. Tätigen Hersteller:innen zur Bewerbung ihrer Waren auf deren Verpackungen nicht-verbale Prädikationen ohne den Gebrauch einer Kopula, erfüllen sie die Funktion der Relationierung offenbar mit einem anderen Element als einer Kopula. Zur Klärung dieser Art der Relationierung ist für eine konsequente sprachgebrauchsbasierte Untersuchung der funktional-grammatische Grundsatz entscheidend, „[to] assume the copular verb not be present in the underlying representation“ (Dik 1980: 93). Es geht demzufolge nicht darum, die Nicht-Verwendung der Kopula auf der Grundidee von Ellipsen (s. Kap. 3.2.1) als Abwesenheit eines zugrundeliegenden, prinzipiell anwesenden Kopulaverbs zu rekonstruieren. Vielmehr ist es somit das Ziel, typische Beschriftungen von Lebensmittelverpackungen zur Bewerbung wie *mit 11% Sesam*, *SAHNIG·MILD* und *Spezialität aus Hartweizengrieß* als einen Teilbereich des Konstruktions des Deutschen (s. Kap. 3.1.3) aus nicht-verbalen Prädikationen ohne Kopula herauszuarbeiten. Dementsprechend werden Erläuterungen für den tatsächlichen Sprachgebrauch im Korpus Alltagskonsumkosmos angestrebt, die – neben den Erklärungen für den Gebrauch eines Kopulaverbs für „just those conditions in which it does appear“ (Dik 1980: 93) – diese Fälle, in denen kein Kopulaverb gebraucht wird, nicht als eine abhängige Art von Ableitung verstehen.

Eine elementare Rolle für die Relationierung von nicht-verbalen Prädikaten auf Vorderseiten von Lebensmittelverpackungen spielt, wie genauer zu zeigen ist, die musterhafte gestalterische Verbindung zwischen Warennamen (Trajektor) und nicht-verbalen Prädikaten (Landmarke). Zu diesem typischen Schriftbild gehört grundsätzlich eine mesoschriftbildlich relativ geringe Distanz sowie eine makroschriftbildliche Akzentuierung der Prominenzverhältnisse. Auch wichtig ist die paraschriftbildliche Indexikalität, die generell einen Indikator für die Fakultativität zum Gebrauch einer Kopula darstellt (vgl. Hengeveld 1992: 208), der nicht-verbalen Prädikate, die dinggebunden auf den Verpackungen der darin enthaltenen Waren geschrieben stehen. Durch diese indexikalische Dinggebundenheit sind die nicht-verbalen Prädikate letztlich auch gegroundet. Das bedeutet, das Grounding als „an aspect of conceptual organization“ (Langacker 2008: 272) – und keine „grammatical category (like noun, verb, or preposition)“ (Langacker 2008: 272) – ist demnach ge-

geben bzw. die semantische Funktion, eine „epistemic relationship between the ground and the profiled thing“ (Langacker 2008: 275) herzustellen, ist erfüllt (vgl. auch M. Hennig 2010: 82). Bei dieser Art des Groundings handelt es sich aufgrund der paraschriftbildlichen Indexikalität jedoch um ein „covert“ (Langacker 2008: 272) Grounding, bei dem die gesamte Zusammenfügung – inklusive der indexikalischen Dinggebundenheit – verborgen „fulfills the grounding function“ (Langacker 2008: 497). Dadurch unterscheidet sich diese Art des Groundings vom „overt“ (Langacker 2008: 272) Grounding, bei dem „a separate overt element“ (Langacker 2008: 497) wie ein Artikelwort die Relationierung zwischen Ground und profiliertem Ding übernimmt. Mit der typischen Gestaltung seitens der Hersteller:innen wird demnach die Relationierung vom jeweiligen Warennamen als der Trajektor und dem nicht-verbalen Prädikat als die Landmarke indiziert. Die Schriftbildlichkeit übernimmt somit die grammatische Funktion der Verknüpfung von Warennamen und nicht-verbalen Prädikaten, die in für das Deutsche prototypischen, nicht-verbalen Prädikationen durch den Gebrauch einer Kopula ausgedrückt würde. Hervorzuheben ist, dass die musterhafte schriftbildliche Verknüpfung von Warennamen und nicht-verbalen Prädikaten die Funktion der Relationierung erfüllt. Das bedeutet somit nicht, dass sie dadurch eine vermeintlich zugrundeliegende Kopula ersetzt, deren Gebrauch dazu generell fungiert. Die Annahme einer Art von „zero copula“ (Stassen 1994: 108) erübrigt sich dementsprechend.

Indem sie die Relationierung von Warennamen und nicht-verbalen Prädikaten auf Lebensmittelverpackungen indiziert, ist die Schriftbildlichkeit dieser Schriftzüge entscheidend für das Verständnis. Die Gestaltung ist folglich diagrammatisch-ikonisch (s. auch Kap. 6) und macht Grammatik zugleich nicht überflüssig, sondern ist grammatisch relevant. Auch Schriftzüge wie *mit 11% Sesam*, *SAHNIG•MILD* und *Spezialität aus Hartweizengrieß* sind daher bei der Auswertung des Korpus Alltagskonsumkosmos hinsichtlich der Feststellung von multimodalen Konstruktionen mit musterhafter Schriftbildlichkeit zu beachten. Zu den typischen Arten von nicht-verbalen Prädikaten ohne Kopula, mit denen Hersteller:innen werbende Aussagen über in derart beschrifteten Verpackungen enthaltenen Waren tätigen, zählen im Korpus Alltagskonsumkosmos, wie durch Abb. 123 bereits angedeutet worden ist, vor allem (In-)Existenz zuschreibende Präpositionalphrasen mit 477 Belegen (s. weiter Kap. 7.1), Eigenschaften zuweisende Adjektivphrasen mit 384 Belegen (s. weiter Kap. 7.2) und Klassenzugehörigkeit bzw. Eigenschaften angegebende Nominalphrasen mit 888 Belegen (s. weiter Kap. 7.3). Aus einer sprachgebrauchsbasierten Perspektive stellen diese Phrasen einander begleitende, näher zu beleuchtende primäre Prädikationen dar, über die in den Momenten des Sehlesens zerdehnt kommuniziert wird.

7.1 (In-)Existenz zuschreibende Präpositionalphrasen

Die erste Gruppe von nicht-verbalen Prädikaten ohne Kopula im Korpus Alltagskonsumkosmos bilden Präpositionalphrasen. Die Profildeterminante einer Präpositionalphrase ist eine Präposition (s. Abb. 125), die als ein Relator „profiles a nonprocessual relationship between two things“ (Langacker 2008: 198) bzw. allgemeiner zwischen „two relata“ (van Langendonck 2007: 411; vgl. auch Tophinke/Dübberdt 2024: 97). Das erste Relatum, als „primary focal participant“ (Langacker 2008: 71) der Trajektor (Tr), ist „more general in nature“ (van Langendonck 2007: 411), da Präpositionen „are indifferent as to the nature of their trajector“ (Langacker 2008: 117). Als erstes Relatum kommt somit prinzipiell jegliche Entität – von einem Thing bis zu einer Relation – infrage, weshalb es in Abb. 125 als Rechteck visualisiert wird. Das zweite Relatum, als „secondary focal participant“ (Langacker 2008: 113) die Landmarke (Lm), wird genauer durch eine „nominal component“ (Langacker 2008: 198) elaboriert, ist das distinktive Merkmal von Präpositionen schließlich „the conferring of secondary focal prominence on a thing“ (Langacker 2008: 117). Dementsprechend wird es gemäß kognitiv-grammatischer Konventionen in Abb. 125 als ein Kreis dargestellt. Während die nominale Komponente in einer Präpositionalphrase, die als Landmarke fungiert, „more autonomous“ (Langacker 2008: 200) ist, ist die Präposition „dependent with respect to the more autonomous component [...], which elaborates its schematic landmark“ (Langacker 2008: 200).

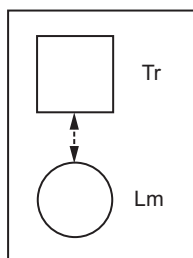


Abb. 125: Kognitiv-grammatisches Schema einer Präposition
(nach Langacker 2008: 116).

Mit dem Gebrauch einer Präposition wird demnach die jeweils spezifische Relationierung von Trajektor und Landmarke evoziert – „if only schematically“ (Langacker 2008: 114). In der sprachgebrauchsgebundenen schematischen Struktur einer Präposition, die in der Sprachpraxis emergiert und nicht isoliert von ihr existiert, sind demnach die fokussierten Komponenten konzeptuell angelegt, selbst wenn diese „fail to be overtly manifested“ (Langacker 2008: 113).

7.1.1 Präpositionen im „Alltagskonsumkosmos“ als multimodale Relatoren

Die im Korpus Alltagskonsumkosmos verwendeten Präpositionalphrasen, mit denen Hersteller:innen nicht-verbal Aussagen über ihre Waren tätigen, beinhalten als Profildeterminante am häufigsten die Präposition *ohne* bzw. in der kognitiv-grammatischen Notation $[[OHNE]/[...]]$. Eindrückliche Beispiele für diese 163 Belege sind u. a. *ohne Rosinen* auf der Verpackung der Ware mit dem Namen *ALNATURA KNUSPER BÄR*, *OHNE GENTECHNIK* auf der Verpackung von *Exquisa Der Sahnige LAKTOSEFREI*, *ohne Haut und ohne Gräten* auf *ja! SARDINEN in Sonnenblumenöl*, *Ohne Konservierungsstoffe* auf *Bonduelle Erbsen & Möhrchen zart und fein* sowie *OHNE TIERISCHE GELATINE!* auf *Katjes Yoghurt Gums* (s. Abb. 126). Die übergeordnete Funktion dieser $[ohne\ X_{NP}]$ -Präpositionalphrasen besteht dementsprechend darin, den jeweiligen Waren die Inexistenz von gustatorischen Eigenschaften im weiteren Sinne – i. d. R. die Abwesenheit bestimmter Inhaltsstoffe – zuzuschreiben. Demgegenüber gehören der nachgestellte Beiname mit Artikel *Der Sahnige* inklusive des post-ponierten Adjektivattributs *LAKTOSEFREI*, die Präpositionalphrase *in Sonnenblumenöl* sowie das post-ponierte Adjektivattribut *zart und fein* zu den Warennamen von *Exquisa*, *ja! SARDINEN* sowie *Bonduelle Erbsen & Möhrchen*, da durch sie eine eindeutige referenzielle Unterscheidung im Vergleich zu ähnlichen Waren derselben Marke möglich ist (s. dazu Kap. 6).



Abb. 126: Nicht-verbal präzisierende $[ohne\ X_{NP}]$ -Präpositionalphrasen (Alnatura Knusper Bär; L1010032; IMG_2375b IMG_4217; 20200512_120125).

Die am zweithäufigsten verwendete Profildeterminante in nicht-verbal präzisierenden Präpositionalphrasen auf Lebensmittelverpackungen im Korpus Alltagskonsumkosmos ist *mit* bzw. $[[MIT]/[...]]$. Die 141 Belege dafür lassen sich etwa durch *mit*

feiner Schoko-Note auf der Verpackung der Ware mit dem Namen *KRÜGER FAMILY Cappuccino SCHOKO*, mit *Backförmchen für 12 Muffins* und mit *Glasure* auf der Verpackung von *Dr. Oetker Muffins Zitrone*, mit *11% Sesam* auf *GUT & GÜNSTIG Knäckebrot Sesam*, mit *calcium & vitamin b12* auf *bedda scheiben zicke* sowie *Mit Glasur* auf *RUF Unser Schoko Kuchen* illustrieren (s. Abb. 127). Hersteller:innen verwenden derartige [mit X_{NP}]-Präpositionalphrasen, um ihren Waren – im Gegensatz zum Gebrauch von [ohne X_{NP}]-Präpositionalphrasen – die Existenz von gustatorischen Eigenschaften im weiteren Sinne zuzuschreiben, i. d. R. das Vorhandensein von bestimmten Inhaltsstoffen. Insgesamt besteht „[n]ach manchen Präpositionen, darunter *mit* und *ohne*, [...] erhebliche Varianz“ (Duden 2016: 334) in Bezug auf den Artikelgebrauch (s. weiter Kap. 7.3).



Abb. 127: Nicht-verbal prädizierende [mit X_{NP}]-Präpositionalphrasen (L1010093; IMG_E1165; IMG_2251; Schokokuchen; bedda scheiben).

Am dritthäufigsten als nicht-verbal prädizierende Präpositionalphrasen ohne die Verwendung eines Kopulaverbs gebrauchten Hersteller:innen Präpositionalphrasen mit *aus* bzw. [[AUS]/[...]] als Profildeterminante. Damit schreiben Hersteller:innen ihren Waren im Allgemeinen lokale oder stoffliche Ursprünge zu, d. h. Regionen, aus denen die Waren stammen, oder hauptsächliche Inhaltsstoffe, die bei der Produktion scheinbar zentral sind. Typische Beispiele für die 54 Belege im Korpus Alltagskonsumkosmos sind *aus Allgäuer Milch* auf der Verpackung der Ware mit dem Namen *Ehrmann Almighurt Kirsche*, *aus heimischem Anbau* auf der Verpackung

von REWE Beste Wahl Schnittbohnen JUNG UND FEIN sowie aus ofenfrischem Weizenbrot auf Goldähren Paniermehl (s. Abb. 128). Standardsprachlich bräuchten auch diese Gebrauchsfälle der [aus X_{NP}]-Präpositionalphrase als nicht-verbales Prädikat ein Kopulaverb, um zu einem Trajektor relationiert zu werden, z. B. *Die Tasse ist aus Porzellan* (vgl. Glück/Rödel 2016: 527).



Abb. 128: Nicht-verbal prädicierende [aus X_{NP}]-Präpositionalphrasen (IMG_2400; L1010041; anhang 2).

Weniger frequent im Korpus sind nicht-verbal prädicierende Präpositionalphrasen mit u. a. *für* bzw. [[FÜR]/[...]], *zum* bzw. [[ZUM]/[...]] und *nach* bzw. [[NACH]/[...]] als Profildeterminante. Die 23 Belege für nicht-verbal prädicierende [für X_{NP}]-Präpositionalphrasen lassen sich etwa durch *Für eine besonders goldbraune Panierung* auf der Verpackung der Ware namens *LEIMER Paniermehl* (IMG_0303) exemplifizieren, die 14 Belege für nicht-verbal prädicierende [zum X_{NP}]-Präpositionalphrasen durch *zum Dippen und Verfeinern* auf *chef select Antipasti-Creme Bärlauch* (Chef select Antipasti-Creme) und die 11 Belege für nicht-verbal prädicierende [nach X_{NP}]-Präpositionalphrasen durch *NACH TRADITIONELLER ART* auf der Verpackung von *REWE BESTE WAHL LASAGNE* (IMG_20200525).

Bei der Untersuchung der verschiedenen nicht-verbal prädicierenden Präpositionalphrasen lässt sich feststellen, dass Hersteller:innen zur Gestaltung derartiger Schriftzüge ein schriftbildliches Muster verwenden. Mit den jeweiligen Warennamen als prominentesten Elementen (s. Kap. 6) platzieren Hersteller:innen solche Präpositionalphrasen demnach in einer vergleichsweise kleinen Schriftgröße in der Nähe des Warennamens auf den Vorderseiten der Lebensmittelverpackungen. Darüber hinaus werden nicht-verbal prädicierende Präpositionalphrasen tendenziell durch einen u. a. farblich abweichenden Hintergrund hervorgehoben. In 155 Fällen der 163 Belege von [ohne X_{NP}]-Präpositionalphrasen befindet sich die nicht-verbal prädicierende Präpositionalphrase in relativer Nähe zum Warennamen und ist relational klein gestaltet. Zudem ist sie in 126 Fällen durch einen abwei-

chenden Hintergrund hervorgehoben. Die nicht-verbal prädzierenden [*mit* X_{NP}]-Präpositionalphrasen werden in 131 bzw. 125 Fällen der 141 Belege in die Nähe des Warennamens positioniert bzw. vergleichsweise klein dargestellt sowie in 84 Fällen durch den Hintergrund abgehoben. In 53 bzw. 50 Fällen der 54 Belege von [*aus* X_{NP}]-Präpositionalphrasen ist die nicht-verbal prädzierende Präpositionalphrase in der Nähe des Warennamens in der Front-Sehfläche zu finden bzw. ist klein abgebildet und in 30 Fällen abgesetzt. Die Position in der Front-Sehfläche wird, wie anhand der Beispiele in den Abbs. 126, 127 und 128 erkennbar ist, variabel gewählt: Die Schriftzüge werden sowohl in der oberen als auch der unteren Peripherie wie auch links oder rechts positioniert. Anders als hinsichtlich der allgemeinen positionalen Nähe zum Warennamen, der verhältnismäßig kleinen Schriftgröße und der tendenziellen farblichen o. ä. Hervorhebung lässt sich mit Blick auf die Lage der nicht-verbal prädzierenden Präpositionalphrasen in der Front-Sehfläche somit kein Muster in den Daten ausmachen.

Kognitiv-grammatisch relevant ist das musterhafte Schriftbild von Präpositionalphrasen auf Verpackungsvorderseiten, da durch die Gestaltung insbesondere das jeweils erste Relatum, der Trajektor, der durch die Präpositionen als Profilde-terminanten profilierten, nicht-prozessualen Relationen zwischen zwei Relata zu erschließen ist. Die zweiten Relata, die nominalen Landmarken, sind recht augenfällig ersichtlich, folgen *Rosinen*, *GENTECHNIK*, *11% Sesam*¹⁴¹, *Glasur*, *Allgäuer Milch* etc. den Präpositionen *ohne*, *mit* und *aus* unmittelbar und weisen dabei eine ähnliche bis gleiche mikroschriftbildliche Schriftzeichengestaltung auf und sind tendenziell durch einen gemeinsamen farblichen o. ä. Hintergrund zusammen hervorgehoben. Die Things im kognitiv-grammatischen Sinne, die die schematischen Landmarken der einzelnen Präpositionen elaborieren und denen die Präpositionen sekundäre fokale Prominenz zuweisen, sind somit kaum zweifelhaft identifizierbar. Die Trajektoren der präpositionalen Relatoren sind hingegen erst erkenntlich, wenn die typische gestalterische Relationierung der Präpositionalphrasen zu den Warennamen auf den Vorderseiten von Lebensmittelverpackungen, die jeweils am prominentesten dargestellt werden, berücksichtigt wird. Durch die schriftbildliche Anbindung der Präpositionalphrasen an die verschiedenartig komponierten Warennamen offenbaren sich die einzelnen Warennamen als die ersten Relata mit primärer fokaler Prominenz. Die Prominenzgrade und die Zusammengehörigkeit von Trajektoren und Landmarken der nicht-prozessualen Relationen spiegeln sich dem-

¹⁴¹ Bei *11% Sesam* handelt es sich wiederum um eine partitive Apposition (vgl. Duden 2016: 995; s. Kap. 6): In dem Fall ist %, das konventionelle Hilfs-/Sonderzeichen (s. Kap. 2.1.2) für *Prozent* bzw. [[PROZENT]/[...]], das durch die Kardinalzahl *11* als Zahladjektiv spezifiziert wird, der Kern und *Sesam* die partitive Apposition: [*11%* [*Sesam*]].

nach im Schriftbild in der Akzentuierung und Anordnung wider. Demzufolge spielt auch bei nicht-verbal prädisierenden Präpositionalphrasen diagrammatische Ikoni- zität eine Rolle.

Die indexikalisch dinggebundene, musterhafte schriftbildliche Relationierung von Präpositionalphrasen zu Warennamen auf Verpackungsvorderseiten fungiert in der Konsequenz als eine Art Zuschreibung, wodurch diese als Aussagen über die einzelnen Waren zu begreifen sind. Durch den gestalterischen Anschluss erhalten die Präpositionalphrasen eine prädisierende Funktion. Die nicht-prozessualen Relationen werden demnach seitens der Hersteller:innen als nicht-verbale Prädikate ohne Kopula gebraucht. Als nicht-prozessuale Relationen beinhalten diese nicht-verbalen Prädikationen ohne Kopula keine Explikation der „conceived time (t)“ (Langacker 2008: 110). Das bedeutet, in der Konzeptualisierung ist die „evolution through time [...] not in focus“ (Langacker 2008: 99). Dem kognitiv-grammatischem Schema ist folglich kein Pfeil mit einer t-Beschriftung hinzuzufügen (s. Abb. 129). Zeitlichkeit im Sinne der „processing time (T)“ (Langacker 2008: 110) ist für diese Art von nicht-prozessualen Relationen aber dennoch konstitutiv: Bei derartigen Sprachgebrauchseignissen sind es schließlich die einzelnen Momente des Seh- lens, in denen die nicht-verbalen Prädikationen aktualisiert werden und Kommu- nikation im zerdehnten Sinne stattfindet.

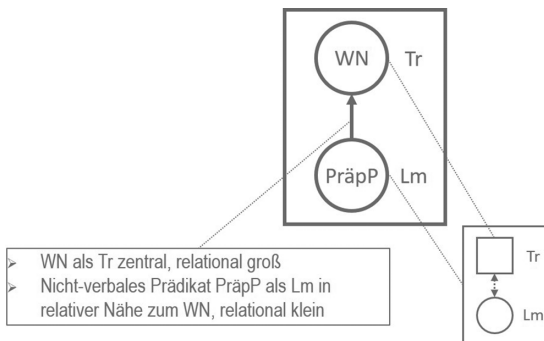


Abb. 129: Kognitiv-grammatisches Schema einer Präpositionalphrase als nicht-verbales Prädikat ohne Kopula.

Werden Präpositionalphrasen wie *ohne Rosinen, mit 11% Sesam, aus Allgäuer Milch* etc. in den beschriebenen Sprachgebrauchseignissen als nicht-verbale Prädikationen ohne Kopula begriffen, fragt sich, wie diese Gebrauchsfälle von anderen Präpositionalphrasen unterschieden werden können, die im Überschneidungsbereich von präpositionaler und determinativ-appositiver Attribution zu Kompositionen mit post-determinativer Struktur und traditioneller Kompositabildung als Bestand-

teile von Warennamen herausgearbeitet worden sind (s. Kap. 6.1.1). Um diese prototypenbasierte, nicht-trennscharfe Abgrenzung vorzunehmen, sind Grenzfälle des schriftbildlichen Musters von nicht-verbal prädizierenden Präpositionalphrasen hinzuzuziehen: *OHNE ZUCKER* auf der Verpackung der Ware mit dem Namen *alpro* *HAFER OHNE ZUCKER*, *MIT EISEN* auf *hohes C PLUS Eisen* und *AUS OFENFRISCHEM WEIZENBROT* auf *GUT & GÜNSTIG Paniermehl* (s. Abb. 130).



Abb. 130: Grenzfälle des schriftbildlichen Musters von nicht-verbal prädizierenden Präpositionalphrasen (Alpro Haferdrink; L1010134; Paniermehl).

Diese Grenzfälle sind auf verschiedene Art und Weise weniger prototypische Belege für die Gestaltung von nicht-verbal prädizierenden Präpositionalphrasen ohne Kopula. Der Schriftzug *MIT EISEN* auf der Verpackung von *hohes C PLUS Eisen* etwa zeichnet sich durch eine vergleichsweise große Schriftgröße und auffällige Platzierung aus, weshalb er ausgehend von der schriftbildlichen Prominenz auch als ein Bestandteil der Warennamen-Komposition infrage käme. Der Schriftzug *AUS OFENFRISCHEM WEIZENBROT* auf der Verpackung von *GUT & GÜNSTIG Paniermehl* wiederum ist derart nah an dem appellativischen Kern *Paniermehl* des Warennamens positioniert und zugleich durch einen gemeinsamen farblichen Hintergrund als zusammengehörig dargestellt, dass auch diese Präpositionalphrase als Präpositionalattribut (PRÄP-ATTR) und somit als ein möglicher Warennamenbestandteil betrachtet werden könnte. Auch wenn Schriftzüge wie diese weniger typisch als nicht-verbal prädizierende Präpositionalphrasen ohne Kopula gestaltet sind, können sie dennoch eher als nicht-verbale Prädikate denn als Warennamenbestandteile eingeordnet werden. Schließlich erfüllen sie das zentrale Kriterium für Warennamenbestandteile nicht: Zur eindeutigen, abgrenzenden Referenz auf die jeweiligen Warenklassen sind sie verzichtbar (s. Kap. 6).¹⁴² Diese Differenzierung von Präpositionalphrasen zum einen als Warennamenbestandteil und zum anderen als nicht-verbales Prädikat ohne Kopula lässt sich besonders eindrücklich

¹⁴² Vgl. für eine Übersicht der Sortimente die Edeka-Webseite (URL: <https://www.edeka.de/unseremarken/produkte/index?query=paniermehl> [Zugriff: 09.11.2022]) und die hohes-C-Webseite (URL: <https://www.hohesc.de/plus> [Zugriff: 09.11.2022]).

mithilfe von *OHNE ZUCKER* auf der Verpackung von *alpro HAFER OHNE ZUCKER* illustrieren. Auf dieser Verpackung finden sich zwei unterschiedlich gestaltete Schriftzüge von *OHNE ZUCKER*, mit deren verschiedener Gestaltung auch unterschiedliche sprachliche (grammatische) Funktionen verknüpft sind. Der Schriftzug in unmittelbarer Nähe des appellativischen Kerns *HAFER* des Warennamens ist ein Bestandteil des Warennamens, denn er ist zur Abgrenzung von der Ware mit dem Namen *alpro HAFER* notwendig.¹⁴³ Der andere, kleinere Schriftzug in lediglich relativer Nähe zum Warennamen in der oberen Peripherie, der zudem durch einen roten Hintergrund abgehoben ist, ist hingegen als ein nicht-verbales Prädikat ohne Kopula zu analysieren. Mit ihm schreiben die Hersteller:innen der Ware *alpro HAFER OHNE ZUCKER* die Abwesenheit des entsprechenden Inhaltsstoffs zu. Ohne die Beachtung der beiden unterschiedlichen Gestaltungen, die auf den schriftbildlichen Gestaltungsmustern von zwei verschiedenen multimodalen Konstruktionen basieren, wäre diese grammatische Diakrise nicht möglich.

7.1.2 [WN PräpP]-Konstruktion und Subtypen

In der Folge ist – zunächst auf einer schematischeren Ebene – eine multimodale [WN PräpP]-Konstruktion zu identifizieren (s. Abb. 131). Hersteller:innen verwenden Konstrukte dieser Konstruktion, um mithilfe von Präpositionalphrasen auf Lebensmittelverpackungen aufwertende Aussagen über ihre jeweiligen Waren zu tätigen, auf die sie mit Warennamen, die verschiedentlich komponiert sein können (s. Kap. 6), indexikalisch verweisen. Die nicht-prozessuale Relationierung von der Präpositionalphrase zu dem Warennamen wird dabei nicht durch den Gebrauch eines Kopulaverbs hergestellt, weshalb in Konstrukten dieser Konstruktion keine sprachliche Explikation der wahrgenommenen Zeit möglich ist, sondern mittels einer indexikalisch dinggebundenen, musterhaften schriftbildlichen Gestaltung: Typischerweise gestalten Hersteller:innen die jeweilige Warennamen-Komposition als Trajektor der nicht-verbalen Prädikation am prominentesten, wohingegen sie die Präpositionalphrasen als nicht-verbale Prädikate und somit Landmarken weniger auffällig relativ in die Nähe des Warennamens platzieren. Mit der von ihnen musterhaft verwendeten Schriftbildlichkeit machen Hersteller:innen aus den Präpositionalphrasen folglich nicht-verbale Prädikate ohne Kopula.

¹⁴³ Vgl. für eine Übersicht zum *alpro*-Sortimen, zu dem sowohl *alpro HAFER* als auch *alpro HAFER OHNE ZUCKER* zählen, die *alpro*-Webseite (URL: <https://www.alpro.com/de/produkte/drinks/> [Zugriff: 09.11.2022]).

[WN PräpP]

Grammatische Kategorisierung	Nicht-prozessuale Relationierung einer PräpP als nicht-verbalem Prädikat ohne Kopula zu einem WN jeglichen Subtyps	
Funktion	PräpP (Lm) tätigt werbende Aussage über Ware bzw. Klasse identischer Waren, auf die der WN (Tr) eindeutig und werbend referiert	
Form	Mesoschriftbildlichkeit	WN zentral, PräpP in relativer Nähe zum WN
	Makroschriftbildlichkeit	WN am auffälligsten gestaltet, PräpP relational klein und tendenziell durch farblichen o. ä. Hintergrund abgehoben
	Paraschriftbildlichkeit	WN und PräpP indexikalisch dinggebunden

Abb. 131: Multimodale [WN PräpP]-Konstruktion.

Auf der Basis der erwähnten Gebrauchshäufigkeit von *ohne*, *mit* und *aus* im Korpus Alltagskonsumkosmos lässt sich die schematischere multimodale [WN PräpP]-Konstruktion weiterführend in einzelne teilspezifizierte Konstruktionen untergliedern. Als erster Subtyp der [WN PräpP]-Konstruktion ist infolgedessen die [WN *ohne* X_{NP}]-Konstruktion anzuführen (s. Abb. 132). Als eine Unterteilung der schematischeren [WN PräpP]-Konstruktion weist die [WN *ohne* X_{NP}]-Konstruktion weitgehend die gleichen formalen Eigenschaften auf. Das bedeutet, Konstrukte dieser Konstruktion werden von Hersteller:innen derart gestaltet, dass die [*ohne* X_{NP}]-Präpositionalphrase typischerweise weniger prominent als der jeweilige Warenname, in dessen relativer Nähe sie sich befindet, gestaltet und dabei tendenziell farblich o. ä. hervorgehoben wird. Der elementare Unterschied zwischen der [WN *ohne* X_{NP}]-Konstruktion und der [WN PräpP]-Konstruktion besteht in der Festlegung der Profildeterminante der Präpositionalphrase auf *ohne* bzw. [[OHNE]/[...]]. Dadurch ist die nicht-prozessuale Relation der nicht-verbalen Prädikation zwischen Trajektor und Landmarke insofern spezifiziert, als die Relationierung der [*ohne* X_{NP}]-Präpositionalphrase als Landmarke zum Warennamen als Trajektor dazu dient, das Nichtvorhandensein einer gustatorischen Eigenschaft zuzuschreiben. Dabei ist die schriftbildliche Gestaltung von *ohne* hinsichtlich des Einsatzes von Minuskeln oder Majuskeln jedoch variabel, weshalb der formale Pol der symbolischen Einheit nach der kognitiv-grammatischen Konvention streng genommen durch Auslassungspunkte anzuzeigen ist.

Im Zuge der Erläuterung der [WN *ohne* X_{NP}]-Konstruktion kann zudem auf einen Sonderfall eingegangen werden. Teilweise koordinieren Hersteller:innen nicht-verbale Prädikate wie [*ohne* X_{NP}]-Präpositionalphrasen auf Lebensmittelverpackungen, ohne dazu – im Gegensatz zu beispielsweise *ohne Haut und ohne*

[WN ohne X_{NP}]

Grammatische Kategorisierung	Nicht-prozessuale Relationierung einer [ohne X _{NP}]-PräpP als nicht-verbalem Prädikat ohne Kopula zu einem WN jeglichen Subtyps	
Funktion	Zuschreibung des Nichtvorhandenseins einer gustatorischen Eigenschaft durch [ohne X _{NP}]-PräpP (Lm) zu Ware bzw. Klasse identischer Waren, auf die der WN (Tr) eindeutig und werbend referiert	
Form	Schriftzeichen-Segmente	PD der PräpP ist durch <i>ohne</i> festgelegt
	Mesoschriftbildlichkeit	WN zentral, [ohne X _{NP}]-PräpP in relativer Nähe zum WN
	Makroschriftbildlichkeit	WN am auffälligsten gestaltet, [ohne X _{NP}]-PräpP relational klein und tendenziell durch farblichen o. ä. Hintergrund abgehoben
	Paraschriftbildlichkeit	WN und [ohne X _{NP}]-PräpP indexikalisch dinggebunden

Abb. 132: Multimodale [WN ohne X_{NP}]-Konstruktion.

Gräten (s. Abb. 126) – eine Konjunktion wie *und* zu gebrauchen. Stattdessen wird die präpositionale Profildeterminante *ohne* lediglich einmal verwendet, worunter mehrere nominale Ausdrücke aufgelistet werden, die auf die Things referieren, denen die Präposition *ohne* sekundäre fokale Prominenz zuweist. Beispiele sind etwa *OHNE: •Geschmacksverstärker •künstliche Farbstoffe* auf der Verpackung der Ware mit dem Namen *Knorr Cocktail Sauce* sowie *✓Ohne Zusatz von: Farbstoffen Konservierungsstoffen Süßstoffen* auf der Verpackung von *MILRAM Grieß Pudding Pur* (s. Abb. 133).¹⁴⁴ Mit Bredel (vgl. 2008: 32) und daran anknüpfend Reißig (vgl. 2015: 34) könnten solche schriftbildlich koordinierten nicht-verbalen Prädikate aus eher traditioneller grammatischer Perspektive unter dem Listenmodus erfasst werden. Anknüpfend an Radtke (2020), die auf der Grundlage von Raibles (1992) Ausführungen zur Junktion am Beispiel von zusammengehörigen Pieces im Szene-Graffiti „räumliche Nähe [...] als eine notwendige Bedingung dafür“ (Radtke 2020: 355) erachtet, Geschriebenes „als Einheit zu lesen“ (Radtke 2020: 355), lassen sich Koordinationen wie in Abb. 133 jedoch eher als schriftbildlich koordinierte [ohne X_{NP}]-Präpositionalphrasen erfassen. Demnach wird die Koordination nicht

¹⁴⁴ Der Asterisk * dient auf Lebensmittelverpackungen typischerweise dem intertextuellen Verweis (s. Kap. 2.3.2) auf weitere Schriftzüge, entweder in derselben Sehfläche wie bei **laut Gesetz* auf der Verpackung von *MILRAM Grieß Pudding Pur* oder auch anderen Sehflächen desselben Sehkörpers.

durch eine Konjunktion indiziert, sondern vergleichbar zu zusammengehörigen Pieces im Szene-Graffiti „in erster Linie durch graphische Mittel, d. h., den gemeinsamen bildlichen Hintergrund und die gleiche Gestaltung“ (Radtko 2020: 355) sowie ggf. Hilfs-/Sonderzeichen, die zur Aufzählung verwendet werden.



Abb. 133: Schriftbildlich koordinierte [ohne X_{NP}]-Präpositionalphrasen (L1010233; L1010119).

Als zweiter Subtyp der [WN PräpP]-Konstruktion kann ferner die [WN *mit* X_{NP}]-Konstruktion herausgearbeitet werden (s. Abb. 134). Formal weist diese wie auch der erste Subtyp der [WN PräpP]-Konstruktion, die [WN *ohne* X_{NP}]-Konstruktion, größtenteils die gleichen Eigenschaften auf. Ihr unterscheidendes Merkmal ist die präpositionale Profildeterminante *mit* bzw. [[MIT]/[...]]. Mit dem Gebrauch dieses Relators, der mit Blick auf den Einsatz von Minuskeln oder Majuskeln wie-

[WN *mit* X_{NP}]

Grammatische Kategorisierung	Nicht-prozessuale Relationierung einer [<i>mit</i> X_{NP}]-PräpP als nicht-verbalem Prädikat ohne Kopula zu einem WN jeglichen Subtyps	
Funktion	Zuschreibung der Existenz einer gustatorischen Eigenschaft durch [<i>mit</i> X_{NP}]-PräpP (Lm) zu Ware bzw. Klasse identischer Waren, auf die der WN (Tr) eindeutig und werbend referiert	
Form	Schriftzeichen-Segmente	PD der PräpP ist durch <i>mit</i> festgelegt
	Mesoschriftbildlichkeit	WN zentral, [<i>mit</i> X_{NP}]-PräpP in relativer Nähe zum WN
	Makroschriftbildlichkeit	WN am auffälligsten gestaltet, [<i>mit</i> X_{NP}]-PräpP relational klein und tendenziell durch farblichen o. ä. Hintergrund abgehoben
	Paraschriftbildlichkeit	WN und [<i>mit</i> X_{NP}]-PräpP indexikalisch dinggebunden

Abb. 134: Multimodale [WN *mit* X_{NP}]-Konstruktion.

derum variabel gestaltet sein kann, zielt die nicht-prozessuale Relation der nicht-verbalen Prädikation zwischen dem Warennamen als Trajektor und der [*mit* X_{NP}]-Präpositionalphrase als Landmarke darauf ab, die Existenz einer gustatorischen Eigenschaft zuzuschreiben.

Drittens kann nicht zuletzt die [WN *aus* X_{NP}]-Konstruktion als Subtyp zur [WN PräpP]-Konstruktion aufgezeigt werden (s. Abb. 135). Formal ebenso hauptsächlich ähnlich zur schematischeren [WN PräpP]-Konstruktion liegt ihre kennzeichnende Besonderheit in der präpositionalen Profildeterminante *aus* bzw. [[AUS]/[...]]. Indem Hersteller:innen diese Präposition als Profildeterminante gebrauchen, ist die nicht-prozessuale Relation zwischen Trajektor und Landmarke dergestalt spezifiziert, dass die [*aus* X_{NP}]-Präpositionalphrase als Landmarke für das Zuschreiben eines lokalen oder stofflichen Ursprungs zum Warennamen als Trajektor eingesetzt wird. Auch für *aus* ist dabei die Verwendung von weder Minuskeln noch Majuskeln verbindlich, sondern die festen Schriftzeichen-Segmente können auf unterschiedliche Art und Weise gestaltet werden. Aus diesem Grund ist die präpositionale Profildeterminante im kognitiv-grammatischen Sinne als [[AUS]/[...]] zu notieren.

[WN <i>aus</i> X _{NP}]		
Grammatische Kategorisierung	Nicht-prozessuale Relationierung einer [<i>aus</i> X _{NP}]-PräpP als nicht-verbalem Prädikat ohne Kopula zu einem WN jeglichen Subtyps	
Funktion	Zuschreibung eines lokalen oder stofflichen Ursprungs durch [<i>aus</i> X _{NP}]-PräpP (Lm) zu Ware bzw. Klasse identischer Waren, auf die der WN (Tr) eindeutig und werbend referiert	
Form	Schriftzeichen-Segmente	PD der PräpP ist durch <i>aus</i> festgelegt
	Mesoschriftbildlichkeit	WN zentral, [<i>aus</i> X _{NP}]-PräpP in relativer Nähe zum WN
	Makroschriftbildlichkeit	WN am auffälligsten gestaltet, [<i>aus</i> X _{NP}]-PräpP relational klein und tendenziell durch farblichen o. ä. Hintergrund abgehoben
	Paraschriftbildlichkeit	WN und [<i>aus</i> X _{NP}]-PräpP indexikalisch dingebunden

Abb. 135: Multimodale [WN *aus* X_{NP}]-Konstruktion.

Darüber hinaus sind weitere Subtypen der [WN PräpP]-Konstruktion denkbar, etwa teilspezifizierte Konstruktionen mit *für*, *zum* oder *nach* als präpositionale Profildeterminante. Angesichts der erwähnten, geringeren Gebrauchsfrequenz der-

artiger nicht-verbal präzifizierender Präpositionalphrasen im Korpus Alltagskonsumkosmos bleibt deren konstruktionale Analyse jedoch eine Aufgabe für künftige Untersuchungen.

7.2 Eigenschaften zuweisende Adjektivphrasen

Die zweite Kategorie von nicht-verbalen Prädikaten ohne Kopula bilden Adjektivphrasen, d. h. Phrasen mit einem Adjektiv als Profildeterminante, wobei die adjektivische Profildeterminante jeweils unflektiert ist. Beispiele für die 384 Belege von nicht-verbal präzifizierenden Adjektivphrasen im Korpus Alltagskonsumkosmos sind etwa *SAHNIG•MILD* auf der Verpackung der Ware namens *KOCHs SAHNE MEERRETTICH*, *knusprig & lecker* auf der Verpackung von *GUT & GÜNSTIG LEO CRISP*, *EXTRA ZART* auf *Meica Geflügel Würstchen*, *UNENDLICH ZARTSCHMELZEND* auf *Lindt LINDOR MILCH*, *SUPER KNUSPRIG & GOLDGELB* auf *SNACK MASTER MIKROWELLEN-POMMES KRINGEL* sowie *VEGAN* auf *VEGGYNESS VEGANER FLEISCHKÄSE* (s. Abb. 136). Die übergeordnete Funktion dieser Adjektivphrasen liegt in der Zuschreibung einer Eigenschaft, die in Bezug auf die jeweilige Ware als grundsätzlich aufwertend einzuordnen ist.



Abb. 136: Nicht-verbal präzifizierende Adjektivphrasen (IMG_2273; Snack Master Pommes; Kochs Merrettich; Lindt Lindor; Würstchen; Veganer Fleischkäse).

Aus einer kognitiv-grammatischen Perspektive profilieren Adjektive grundsätzlich eine „nonprocessual relationship whose trajector is a thing and which lacks a focused landmark“ (Langacker 2008: 186). Der Trajektor eines Adjektivs ist „a schematic thing“ (Langacker 2008: 116) – im traditionellen Sinne ein Nomen bzw. eine Nominalphrase –, das der kognitiv-grammatischen Konvention entsprechend als ein Kreis im Adjektiv-Schema dargestellt wird (s. Abb. 137). Für das Deutsche ist jedoch hinzuzufügen, dass der Trajektor eines Adjektivs – im Gegensatz zum Englischen (vgl. Langacker 2008: 115–116; Dabóczy 2018: 155–164) – prinzipiell auch eine prozessuale Relation sein kann, können Adjektive schließlich auch adverbial bzw. modifizierend gebraucht werden (s. Kap. 3.2.3). Von den in Kapitel 7.1 betrachteten Präpositionen unterscheiden sich Adjektive generell „in having only a single focal participant“ (Langacker 2008: 115). Im Gegensatz zu Präpositionen, die eine nicht-prozessuale Relation zwischen einem mehr fokussierten ersten Relatum und einem weniger fokussierten zweiten Relatum profilieren, setzen Adjektive einen Trajektor in Beziehung zu einer Entität – in Abb. 137 dargestellt als Rechteck –, wobei die Entität „fails for some reason to stand out as a separate, focused participant“ (Langacker 2008: 116).

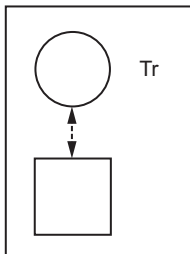


Abb. 137: Kognitiv-grammatisches Schema eines Adjektivs (nach Langacker 2008: 116).

Das jeweilige Thing, das durch die Verwendung eines Adjektivs näher bestimmt wird, elaboriert demnach den sprachgebrauchsgebunden schematisch enthaltenen Trajektor eines Adjektivs. Dass es in der Relation, die ein Adjektiv profiliert, keiner zusätzlichen sprachlichen Explikation einer sekundär fokussierten Entität bedarf, liegt dabei entweder daran, dass „the relation holds between subparts of the trajector“ (Langacker 2008: 116), d. h., dass die profilierte Verknüpfung zwischen unterschiedlichen Aspekten des Trajektors selbst besteht und nicht zwischen dem Trajektor und einer Landmarke, oder daran, dass „the nontrajector entity may be abstract and fully specified by the adjective itself“ (Langacker 2008: 116). Dementsprechend ist die Einordnung von Adjektiven als relationale Ausdrücke auch nicht widersprüchlich: Auch wenn eine Relation „consists of interconnections“ (Langacker 2008: 113), ist es jedoch „not required that the interconnected entities be salient, explicit, or even individuated“ (Langacker 2008: 113).

Die Beispiele von Adjektiven in Abb. 136, die Hersteller:innen als Profildeterminanten der Adjektivphrasen gebrauchen, illustrieren dies eindrücklich. Adjektive wie *VEGAN* etwa profilieren eine Verknüpfung zwischen unterschiedlichen Aspekten des Trajektors; im Falle von *VEGAN* die Konstitution des Trajektors aus Inhaltsstoffen nicht-tierischen Ursprungs.¹⁴⁵ Farbadjektive wie *GOLDGELB* assoziieren demgegenüber „a thing to a particular region in color space“ (Langacker 2008: 116). Vorwiegend handelt es sich bei den unflektierten Adjektiven als Profildeterminanten der Adjektivphrasen im Korpus Alltagskonsumkosmos jedoch um „scalar‘ adjectives“ (Langacker 2008: 186) wie *mild*, *zart*, oder *lecker*, die „both the property and the scalar position“ (Langacker 2008: 114) des Trajektors angeben. Skalare Adjektive schreiben einem Trajektor demnach eine „property whose presence is a matter of degree“ (Langacker 2008: 186) zu. Die Skala und entsprechende Abstufungen entspringen allerdings keinem „default value“ (Langacker 2008: 503), sondern sie sind abhängig von einem individuellen Referenzpunkt.¹⁴⁶

7.2.1 Schriftbildliches Muster im Korpus

Bei dem Gebrauch von solchen nicht-verbal präzisierenden Adjektivphrasen verwenden Hersteller:innen ein indexikalisch dinggebundenes schriftbildliches Muster, welches dem Gestaltungsmuster von nicht-verbal präzisierenden Präpositionalphrasen gewissermaßen ähnelt (s. Kap. 7.1). Nach den verschiedenartig komponierten Warennamen als prominentesten Sehflächenelementen (s. Kap. 6) werden Phrasen mit unflektierten Adjektiven als Profildeterminanten, mit denen aufwertende Aussa-

¹⁴⁵ Vgl. für eine Bestimmung von *vegan* etwa die Webseite von PeTA (People for Ethical Treatment of Animals), die Veganer:innen als Menschen definiert, die „keine tierischen Produkte wie Fleisch, Fischfleisch, Milch, Honig und Eier konsumieren“ (URL: <https://www.peta.de/veganleben/vegan-definition/> [Zugriff: 09.11.2022]).

¹⁴⁶ Darüber hinaus kann erstens hinzugefügt werden, dass es sich bei *zartschmelzend* um ein deverbales Adjektiv (Partizip Präsens) handelt, das folglich ebenso eine nicht-prozessuale Relation profiliert. Zweitens können Adjektive wie *knusprig* und *sahnig* auch – traditionell – als Relationsadjektive bestimmt werden. Relationsadjektive werden „gewöhnlich morphologisch durch ihre Ableitung aus substantivischen Basen und syntaktisch als Transpositionen einer ‚eigentlich‘ nominalen Funktion (der des nominalen Attributes) in die Sphäre des Adjektivs“ (Frevel/Knobloch 2005: 152) definiert. Das Verständnis von *Relation* in *Relationsadjektive* entspricht somit nicht der kognitiv-grammatischen Auffassung. Vgl. zu Relationsadjektiven und damit verwandten Phänomenen weiterführend Frevel/Knobloch (2005). Vgl. für eine (traditionelle) Unterteilung von Adjektiven in absolute, relative und Qualitätsadjektive auch Eisenberg (2013b: 242–245). Im kognitiv-grammatischen, prototypenbasierten Sinne sind zwischen diesen Arten von Adjektiven fließende Grenzen anzunehmen. Vgl. weiterführend auch u. a. den von Baumann et al. (2018) herausgegebenen Sammelband „Adjektive“.

gen über die verpackten Waren getätigt werden, typischerweise vergleichsweise klein, in relativer Nähe zum Warennamen und teils farblich o. ä. hervorgehoben abgebildet. In 363 Fällen der 384 Belege befindet sich die Adjektivphrase nahe des Warennamens in den einzelnen Schauseiten, wobei die genaue Position – oben, unten, links oder rechts – nicht festgelegt ist. In 359 Fällen ist die Adjektivphrase derweil im Vergleich zu den weiteren wahrnehmbaren Schriftzügen klein gestaltet. Eher leicht tendenziell, in 194 Fällen, werden die Adjektivphrasen zudem durch beispielsweise einen farblichen Hintergrund oder (verzierte) Formen makroschriftbildlich von anderen Elementen abgesetzt.

Mittels dieser musterhaften schriftbildlichen Gestaltung indizieren die Hersteller:innen den jeweiligen Warennamen, den sie auf Lebensmittelverpackungen am auffälligsten abbilden, als den entsprechenden primärem Fokus der adjektivischen Profildeterminante. Die Ware, auf die der auf der Verpackung geschriebene Warenname indexikalisch dinggebunden referiert, ist demnach das Thing, das den schematischen Trajektor des Adjektivs elaboriert. Durch die gestalterische Anbindung der Adjektivphrasen an die Warennamen versetzen die Hersteller:innen die Phrasen mit adjektivischer Profildeterminante genauer in eine zuschreibende Beziehung zum jeweiligen Warennamen. Die Adjektivphrasen dienen demnach dazu, etwas über die Eigenschaften der Ware auszusagen. Die musterhafte Schriftbildlichkeit – die diagrammatisch-ikonische Nähe sowie Zusammengehörigkeit (s. Kap. 6) zum Warennamen – erfüllt somit die Funktion der präzisierenden Relationierung und erzeugt aus den Adjektivphrasen nicht-verbale Prädikate ohne Kopula. Das dazugehörige kognitiv-grammatische Schema einer Adjektivphrase als nicht-verbales Prädikat ohne Kopula beinhaltet in der Konsequenz einen Warennamen als Trajektor mit primärem Fokus und eine Adjektivphrase als zugeschriebene Eigenschaft als sekundären Fokus (s. Abb. 138).

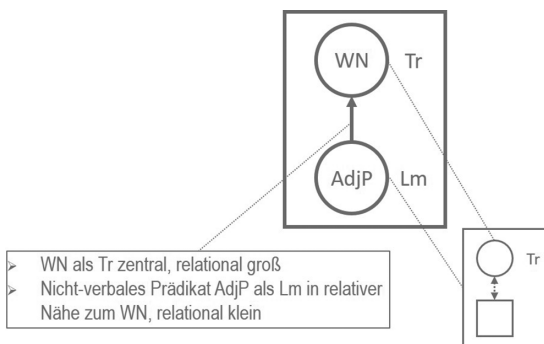


Abb. 138: Kognitiv-grammatisches Schema einer Adjektivphrase als nicht-verbales Prädikat ohne Kopula.

Im Umkehrschluss sind die Adjektivphrasen infolgedessen weder als spezifizierende Attribute noch als modifizierende Adverbale zu interpretieren. Als prototypische Adjektivattribute kommen sie aufgrund ihrer Unflektiertheit ohnehin nicht infrage. Die Analyse als modifizierende Adverbale wiederum ist wenig zielführend, da sich die Aussagen der unflektierten nicht-verbal prädicierenden Adjektivphrasen auf die Waren – und nicht auf Aussagen über die Waren – beziehen. Damit die Adjektivphrasen als modifizierende Adverbale klassifiziert werden könnten, bedürfte es darüber hinaus überhaupt einer primären (verbalen) Prädikation. Wie bei den nicht-verbal prädicierenden Präpositionalphrasen (s. Kap. 7.1) erübrigt sich eine solche taxonomische Einordnung jedoch angesichts insbesondere der Nicht-Linearität von Geschriebenem in Sehflächen wie Vorderseiten von Lebensmittelverpackungen. Zeitlichkeit und damit Abfolgen kommen schließlich erst beim mehr oder weniger wahrscheinlichen Sehen in der Praktik des Alltagskonsums zum Tragen. Vielmehr erscheint es daher sinnvoller, die zuvor beschriebenen nicht-verbal prädicierenden Präpositionalphrasen (, die nicht-verbal prädicierenden Adjektivphrasen und die noch näher zu erläuternden nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen (s. weiter Kap. 7.3) als gleichrangige – gewissermaßen parallele – nicht-verbale Prädikate ohne Kopula zu interpretieren. Nicht-verbale Prädikate zur Warenwerbung auf Lebensmittelverpackungen können daher auch als verschiedene Arten von „Nebenbei-Prädikation[en]“ (Linke/Nussbaumer 2000: 312) begriffen werden, worunter generell ko-referente Ausdrücke (Parenthesen) wie in *Martina Hingis – das Schweizer Tennis-Ass – die anstellige Werbeträgerin – die junge Werbe-Millionärin* zu begreifen sind. Dieses Verständnis von Nebenbei-Prädikationen lässt sich jedoch zielführend auf parallele nicht-verbale Prädikationen auf Lebensmittelverpackungen übertragen. Die indexikalische Referenz durch einen Warennamen wird demnach „unterfüttert‘ mit versteckten Prädikationen“ (Linke/Nussbaumer 2000: 312).

Während eine derartige analytische Abgrenzung der nicht-verbal prädicierenden Adjektivphrasen von modifizierenden Adverbialen aus Adjektiven und prototypischen flektierten Adjektivattributen einleuchtet, drängt sich jedoch nicht zuletzt die Frage auf, weshalb es sich bei den in diesem Teilkapitel betrachteten unflektierten Adjektivphrasen nicht etwa um unflektierte Adjektivattribute als Spezifikatoren in Warennamen handelt (s. dazu Kap. 6.1.2, Kap. 6.2.2, Kap. 6.3.3 und Kap. 6.4.2). Um diese Frage zu klären, sind abermals Grenzfälle in die Untersuchung einzubeziehen, die sich im Zuge der multimodalen konstruktionsgrammatischen Kollektionsanalyse herausstellen: zum einen *rot* auf der Verpackung der Ware namens *ja! KIDNEY-BOHNEN* und zum anderen *SAHNIG* auf der Verpackung von *GUT & GÜNSTIG SAHNIG* (s. Abb. 139).

Die schriftbildliche Gestaltung des Adjektivs *rot* in der Front-Sehfläche von *ja! KIDNEY-BOHNEN* erinnert merklich an die Schriftbildlichkeit von unflektierten Adjektivattributen in Warennamen aus einem Appellativum als Profildetermini-



Abb. 139: Grenzfälle des schriftbildlichen Musters von nicht-verbal prädicierenden Adjektivphrasen (L1010046; Gut und Günstig, Sahnig Schmelzkäsezubereitung mild).

nante mit einem Markennamen als lockere Apposition und einem post-ponierten Adjektivattribut (s. Kap. 6.3.3). Dennoch ist der adjektivische Schriftzug als eine nicht-verbal prädicierende Adjektivphrase und nicht als ein post-poniertes Adjektivattribut auszuwerten. Der ausschlaggebende Grund für diese Einordnung ist weniger ein allein gestalterischer, sondern vielmehr ein funktionaler Aspekt: Da das Adjektiv *rot* angesichts der Existenz ausschließlich roter Kidney-Bohnen für die eindeutige Referenz auf die Ware nicht obligatorisch ist, wird es nicht als ein Bestandteil der Warennamenkomposition erfasst. Das Adjektiv *rot* in dieser Verwendung ist daher ein weniger prototypischer Beleg für nicht-verbal prädicierende Adjektivattribute. Es deutet sich dementsprechend ein Übergangsbereich zwischen nicht-verbal prädicierenden Adjektivphrasen und unflektierten Adjektivattributen als Bestandteilen von Warennamen an. Dabei lässt sich erahnen, dass adjektivische Schriftzüge umso eher zur Warennamenkomposition gehören, je unmittelbarer sie an die Profildeterminante des Warennamens herangerückt werden. Erneut zeigt sich an diesem Beispiel obendrein, dass die schriftbildliche Gestaltung allein nicht per se zur grammatischen Diakrise genügt. Die Schriftbildlichkeit ist, wie in der vorliegenden Dissertation bereits mehrfach klargestellt worden ist, kein eigenständiges, isoliertes Zeichensystem. Entscheidender ist vielmehr ein holistischer analytischer Blick, der ausgehend von der semantisch-pragmatischen Funktion in konkreten multimodalen Sprachgebrauchsereignissen die Rolle der Gestaltung für die grammatische Untersuchung aufdeckt.

Einen Grenzfall, der durch die eingehende Auswertung aus der Kollektion der nicht-verbal prädicierenden Adjektivphrasen auszuschließen ist, stellt *SAHNIG* auf der Verpackung der Ware namens *GUT & GÜNSTIG SAHNIG* dar. Zwar wäre *SAHNIG* ohne Berücksichtigung des spezifisch gestalteten Gebrauchs als ein Adjektiv analysierbar. Bei Beachtung der Schriftbildlichkeit offenbart sich allerdings, dass die Hersteller:innen mit *SAHNIG* der Ware *GUT & GÜNSTIG SAHNIG* keine Eigenschaft nicht-verbal prädicierend zuschreiben. Stattdessen ist *SAHNIG* ein elementarer Bestandteil, um auf die damit bezeichnete Ware der Edeka-Handelsmarke *GUT*

& *GÜNSTIG* zu referieren. Genauer ist das vermeintliche Adjektiv *SAHNIG* die Profildeterminante des Warennamens, was wiederum diagrammatisch-ikonisch durch die gestalterische Prominenz angezeigt wird. Durch diese Verwendung ist *SAHNIG* in der Folge auf dem Weg, sich zu einem Warennamenbestandteil zu entwickeln. Das bedeutet, eine lexikalische Übernahme wird initiiert bzw. findet statt (s. Kap. 5.2).

7.2.2 [WN AdjP]-Konstruktion

Durch die vorangehenden Erläuterungen und die Gegenüberstellung mit Grenzfällen lässt sich eine multimodale [WN AdjP]-Konstruktion identifizieren (s. Abb. 140). Hersteller:innen gebrauchen diese Konstruktion, um ihren Waren, auf die sie mit verschiedentlich komponierten Warennamen indexikalisch dinggebunden verweisen, mithilfe von Phrasen mit adjektivischer Profildeterminante (absatz-)förderliche Eigenschaften zuzuschreiben. Formal ist die [WN AdjP]-Konstruktion ähnlich der [WN PräpP]-Konstruktion (s. Kap. 7.1), von der sie sich jedoch in grammatischer Hinsicht auf die beschriebene Art und Weise unterscheidet, dadurch gekennzeichnet, dass der Warenname als Trajektor als das prominenteste Element gestaltet wird, dem gegenüber die Adjektivphrase als Landmarke weniger auffällig abgebildet wird. Durch den gestalterischen Anschluss mittels der relationalen Prominenzgrade sowie der relativen Nähe erhält die Konstruktion ihre verknüpfende nicht-prozessuale Relation von der Adjektivphrase zum Warennamen. Die Adjektivphrase stellt dementsprechend ein nicht-verbales Prädikat ohne Kopula dar und die Konstruktion ist a-temporal.

[WN AdjP]

Grammatische Kategorisierung Nicht-prozessuale Relationierung einer AdjP unterschiedlichen Komplexitätsgrades als nicht-verbalem Prädikat ohne Kopula zu einem WN jeglichen Subtyps

Funktion Zuschreibung einer aufwertenden Eigenschaft durch AdjP (Lm) zu Ware bzw. Klasse identischer Waren, auf die der WN (Tr) eindeutig und werbend referiert

Form	Mesoschriftbildlichkeit	WN zentral, AdjP in relativer Nähe zum WN
	Makroschriftbildlichkeit	WN am auffälligsten gestaltet, AdjP relational klein und leicht tendenziell durch farblichen o. ä. Hintergrund abgehoben
	Paraschriftbildlichkeit	WN und AdjP indexikalisch dinggebunden

Abb. 140: Multimodale [WN AdjP]-Konstruktion.

Dass nicht-verbal prädicierende Adjektivphrasen strukturell verschieden umfangreich sein können, zeigt sich ansatzweise schon durch Beispiele wie *EXTRA ZART*, *SUPER KNUSPRIG* und *UNENDLICH ZARTSCHMELZEND* in Abb. 136. Diese nicht-verbal prädicierenden Adjektivphrasen beinhalten mit *EXTRA*, *SUPER* und *UNENDLICH* neben den adjektivischen Profildeterminanten *ZART*, *KNUSPRIG* und *ZARTSCHMELZEND* allesamt eine Gradpartikel bzw. einen Ausdruck, der sich auf einem Grammatikalisierungspfad dorthin befindet. Noch deutlicher wird der Variantenreichtum der nicht-verbal prädicierenden Adjektivphrasen im Korpus an Beispielen wie der listenartigen Aufzählung *•LAKTOSEFREI •FETTARM •SALZARM* auf der Verpackung der Ware mit dem Namen *Milbona BiO Organic MANDEL DRINK*, den Getrennt-Komposita *GLUTEN FREI* und *HEFE FREI* auf der Verpackung der Ware namens *BIOVEGAN Pilz-Sauce* und der um eine Präpositionalphrase erweiterten adjektivischen Profildeterminante *Reich an VITAMIN E* auf der Verpackung von *THOMY REINES SONNENBLUMEN ÖL* (s. Abb. 141). Das Beispiel *•LAKTOSEFREI •FETTARM •SALZARM* illustriert nach dem vorherigen Beispiel *SAHNIG•MILD* in Abb. 141, dass adjektivische Schriftzüge – vergleichbar zu Präpositionalphrasen (s. Kap. 7.1) – von Hersteller:innen auch ohne den Gebrauch einer expliziten Konjunktion schriftbildlich koordiniert werden. Die Schriftzüge *GLUTEN FREI* und *HEFE FREI* zeigen, dass Getrennt-Komposita ebenso als nicht-verbal prädicierende Adjektivphrasen gebraucht werden, auch wenn diese Art der Bildung eher typisch für appellativische Profildeterminanten von Warennamen ist (s. dazu Kap. 6.3.1). Das nicht-verbale Prädikat ohne Kopula *Reich an VITAMIN E* veranschaulicht, dass nicht-verbal prädicierende Adjektivphrasen je nach adjektivischer Profildeterminante – und abhängig von dem, was traditionell unter dem Begriff der Valenz erfasst wird – selbst durch u. a. Präpositionalphrasen erweitert sein können.



Abb. 141: Schriftbildliche Koordination, Getrennt-Komposita und strukturelle Erweiterungen bei nicht-verbal prädicierenden Adjektivphrasen (20200415_143712; Pilz-Sauce Champignon-kräftig; Thomy Sonnenblumenöl).

Zusätzlich zu (In-)Existenz zuschreibenden Präpositionalphrasen (s. Kap. 7.1) und eigenschaftszuweisenden Adjektivphrasen sind im Korpus Alltagskonsumkosmos außerdem nicht-verbal prädicierende Nominalphrasen gebräuchlich. Deren Funk-

tionen zur Angabe entweder einer Klassenzugehörigkeit oder einer dinglichen Eigenschaft zu erläutern, ist das abschließende Analyseziel im nachfolgenden Teilkapitel.

7.3 Klassenzugehörigkeit bzw. Eigenschaften zuschreibende Nominalphrasen

Die dritte Gruppe von nicht-verbalen Prädikaten ohne Kopula im Korpus Alltagskonsumkosmos bilden Nominalphrasen. Derartige Phrasen beinhalten ein – teils umfassend spezifiziertes – Substantiv als Profildeterminante, welches hinsichtlich des konzeptuellen bzw. denotativen Inhalts ein gruppiertes und reifiziertes Ding im kognitiv-grammatischen Sinne profiliert (vgl. Langacker 2008: 104–108; s. Kap. 3.1.2 und Kap. 3.2.3). Beispiele für solche nicht-verbal prädizierenden Nominalphrasen im Korpus Alltagskonsumkosmos sind etwa *Proteinquelle* auf der Verpackung von *ültje Erdnuss Creme creamy*, *CREMIG-FRISCHER GESCHMACK* auf der Verpackung von *PHILADELPHIA ORIGINAL*, *Knusprige Weizenvollkornflakes mit Zimt* auf *GUT & GÜNSTIG MINI ZIMTOS*, *100% NATÜRLICHE ZUTATEN* auf *Arla Buko Ananas*, *Mehrfruchtgetränk* auf der Verpackung der Ware mit dem Namen *VILSA H₂OBST APFEL KIRSCH* sowie *500g e* auf *Barilla FUSILLI* (s. Abb. 142).



Abb. 142: Nicht-verbal prädizierende Nominalphrasen (L1010055; ültje Erdnuss Creme; Philadelphia; IMG_2279; IMG_9829; Barilla Fusilli).

Im Gegensatz zu den zuvor betrachteten Präpositionen (s. Kap. 7.1) und Adjektiven (s. Kap. 7.2) als Profildeterminanten profilieren Nominalphrasen mit einem Substantiv als Profildeterminante prinzipiell keine Relation. In der Verwendungsweise, die durch die Beispiele in Abb. 142 illustriert wird, sind die strukturell verschiedenen Nominalphrasen *Proteinquelle* und *Mehrfruchtgetränk*, *CREMIG-FRISCHER GESCHMACK*, *Knusprige Weizenvollkornflakes mit Zimt*, *100% NATÜRLICHE ZUTATEN*, und *500g e* hingegen nicht-prozessual relational – trotz ihrer nominalen Profildeterminanten. Diese Analyse begründet sich abermals durch die musterhafte schriftbildliche Zuschreibung zu verschiedentlich komponierten Warennamen, die auch für derartig verwendete Nominalphrasen zutrifft.

Bei der Gestaltung von nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen gebrauchen Hersteller:innen wiederum ein indexikalisch dinggebundenes schriftbildliches Muster, das auf einer allgemeinen Ebene dem Muster von nicht-verbal prädicierenden Präpositionalphrasen und nicht-verbal prädicierenden Adjektivphrasen nahekommt: Mit den auf unterschiedliche Art und Weise zusammengesetzten Warennamen als auffälligsten Sehflächenelementen werden die strukturell ebenfalls verschiedenen Nominalphrasen typischerweise vergleichsweise klein und teils durch farbliche o. ä. Hervorhebung in die relative Nähe des jeweiligen Warennamens platziert. Bei einem genaueren Blick auf die Gestaltung der unterschiedlichen Arten der gebrauchten Nominalphrasen lassen sich darüber hinaus jedoch vor allem zwei auffällige Tendenzen feststellen. Erstens scheinen Hersteller:innen Schriftzüge, die der prozentualen Angabe von Inhaltsstoffen dienen, tendenziell größer zu gestalten und sie im Vergleich zu anderen Arten von Nominalphrasen häufiger durch einen Hintergrund zu betonen. Zweitens sticht hervor, dass quantifizierende Mengenangaben ausnahmslos in relativer Nähe zum jeweiligen Warennamen positioniert und fast ausnahmslos im Vergleich zu anderen Schriftzügen klein gestaltet werden, während sie lediglich im Einzelfall durch einen Hintergrund hervorgehoben werden.

Durch ihre musterhafte Gestaltung werden Nominalphrasen wie die in Abb. 142 exemplarisch angeführten von den Hersteller:innen in Relation zu den indexikalisch dinggebunden referierenden Warennamen, die sie auf der jeweiligen Verpackung am prominentesten abbilden, gesetzt. Die Nominalphrasen werden somit dem jeweiligen Warennamen zugeschrieben, sodass die Nominalphrase dergestalt relational ist, dass sie als eine nicht-verbale, nominale Aussage eingesetzt wird. Das bedeutet, die musterhaft gestalteten Nominalphrasen werden als nicht-verbale Prädikate ohne Kopula genutzt. Die gestalterische Relationierung indiziert somit diagrammatisch-ikonisch das nicht-verbal prädicierende Verhältnis von kleinerer Nominalphrase in relativ geringer Distanz zu prominentem Warennamen. Das entsprechende kognitiv-grammatische Schema von Nominalphrasen als nicht-verbale Prädikate ohne Kopula (s. Abb. 143) beinhaltet in der Konsequenz eine Nominalphrase als zugewiesene nominale Aussage als sekundären Fokus sowie – analog zu

den kognitiv-grammatischen Schemata von Präpositionalphrasen und Adjektivphrasen als nicht-verbale Prädikate ohne Kopula – einen Warennamen als Trajektor mit primärem Fokus.

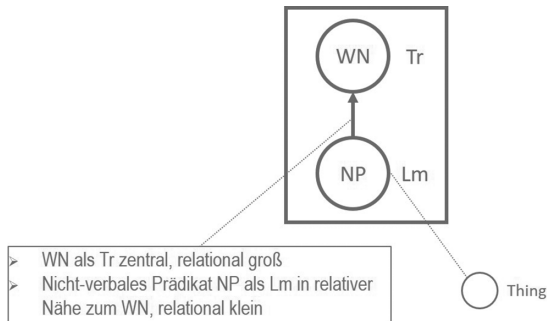


Abb. 143: Kognitiv-grammatisches Schema einer Nominalphrase als nicht-verbales Prädikat ohne Kopula.

Dieses Gestaltungsmuster und die damit verknüpfte relationierende Funktion lassen sich einmal mehr weiter festigen, indem sie durch Grenzfälle von ähnlichen Gebrauchsphänomenen abgegrenzt werden. Vor allem die unscharfen Trennlinien zu Nominalphrasen als appellativischer Warennamenkern sowie determinativen Appositionen sind in dieser Hinsicht zu problematisieren. Dazu bieten sich die Grenzfälle *DIREKTSAFT* und *100% Fruchtgehalt* auf der Verpackung der Ware mit dem Namen *REWE BESTE WAHL ANANAS SAFT* sowie *Gemüsemais* auf der Verpackung von *ja! SUPER-SWEET Gemüsemais* an (s. Abb. 144).



Abb. 144: Grenzfälle ‚DIREKTSAFT‘, ‚100% Fruchtgehalt‘ und ‚Gemüsemais‘ (L1010153; L1010045).

Auf unterschiedliche Art und Weise stellen sie Grenzfälle der Kollektion der nicht-verbal präzisierenden Nominalphrasen dar: Während *DIREKTSAFT* und *100%*

Fruchtgehalt aufgrund ihrer gestalterischen Prominenz ebenfalls als Warennamenbestandteile infrage kämen und dennoch als nicht-verbal prädzierende Nominalphrasen gewertet werden, ist *Gemüsemais* aufgrund seiner Schriftbildlichkeit ein vermeintlich typischer Beleg für nicht-verbal prädzierende Nominalphrasen und wird dennoch aus der Kollektion der nicht-verbal prädzierenden Nominalphrasen ausgeschlossen (s. auch Kap. 6.3.4). Aufgrund ihrer auffälligen Gestaltung im Zentrum der Front-Sehfläche der Verpackung wäre für *DIREKTSAFT* und *100% Fruchtgehalt* auch eine Analyse als Profildeterminante des Warennamens (s. Kap. 6.3) oder wegen ihrer engen Platzierung eine Einordnung als determinative Apposition (s. Kap. 6.3.2) denkbar. Um auf die Warenklasse des Ananassafts der Rewe-Handelsmarke namens *REWE BESTE WAHL* zweifelsfrei zu referieren, sind diese beiden Nominalphrasen jedoch nicht notwendig. Dafür bedarf es lediglich des Handelsmarkennamens *REWE BESTE WAHL* als lockere Apposition zum Getrennt-Kompositum (s. Kap. 6.3.1) *ANANAS SAFT* als Profildeterminante. Daher sind *DIREKTSAFT* und *100% Fruchtgehalt* trotz ihrer vergleichsweise prominenten schriftbildlichen Gestaltung weder als Kern noch als integraler Bestandteil des Warennamens *REWE BESTE WAHL ANANAS SAFT* auszuwerten, sondern sie sind durch ihre zweifellos relationale gestalterische Darstellung grundsätzlich zu den nicht-verbal prädzierenden Nominalphrasen zu zählen. Andersherum verläuft die Analyse von *Gemüsemais* in der Front-Sehfläche der Verpackung von *ja! SUPER-SWEET Gemüsemais*. Angesichts der im Vergleich zu den weiteren Schriftzügen kleinen Schriftgröße und der engen Positionierung liegt es nahe, die Nominalphrase als nicht-verbal prädzierend einzustufen. Tatsächlich erschließt sich bei einer funktionalen Betrachtung in Relation zu *ja!* und *SUPER-SWEET*, dass die Hersteller:innen in der Gesamtheit mit *Gemüsemais* den propositionalen Akt des Referierens ausführen, um auf die Warenklasse des spezifizierten (*SUPER-SWEET*) *Gemüsemais* der REWE-Handelsmarke namens *ja!* zu verweisen. Statt sie als nicht-verbal prädzierend zu analysieren, ist die Nominalphrase *Gemüsemais* somit als appellativischer Kern zu kategorisieren. Insgesamt handelt es sich folglich anstelle eines Belegs für nicht-verbal prädzierende Nominalphrasen um einen weniger prototypischen Beleg für Warennamen aus einem prä-attribuierten Appellativum als Profildeterminante mit einem Markennamen als lockere Apposition (s. Kap. 6.3.4).

Ähnlich wie bei nicht-verbal prädzierenden Präpositionalphrasen (s. Kap. 7.1) und Adjektivphrasen (s. Kap. 7.2) offenbart sich in der Konsequenz zwar die Tendenz, dass eine Nominalphrase umso eher ein Warennamenbestandteil – als Profildeterminante bzw. determinative Apposition – ist, je größer bzw. enger sie schriftbildlich dargestellt wird. Allein die schriftbildliche Gestaltung ermöglicht jedoch bei Grenzfällen keine zweifelsfreie Analyse. Entscheidend für die Analyse des konkreten Sprachgebrauchsereignisses ist die holistische funktionale Untersuchungsperspektive, die vom semantisch-pragmatischen Profil eines Ausdrucks ausgeht. Dadurch lassen sich

die nicht-trennscharfen Überschneidungsbereiche zwischen nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen und Nominalphrasen, die entweder als determinative Apposition ein konstitutiver Spezifikator des Warennamens sind oder sogar der appellativische Kern, qualitativ erschließen.

Infolge der vorangegangenen Ausführungen kann nach der multimodalen [WN PräpP]-Konstruktion (s. Kap. 7.1.2) und der multimodalen [WN AdjP]-Konstruktion (s. Kap. 7.2.2) eine multimodale [WN NP]-Konstruktion abgeleitet werden (s. Abb. 145). Mit ihrem Gebrauch tätigen Hersteller:innen eine allgemein absatzdienliche Aussage durch Phrasen mit nominaler Profildeterminante über ihre Waren, auf die sie mit verschiedenen zusammengesetzten Warennamen indexikalisch dinggebunden referieren. Für diese aussagenmachenden Nominalphrasen kann grundsätzlich der Nominativ analysiert werden, da nicht-verbal prädicierend gebrauchte Nomen mit dem Trajektor im Kasus kongruieren; zudem ist der Nominativ der „Normalkasus“ (Duden 2016: 817), der immer gebraucht wird, wenn nicht – etwa durch Präpositionen oder Verben – ein anderer Kasus erforderlich ist. Die Form der [WN NP]-Konstruktion ähnelt der [WN PräpP]- und auch der [WN AdjP]-Konstruktion insofern, als der jeweilige Warenname als Trajektor mit primärem Fokus auch gestalterisch das prominenteste Element ist, während Hersteller:innen die Nominalphrase als Landmarke mit sekundärem Fokus weniger auffällig abbilden. Durch diese diagrammatisch-ikonische Relationierung stehen Warenname und Nominalphrase in einer zuweisenden Beziehung zueinander, die die nicht-prozessuale Relation von der Nominalphrase zum Warennamen darstellt. Die prinzipiell nicht-relationale Nominalphrase wird dadurch relational angeschlossen, sodass sie als ein nicht-verbales Prädikat ohne Kopula eingesetzt wird.

[WN NP]		
Grammatische Kategorisierung	Nicht-prozessuale Relationierung einer NP als nicht-verbalem Prädikat ohne Kopula zu einem WN jeglichen Subtyps	
Funktion	NP (Lm) tätigt werbende Aussage über Ware bzw. Klasse identischer Waren, auf die der WN (Tr) eindeutig und werbend referiert	
Form	Mesoschriftbildlichkeit	WN zentral, NP in relativer Nähe zum WN
	Makroschriftbildlichkeit	WN am auffälligsten gestaltet, NP relational klein und teilweise durch farblichen o. ä. Hintergrund abgehoben
	Paraschriftbildlichkeit	WN und NP indexikalisch dinggebunden

Abb. 145: Multimodale [WN NP]-Konstruktion.

Genauer lässt sich die übergeordnete [WN NP]-Konstruktion weiter subdifferenzieren. Wie bereits anhand der eingangs in Abb. 142 ausgewählten Beispiele zu erahnen ist, variieren die allgemein absatzförderlichen Aussagen, die Hersteller:innen mithilfe von musterhaft gestalteten nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen tätigen, im gegenseitigen Vergleich. Insgesamt sind im Korpus Alltagskonsumkosmos vor allem zwei zentrale Aussagearten zu unterscheiden, die Hersteller:innen mit nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen tätigen: Erstens dienen die Nominalphrasen der Zuweisung der Ware zu einer Klasse bzw. Warengattung (s. weiter Kap. 7.3.1), zweitens dem Zuschreiben einer dinglichen Eigenschaft zur Ware (s. weiter Kap. 7.3.2). Kennzeichnend für die eine oder die andere analytische Kategorisierung sind dabei die semantischen Aspekte (s. Kap. 3.2.3) der jeweiligen nominalen Profildeterminante der einzelnen nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen: Handelt es sich bei dem substantivischen Kern in semantischer Hinsicht um einen allgemeineren Oberbegriff, d. h. ein Hyperonym für eine Warengattung, fungiert die Nominalphrase typischerweise als ein Klassifikator der jeweiligen Ware und gibt somit die Klassenzugehörigkeit der Ware an, während sie eher eine dingliche Eigenschaft zuschreibt, wenn die nominale Profildeterminante aus einer semantischen Perspektive ein Abstraktum ist.

7.3.1 Angabe der Klassenzugehörigkeit

Allein anhand des Warennamens ist teilweise nicht auszumachen, um was für ein Lebensmittel es sich bei der dadurch benannten Ware handelt. Vor allem Waren mit Warennamen aus einem Markennamen (s. Kap. 6.1) oder der Kombination aus einem Markennamen und einem Sub-Markennamen (s. Kap. 6.2) als Profildeterminante sind nur mittels des Namens nicht selten keiner allgemeineren Warensorte/-gattung klar zuordenbar. Zudem können Warennamen mit appellativischen Profildeterminanten, deren Referenzobjekt mutmaßlich nicht allgemeinbekannt ist, Probleme bei der Zuordnung aufseiten der Verbraucher:innen bereiten. Da eine Ware auf ihrer Verpackung jedoch eine Verkehrsbezeichnung enthalten muss, die das Lebensmittel unmissverständlich erkennbar macht (s. Kap. 2.3.2), vereindeutigen Hersteller:innen von Waren mit interpretationsoffeneren Warennamen daher durch Nominalphrasen in Front-Sehflächen ihrer Lebensmittelverpackungen, mithilfe derer sie eine Aussage über die Klassenzugehörigkeit ihrer Waren tätigen. Die Profildeterminanten derartiger Nominalphrasen sind infolgedessen typischerweise substantivische Hyperonyme bzw. appellativische Oberbegriffe für Lebensmittelklassen, unter denen Waren mit gemeinsamen Eigenschaften – trotz ihrer Markierung durch eine Marke – zusammenfassbar sind. Die erste typische Aussage, die Hersteller:innen mit nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen, die von einem

einfachen Substantiv als Profildeterminante über Phrasen mit internen phrasalen Erweiterungen unterschiedlich komplex strukturiert sind, tätigen, ist dementsprechend die Angabe der Klassenzugehörigkeit einer Ware. Beispiele für derartige Klassenzugehörigkeit zuweisende, nicht-verbal prädizierende Nominalphrasen sind etwa *Mehrfruchtgetränk* auf der Verpackung der Ware mit dem Namen *VILSA H₂OBS₂ APFEL KIRSCH*, *Knusprige Weizenvollkornflakes mit Zimt* auf *GUT & GÜNSTIG MINI ZIMTOS*, *Spezialität aus Hartweizengrieß* auf *EDEKA COUSCOUS*, *Rheinischer Zuckerrübensirup* auf der Verpackung von *Original Grafschafter Goldsaft*, *KRÄUTERTEEMISCHUNG* auf *TEEKANNE Harmonie für Körper & Seele Traum schön* und *PFLANZLICHER BROTAUFSTRICH MIT AUBERGINE* auf der Verpackung von *EDEKA Bio + Vegan AUBERGINE* (s. Abb. 146).



Abb. 146: Klassenzugehörigkeit angegebene nicht-verbal prädizierende Nominalphrasen (L1010055; IMG_2279; Foto 24.04.20 15 04 43; IMG_20200525_100835; Edeka Couscous; IMG_2202).

Weitere Beispiele für klassifizierende nicht-verbal prädizierende Nominalphrasen im Korpus Alltagskonsumkosmos sind u. a. *Kräutertee* in der Front-Sehfläche der Verpackung von *CAPTAINS Tea MELISSE PFEFFERMINZE* (Captains Tea Kräutertee), *BIERSPEZIALITÄT* auf der Verpackung von *Warsteiner BREWERS GOLD* (War-

¹⁴⁷ Im Gegensatz zu *Spezialität* als kennzeichnende Besonderheit (vgl. DWDS: *Spezialität* (URL: <https://www.dwds.de/wb/Spezialit%C3%A4t> [Zugriff: 09.11.2022])) und damit als Abstraktum (s. weiter Kap. 7.3.2) handelt es sich bei dieser Verwendung von *Spezialität* um ein Hyperonym für Speisen mit spezifischen gustatorischen Eigenheiten.

steiner Brewers), *Backmischung* auf der Verpackung von *RUF Unser Schoko Kuchen* (Schokokuchen), *kakaohaltiges Getränkepulver* auf *TiP SCHOKO DRINK* (TipSchokodrink), *Alkoholfreies Erfrischungsgetränk* auf *KROMBACHER'S FASSBRAUSE MARACUJA* (Krombacher's Fassbrause), *ORIGINAL FRANZÖSISCHER WEICHKÄSE* auf *Géramont* (IMG_3138), *Feiner Bio-Kräutertee mit Mate, Krauseminze und Zitronenschale* auf *TEEKANNE ORGANICS START YOUR DAY* (Teekanne Organics), *PFLANZLICHES BRATFETT ZUM STREUEN* auf *PAUDAR BRAT PULVER* (IMG_3139) sowie *6 Klöße in Kochbeuteln* auf der Verpackung der Ware mit dem Namen *Pfanni Kartoffel Klöße* (Klöße).

Grammatisch auffällig ist neben der Multimodalität aufgrund der Vereindeutigung durch die musterhafte schriftbildliche Gestaltung vor allem – abgesehen von wenigen Ausnahmen im Korpus Alltagskonsumkosmos wie *Die Haselnuss in Caramel mit Nougatcreme und Schokolade* auf der Verpackung von *Toffifee* (Storck Toffifee) – der artikellose Gebrauch von den substantivischen Hyperonymen. Wie die angeführten Beispiele in Abb. 146 illustrieren, gebrauchen die Hersteller:innen die nominalen Profildeterminanten *Mehrfruchtgetränk*, *Spezialität*, *Zuckerrübensirup*, *KRÄUTERTEEMISCHUNG*, *BROTAUFSTRICH* etc. der klassifizierenden nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen typischerweise ohne ein Artikelwort. Dabei weisen die als Profildeterminanten von solchen nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen eingesetzten Substantive größtenteils den semantischen Aspekt der Zählbarkeit auf, der generell „im Deutschen als der Normalfall angesehen werden [kann]“ (Duden 2016: 173). Verfügt ein Substantiv über das Merkmal der Zählbarkeit, weist dies „oft das semantische Merkmal der ‚natürlichen Begrenztheit‘ auf“ (Duden 2016: 173). Für Konkreta bedeutet dies, dass „deren Gestalt mitgemeint ist“ (Duden 2016: 173), für Abstrakta etwa, dass „eine zeitliche Begrenztheit vorliegt“ (Duden 2016: 173). Somit würden Substantive wie die angeführten Beispiele im Singular standardsprachlich als „eine Art Automatismus“ (Duden 2016: 331) mindestens mit dem indefiniten Artikel gebraucht, sofern „von der Textaussage her kein anderes Artikelwort sinnvoll ist“ (Duden 2016: 331).

Lediglich bei Substantiven wie *Weizenvollkornflakes*, *BRATFETT* und *WEICHKÄSE* ist der artikellose Gebrauch auch standardsprachlich nicht auffällig. Denn Nomen wie *Cornflakes* als Determinatum des Determinativkompositums *Weizenvollkornflakes* können aufgrund des Plurals, in dem *Cornflakes* als Pluraletantum ohnehin ausschließlich gebraucht wird (vgl. Duden 2016: 180–181), artikellos bleiben, da der indefinite Artikel im Deutschen nur im Singular verwendet wird (vgl. Duden 2016: 331). Ebenso können Nomen wie *Fett* und *Käse* als Determinata der Determinativkomposita *BRATFETT* und *WEICHKÄSE* grundsätzlich ohne ein Artikelwort gebraucht werden, da sie als Stoffbezeichnungen eine Unterart der Appellativa bilden, die – abgesehen von der Sorten- und der Portionenlesart (vgl. Duden 2016: 332) –

den semantischen Aspekt der Zählbarkeit generell nicht aufweisen und somit im Singular typischerweise artikellos genutzt werden (vgl. Duden 2016: 174–175).¹⁴⁸

Ohne den Einsatz eines Artikelworts werden darüber hinaus als spezifizierende Attribute eingesetzte Adjektive wie *Rheinischer* und *Pflanzlicher* in *Rheinischer Zuckerrübensirup* und *PFLANZLICHER BROTAUFSTRICH MIT AUBERGINE* von den Hersteller:innen zudem aufgrund des Prinzip der Monoflexion stark dekliniert (vgl. Duden 2016: 955–956). Auf den ersten Blick wirken die klassifizierenden Nominalphrasen mit einem durch ein Adjektivattribut spezifizierten, grundsätzlich zählbaren und dennoch artikellosen, substantivischen Hyperonym als Profildeterminante daher wie kaum integrierbare parenthetische Einschübe. In der Konsequenz können die Verwendungen der substantivischen Profildeterminanten von den nicht-verbal prädiszierenden Nominalphrasen, die durch die angeführten Beispiele illustriert werden, im standardsprachlichen Vergleich als eine Irregularität eingeordnet werden (vgl. Stumpf 2015: 207). Aufgrund der Häufigkeit im Korpus Alltagskonsumkosmos drängt sich jedoch die Frage nach einer Erklärung für diese musterhafte Irregularität auf, wofür mehrere Aspekte zusammenzuführen sind.

Eine zunächst recht allgemeine Begründung dafür, dass Hersteller:innen die zählbaren substantivischen Profildeterminanten der klassifizierenden nicht-verbal prädiszierenden Nominalphrasen typischerweise artikellos verwenden, ist die generelle Kürze bzw. die „Knappheit des Ausdrucks“ (D’Avis/Finkbeiner 2013: 218) des Geschriebenen auf Lebensmittelverpackungen. Diese Kürze bzw. Knappheit der Nominalphrasen ohne Artikelgebrauch ist auch in anderen Textsorten bzw. Kommunikationsformen (s. Kap. 2.3.2) gebräuchlich; D’Avis/Finkbeiner (vgl. 2013: 218) nennen u. a. Schilder (*Wartezimmer*), Schlagzeilen (*Turnhalle eingestürzt*), Listen (*die Hauptbestandteile des Computers sind: Prozessor, Festplatte, Bildschirm*) und Anzeigen (*Suche Wohnung*). Sie kann als „Telegrammstil“ (Duden 2016: 333) erfasst werden, der demnach „nicht nur bei den (heute kaum mehr verschickten) Te-

¹⁴⁸ Ausnahmen der Zählbarkeit sind grundsätzlich Eigennamen wie *Johann Wolfgang von Goethe* (vgl. Duden 2016: 173), Abstrakta wie *Kälte* (vgl. Duden 2016: 174; s. weiter Kap. 7.3.2), Stoffbezeichnungen wie *Mehl* oder *Gold*, die als partitive Appositionen häufig mit Maß-, Behälter- und Gestaltbezeichnungen wie *hundert Gramm Mehl* oder *acht Barren Gold* quantifiziert werden (vgl. Duden 2016: 174–176), Kollektiva wie *Stapel*, auf die die damit zusammengefassten Dinge attributiv als partitive Apposition wie bei *ein Stapel Papier* folgen können (vgl. Duden 2016: 176–177), Maß-, Mengen-, Behälter- und Gestaltbezeichnungen wie *Gramm* oder *Prozent*, die meist von Zahladjektiven wie in *zweihundert Gramm* oder *dreißig Prozent* begleitet werden und zudem zusammen mit dem Gemessenen als partitive Apposition wie in *zweihundert Gramm Mehl* oder *dreißig Prozent Fettgehalt* verwendet werden (vgl. Duden 2016: 177–179), sowie Währungs- und Münzbezeichnungen wie *Euro* wie in *zehn Euro*, die teils auch durch eine partitive Apposition wie in *zehntausend Euro Schulden* begleitet werden können (vgl. Duden 2016: 179–180).

legrammen“ (Duden 2016: 333) genutzt wird. Der sogenannte Telegrammstil gilt als eine der „bestimmten Bedingungen“ (Duden 2016: 333), unter denen selbst zählbare Nomen im Singular teilweise ohne ein Artikelwort verwendet werden.

Eine weitere Begründung für diese artikellose Nutzung der zählbaren substantivischen Profildeterminanten im Korpus Alltagskonsumkosmos seitens der Hersteller:innen ist der spezifische nicht-verbal prädizierende Gebrauch. Zählbare Substantive, die als nicht-verbale Prädikate eingesetzt werden, werden auch im Singular ohne ein Artikelwort verwendet, sofern dadurch in der „Statuslesart“ (Ehrich 2007: 10) bzw. „Klassenlesart“ (D’Avis/Finkbeiner 2013: 218) die „Zugehörigkeit zu einer sozial etablierten und anerkannten Gruppe (Nationalität, Herkunft, Beruf, Funktion, Weltanschauung, Religion, gesellschaftlicher Status usw.)“ (Duden 2016: 333) zugewiesen wird. Die zuschreibende Verwendung eines zählbaren substantivischen Hyperonyms im Singular ohne ein Artikelwort ist demnach „mit der Klassenlesart assoziiert“ (D’Avis/Finkbeiner 2013: 219). Dabei scheint diese Klassifikation an „bestimmte objektive Kriterien“ (D’Avis/Finkbeiner 2013: 218) gekoppelt zu sein, sodass die Einstufung innerhalb von Sprachgemeinschaften konventionell akzeptiert ist. Erweiternd übertragen auf Waren und Warengattungen lässt sich die artikellose Verwendung im Singular von prinzipiell zählbaren Substantiven wie *Mehrfruchtgetränk*, *Spezialität*, *Zuckerrübensirup*, *KRÄUTERTEEMISCHUNG*, *BROTAUFSTRICH* etc. dergestalt interpretieren, dass die Hersteller:innen mit nicht-verbal prädizierenden Nominalphrasen mit solchen substantivischen Hyperonymen als Profildeterminanten eine klassifizierende Aussage über ihre Waren tätigen, die auf sprachgemeinschaftlich mehr oder weniger allgemein üblichen Kriterien basiert. Es geht demgemäß darum, die spezifischen Waren einzelner Marken mithilfe von appellativischen Oberbegriffen generelleren Klassen zuzuordnen, damit die Waren seitens der Verbraucher:innen im Allgemeinen identifizierbar sind.

Im weiteren Sinne gebrauchen die Hersteller:innen die Hyperonyme somit als eine Art von generalisierenden Stoffbezeichnungen, die sich „auf Massen beziehen, die aus erkennbaren, im Kommunikationszusammenhang aber vernachlässigbaren Teilchen bestehen“ (Duden 2016: 175). Im kognitiv-grammatischen Sinne wird mit Stoffbezeichnungen demnach die wahrgenommene Kontinuität der Masse in den Vordergrund gestellt und weniger deren konstitutive Einheiten – bzw. hinsichtlich Waren die markentypischen Spezifika –, sodass die Ware als Masse „as an undifferentiated whole“ (Langacker 2008: 131) begriffen wird. Genauer profiliert eine Stoffbezeichnung ein Ding, das „as [not] being bounded within the immediate scope in the domain of instantiation“ (Langacker 2008: 132) konzeptualisiert wird. Das bedeutet, für das profilierte Ding gibt es im unmittelbaren Aufmerksamkeitsbereich innerhalb der Domäne, in der die Instanzen des Typs verortet werden, keine Auffassung von den Grenzen einer Instanz, sodass es möglich wäre, mit der „conception of another, distinct instance“ (Langacker 2008: 137) zu beginnen. Das durch

eine Stoffbezeichnung profilierte Ding ist somit „amorphous and not inherently limited“ (Langacker 2008: 131). Basierend auf der Grundannahme von linguistischen Kategorien als Prototypenkategorien (s. Kap. 3.1.3) sind dabei keine trennscharfen Grenzen zwischen Stoffbezeichnungen und sonstigen Gattungsbezeichnungen anzusetzen. Vielmehr gibt es eine „great fluidity of the count/mass distinction“ (Langacker 2008: 131). Ein Nomen ist folglich nicht immer entweder ein Stoffsubstantiv oder nicht, sondern verschiedene Gebräuche werden „entrenched and conventionally established as either a count noun or a mass noun – or often both“ (Langacker 2008: 132). Ein weiterer Hinweis auf die Lesart als eine Stoffbezeichnung im weiteren Sinne ist außerdem die Relation zu Messangaben wie *500g, 1l* etc., da Stoffbezeichnungen typischerweise „mithilfe von Maß-, Behälter- und Gestaltbezeichnungen quantifiziert“ (Duden 2016: 174) werden.

Standardsprachlich kann die artikellose Verwendungsweise im Singular von grundsätzlich zählbaren Substantiven wie *Mehrfruchtgetränk, Spezialität, Zuckerrübensirup, KRÄUTERTEEMISCHUNG, BROTAUFSTRICH* etc. in nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen daher gewiss als eine Irregularität eingeordnet werden. Aus der Musterhaftigkeit dieses spezifischen Gebrauchs im Korpus Alltagskonsumkosmos lässt sich jedoch schlussfolgern, dass er innerhalb der Kommunikationsform Lebensmittelverpackung bzw. bei der Beschriftung von Verpackungen eine Gebräuchlichkeit aufweist, die sich durchaus grammatisch erfassen lässt. Die vorausgehenden Erläuterungen zusammenfassend kann dementsprechend die [WN NP]-Konstruktion durch eine spezifischere [WN NP_{Hyperonym}]-Konstruktion subdifferenziert werden (s. Abb. 147). Sie untergliedert die [WN NP]-Konstruktion, da der Trajektor vornehmlich eine Ware mit einem indexikalisch dinggebundenen Warennamen aus einem Markennamen oder einer mehrteiligen Kombination aus einem Markennamen und einem Sub-Markennamen bildet. Die Profildeterminante der nicht-verbal prädicierenden Nominalphrase wiederum ist typischerweise ein substantivisches Hyperonym, das meist artikellos verwendet wird, auch wenn es prinzipiell zählbar ist. Dadurch ist die Aussage, die Hersteller:innen mit der Nutzung der nicht-verbal prädicierenden Nominalphrase beim Gebrauch der [WN NP_{Hyperonym}]-Konstruktion tätigen, genauer eingegrenzt als beim Einsatz der [WN NP]-Konstruktion: Die Aussage besteht in der Klassifikation – auf der Grundlage von mehr oder weniger konventionellen Kriterien – der jeweiligen Ware.

7.3.2 Zuweisung einer dinglichen Eigenschaft

Im prototypischen Fall werden Eigenschaften durch den prädicierenden Gebrauch von Adjektiven zugeschrieben. Auch mit Nominalphrasen, deren Profildeterminan-

[WN NP_{Hyperonym}]

Grammatische Kategorisierung	Nicht-prozessuale Relationierung einer (artikellosen) NP als nicht-verbalem Prädikat ohne Kopula zu einem WN jeglichen Subtyps, jedoch vor allem WN aus MN oder MN+SMN als PD	
Funktion	NP (Lm) tätigt klassifizierende Aussage (auf der Grundlage konventioneller Kriterien) über Ware bzw. Klasse identischer Waren, auf die der WN (Tr) eindeutig und werbend referiert	
Form	Mesoschriftbildlichkeit	WN zentral, NP in relativer Nähe zum WN
	Makroschriftbildlichkeit	WN am auffälligsten gestaltet, NP relational klein und teilweise durch farblichen o. ä. Hintergrund abgehoben
	Paraschriftbildlichkeit	WN und NP indexikalisch dinggebunden

Abb. 147: Multimodale [WN NP_{Hyperonym}]-Konstruktion.

ten mit Blick auf die konzeptuelle Basis ein kognitiv-grammatisches Ding profilieren, kann jedoch eine – dementsprechend im weiteren Sinne dingliche – Eigenschaft zugewiesen und damit der propositionale Akt des Prädizierens ausgeführt werden. Auch dazu bedarf es bei der Beschriftung von Lebensmittelverpackungen keiner Kopula. Im Gegenteil erfüllt auch in dem Fall die musterhafte Schriftbildlichkeit die grammatische Funktion der nicht-prozessualen Relationierung: Hersteller:innen vollziehen den propositionalen Akt des eigenschaftszuweisenden, nominalen Prädizierens demnach durch den Gebrauch von musterhaft gestalteten nicht-verbal prädizierenden Nominalphrasen.

Bei den dinglichen Eigenschaften, die Hersteller:innen ihren Waren nicht-verbal prädizierend zuschreiben, handelt es sich typischerweise um konzeptuell abstrakte Eigenschaften. Dementsprechend sind die Profildeterminanten der eigenschaftszuweisenden nicht-verbal prädizierenden Nominalphrasen typischerweise semantisch abstrakte Substantive. Solche Abstrakta sind Nomen, die „nicht unmittelbar wahrnehmbare Phänomene“ (Imo 2016: 74) bzw. „etwas Gedachtes“ (Duden 2016: 151) profilieren.¹⁴⁹ Grundsätzlich zählen dazu beispielsweise Substantive wie *Schlag*, *Ruhe*, *Liebe*, *Musik*, *Prozent* und *Gramm*, aber auch deadjektivische und

¹⁴⁹ Demgegenüber profilieren Konkreta „wahrnehmbare Phänomene“ (Imo 2016: 74) bzw. „etwas Gegenständliches“ (Duden 2016: 151), z. B. *Mensch*, *Mann*, *Fisch*, *Blume*, *Auto*, *Wald*, *Wasser*, *Frankfurt*. Die Unterscheidung in Konkreta und Abstrakta ist neben u. a. der Belebtheit lediglich ein Gesichtspunkt, unter dem Substantive differenziert werden können (vgl. Duden 2016: 150). Zwischen Konkreta und Abstrakta gibt es jedoch „keine scharfe Grenze“ (Duden 2016: 174). Zudem weisen viele Substantive eine „gewisse Spannbreite im Gebrauch auf“ (Duden 2016: 174).

deverbale Nominalisierungen wie *(das) Schöne* und *(das) Warten* (vgl. Duden 2016: 174). Beispiele aus dem Korpus Alltagskonsumkosmos für Abstrakta sind etwa *Quelle*, *Qualität*, *(das) Beste* und *Geschmack*. Sie bilden die Profildeterminanten von eigenschaftszuweisenden nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen wie *BALLAST-STOFF-QUELLE* auf der Verpackung der Ware namens *Garden Gourmet INCREDIBLE BRATWURST*, *Proteinquelle* auf der Verpackung von *ültje Erdnuss Creme creamy*, *feine Back-Qualität* auf *REWE Beste Wahl Weizenmehl TYPE 405*, *Das Beste vom Thunfisch* auf *Saupiquet RIO mare Thunfisch-Filets in Olivenöl* sowie *CREMIG-FRISCHER GESCHMACK* auf der Verpackung von *PHILADELPHIA ORIGINAL* (s. Abb. 148). Die zweite typische Aussage, die Hersteller:innen mithilfe von nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen tätigen, ist demnach die Zuweisung einer abstrakten dinglichen Eigenschaft zu einer Ware.



Abb. 148: Eigenschaftszuweisende nicht-verbal prädicierende Nominalphrasen (ültje Erdnuss Creme; Philadelphia; IMG_7802; L1010296; Saupiquet Thunfisch).

Weitere Beispiele für nicht-verbal prädicierende Nominalphrasen, mit denen Hersteller:innen ihren Waren eine abstrakte dingliche Eigenschaft zuweisen, sind u. a. *GOURMET-QUALITÄT* auf der Verpackung von *FUCHS Zimt* (Fuchs-Zimt), *viel Eiweiß – wenig Fett* auf der Verpackung von *GUT & GÜNSTIG SKYR Natur* (Gut&Günstig Skyr), *vollmundig cremiger Genuss* auf *BÄREN MARKE Haltbare Milch 3,8% Fett*¹⁵⁰ (Bärenmarke Milch), *NEUE REZEPTUR* auf *NESCAFÉ GOLD TYP LATTE* (Nescafe Gold Latte), *feinste Auslese* auf *EDEKA Junge Erbsen extra fein* (Erbsen Edeka),

¹⁵⁰ Im Fall von *BÄRENMARKE Haltbare Milch 3,8% Fett* ist die Nominalphrase *3,8% Fett* mit % als Profildeterminante sowie *3,8* als spezifizierendes Zahladjektivattribut und *Fett* als partitive Apposition als ein Bestandteil des Warennamens zu werten, da erst dadurch eine Differenzierung von der Ware mit dem Namen *BÄRENMARKE Haltbare Milch 1,5% Fett* (URL: <https://baerenmarke.de/produkte/haltbare-milch-15-fett> [Zugriff: 09.11.2022]) möglich ist.

DAS ORIGINAL VON DER INSEL NORDERNEY auf *DER NORDERNEYER* (Der Norderneyer, Schinken) und *Dezente Süße aus Agave* auf der Verpackung von *Dr. Oetker VITALiS apfel-Zimt PORRIDGE* (Dr. Oetker Vitalis Apfel-Zimt Porridge).

Vergleichbar zu den substantivischen Hyperonymen als Profildeterminanten von klassifizierenden nicht-verbal präzisierenden Nominalphrasen (s. Kap. 7.3.1) auffällig ist – neben der Multimodalität – die häufig artikellose Verwendung der Abstrakta als Profildeterminanten von eigenschaftszuweisenden nicht-verbal präzisierenden Nominalphrasen. Abgesehen von einigen Ausnahmen wie dem in Abb. 148 angeführten Beispiel *Das Beste vom Thunfisch* auf der Verpackung von *Sau-piquet RIO mare Thunfisch-Filets in Olivenöl* gebrauchen Hersteller:innen Abstrakta wie *Quelle*, *Qualität*, *Geschmack*, *Genuss*, *Rezeptur* etc. als Profildeterminanten der beispielhaft angeführten, eigenschaftszuweisenden nicht-verbal präzisierenden Nominalphrasen typischerweise ohne ein Artikelwort.

Generell sind prototypische Abstrakta Singulariatantum und somit „nur im Singular“ (Duden 2016: 174) gebräuchlich. Ihnen ist folglich häufig – abgesehen von einer gewissen Sortenlesart – der semantische Aspekt der Zählbarkeit nicht vorhanden. Dies trifft etwa auf *GESCHMACK*¹⁵¹ als Kern der durch *CREMIG-FRISCHER* attribuierten Nominalphrase *CREMIG-FRISCHER GESCHMACK* zu. Der artikellose Gebrauch von solchen nicht-zählbaren Abstrakta entspricht somit prinzipiell der standardsprachlichen Nutzung. Wenn ein abstraktes Substantiv ein Ding im Gegensatz zu nicht-zählbaren Substantiven, zu denen grundsätzlich auch die Stoffsubstantive gehören, als „discretely bounded“ (Langacker 2008: 131) profiliert, indem beispielsweise die „zeitliche Begrenzung“ (Duden 2016: 174) einer durch eine Nominalisierung ausgedrückten Handlung akzentuiert wird, kann es jedoch wie beispielsweise das Abstraktum *Schlag* zählbar sein. Es gibt demnach ebenfalls Abstrakta, die den semantischen Aspekt der Zählbarkeit aufweisen. Dies trifft u. a. auf *Quelle* als Determinatum der Determinativkomposita *BALLAST-STOFF-QUELLE* und *Proteinquelle*, *Qualität* als Determinatum des durch *feine* attributiv spezifizierten Determinativkompositums *Back-Qualität* und des Determinativkompositums *GOURMET-QUALITÄT*, *Genuss* als Kern der durch *vollmundig cremiger* attribuierten Nominalphrase *vollmundig cremiger Genuss* sowie *REZEPTUR* als Kern der durch *NEUE* attribuierten Nominalphrase *NEUE REZEPTUR* zu. Bei solchen zählbaren Abstrakta als Profildeterminanten von eigenschaftszuweisenden nicht-verbal präzisierenden Nominalphrasen wirkt die artikellose Verwendung hingegen erneut wie eine Irregularität.

¹⁵¹ Das Nomen *Geschmack* wird in dem Fall verstanden als Art, wie etwas schmeckt, und nicht im Sinne der Fähigkeit, etwas ästhetisch zu beurteilen (URL: <https://www.dwds.de/wb/Geschmack> [Zugriff: 09.11.2022]).

Als Erklärung für dieses vermeintlich irreguläre Muster können wiederum erstens die generelle Kürze des sogenannten Telegrammstils angeführt werden, den Hersteller:innen zur Beschriftung von Lebensmittelverpackungen nutzen, sowie zweitens ein spezifischer nicht-verbal prädicierender Gebrauch. Im Falle von eigenschaftszuweisenden nicht-verbalen Prädikaten mit einem Abstraktum als Profildeterminante ist es jedoch nicht die mit dem artikellosen Gebrauch eines zählbaren substantivischen Hyperonyms verknüpfte Klassenlesart, die Hersteller:innen wie bei klassifizierenden nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen verwenden (s. Kap. 7.3.1). Stattdessen ist mit dem artikellosen Gebrauch von (zählbaren) Abstrakta in nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen auf Lebensmittelverpackungen gewissermaßen eine Charakterisierungslesart assoziiert.¹⁵² Denn durch schriftbildliche Relationierung zugeschriebene Abstrakta wie *Geschmack* und *Qualität* profilieren Konzepte, die auf nicht-basischen Domänen (vgl. Langacker 2008: 45) fußen, die wiederum aus mehr oder weniger unmittelbaren sensorischen – vor allem gustatorischen oder olfaktorischen – Erfahrungen resultieren. Entsprechende Konzeptualisierungen, die auf diesen nicht-basischen Domänen beruhen, dienen somit der sensorischen Charakterisierung – und nicht etwa der Klassifizierung. Gemäß der Annahme, dass die hauptsächliche Aussage in nicht-verbalen Prädikationen durch das nicht-verbale Prädikat getätigt wird, lassen sich eigenschaftszuweisende nicht-verbal prädicierende Nominalphrasen und klassifizierende nicht-verbal prädicierende Nominalphrasen in der Konsequenz aufgrund ihrer unterschiedlichen Art von Profildeterminanten – substantivisches Hyperonym gegenüber Abstraktum – voneinander unterscheiden.

Neben der [WN NP_{Hyperonym}]-Konstruktion kann die [WN NP]-Konstruktion in der Folge in eine spezifischere [WN NP_{Abstraktum}]-Konstruktion untergliedert werden (s. Abb. 149). Durch sie ist die [WN NP]-Konstruktion weiter differenziert, da die Profildeterminante der nicht-verbal prädicierenden Nominalphrase genauer bestimmt ist. Es handelt sich bei ihr typischerweise um ein substantivisches Abstraktum, das i. d. R. artikellos verwendet wird, selbst wenn es prinzipiell zählbar ist. Formal unterscheidet sich die [WN NP_{Abstraktum}]-Konstruktion von der allgemeineren [WN NP]-Konstruktion lediglich darin, dass die nicht-verbal prädicierende Nominalphrase mit einem Abstraktum als Profildeterminante tendenziell

152 Dabei bleibt die nicht-prozessuale Relationierung von eigenschaftszuweisender nicht-verbal prädicierender Nominalphrase zum jeweiligen Warennamen bis zu einem gewissen Grad uneindeutig und ermöglicht verschiedene potenzielle Deutungen, die abhängig von den Inferenzen seitens der Verbraucher:innen sind. Als Paraphrasen, die bei der Klärung von vermeintlichen Irregularitäten lediglich eine Orientierung darstellen (s. Kap. 3.2.1 und Kap. 6.1.1), kämen beispielsweise für *Proteinquelle* auf der Verpackung von *ültje Erdnuss Creme creamy* zahlreiche inferenzielle Interpretationen infrage: *ültje Erdnuss Creme creamy ist/bietet/beinhaltet/ ... eine Proteinquelle.*

häufiger durch einen farblichen o. ä. Hintergrund hervorgehoben ist. Die Aussage, die Hersteller:innen mit der Nutzung dieser nicht-verbal prädicierenden Nominalphrase beim Gebrauch der [WN NP_{Abstraktum}]-Konstruktion tätigen, zielt demnach darauf ab, der Ware, auf die mit einem verschiedentlich komponierten Warennamen indexikalisch dinggebunden referiert wird, eine dingliche Eigenschaft zuzuweisen.

[WN NP_{Abstraktum}]

Grammatische Kategorisierung	Nicht-prozessuale Relationierung einer (artikellosen) NP als nicht-verbalem Prädikat ohne Kopula zu einem WN jeglichen Subtyps		
Funktion	Semantisch abstrakte NP (Lm) weist Ware bzw. Klasse identischer Waren, auf die der WN (Tr) eindeutig und werbend referiert, eine dingliche Eigenschaft zu		
Form	Mesoschriftbildlichkeit	WN zentral, NP in relativer Nähe zum WN	
	Makroschriftbildlichkeit	WN am auffälligsten gestaltet, NP tendenziell relational klein und durch farblichen o. ä. Hintergrund abgehoben	
	Paraschriftbildlichkeit	WN und NP indexikalisch dinggebunden	

Abb. 149: Multimodale [WN NP_{Abstraktum}]-Konstruktion.

Generell sind jedoch abermals die fließenden Grenzen zwischen linguistischen Kategorien zu bedenken. Nicht nur ist im Einzelfall eine Abgrenzung zwischen eigenschaftszuweisenden und klassifizierenden nicht-verbal prädicierenden Nominalphrasen nicht immer trennscharf möglich. Auch weist die [WN NP_{Abstraktum}]-Konstruktion einen Überschneidungsbereich u. a. zu Warennamen auf, die eine determinative Apposition beinhalten (s. Kap. 6.1.1, Kap. 6.2.1, Kap. 6.3.2 und Kap. 6.4.1). Das entscheidende Kriterium zur Unterscheidung von einer nicht-verbal prädicierenden Nominalphrase und einer determinativen Apposition ist einmal mehr die Funktion des fraglichen nominalen Ausdrucks: Während eine determinative Apposition als spezifizierender Nebenkern ausschlaggebend für die Referenz auf die jeweilige Ware ist, schreibt eine eigenschaftszuweisende nicht-verbal prädicierende Nominalphrase der Ware lediglich eine weitere werbende Eigenschaft zu; zur Warendifferenzierung ist sie hingegen verzichtbar.

7.4 Zwischenfazit

Zusätzlich zu Warennamen (s. Kap. 6), die i. d. R. einen Markennamen (s. Kap. 5) als einen elementaren Bestandteil ihrer unterschiedlich umfangreichen Kompositionen beinhalten, platzieren Hersteller:innen auf Verpackungsvorderseiten außerdem musterhaft Schriftzüge mit einer im weiteren Sinne werbenden Funktion, die weder für die Referenz auf die Marke noch auf die Ware essenziell sind. Vielmehr setzen Hersteller:innen diese Schriftzüge ein, um darüber hinausgehende, allgemein aufwertende Aussagen über ihre Waren zu tätigen, die in mit diesen Schriftzügen beschrifteten Verpackungen eingepackt sind. Mit derartigen bei der Lebensmittelkennzeichnung (s. Kap. 2.3.1) üblichen Schriftzügen zielen Hersteller:innen letztlich darauf ab, das Sehlesen aufseiten der Verbraucher:innen – und damit die zerdehnte Kommunikation – wahrscheinlicher zu machen, sodass im besten Fall der Verkauf der einzelnen Waren erfolgt.

Diese grundsätzlich werbenden Aussagen über ihre Waren tätigen Hersteller:innen, ohne dafür Vertreter derjenigen linguistischen Einheiten zu gebrauchen, mit denen im prototypischen Fall die pragmatische Grundfunktion des Prädizierens (s. Kap. 3.2.3) ausgeführt wird. Das bedeutet, weder Vollverben, die ggf. mit Auxiliar- oder Modalverben in Verbalkomplexen kombiniert würden, noch Kopulaverben werden verwendet. Im Gegenteil sind es insbesondere Präpositional-, Adjektiv- und Nominalphrasen ohne den Gebrauch einer verbalen Einheit, mit denen Hersteller:innen (absatz-)förderliche Aussagen tätigen. Zur zusätzlichen Aufwertung ihrer Waren setzen Hersteller:innen dementsprechend typischerweise nicht-verbale Prädikate ein.

Die Analyse als nicht-verbale Prädikate ist durch die musterhafte schriftbildliche Gestaltung begründet, mit der Hersteller:innen aus diesen Schriftzügen relationale Prädikate erzeugen. Indem Hersteller:innen die Schriftzüge musterhaft in vergleichsweise geringer Schriftgröße und teilweise durch farbliche o. ä. Hervorhebung in die relative, nicht unbedingt unmittelbare Nähe zum Warennamen als prominentestem Element in der Front-Sehfläche einer Lebensmittelverpackung positionieren, versetzen sie die Schriftzüge in eine anschließende Beziehung zum jeweiligen Warennamen. Diese gestalterische Verknüpfung beeinflusst somit maßgeblich das Verständnis: Die Ware, auf die der jeweilige Warenname indexikalisch dinggebunden verweist, wird somit zum primären Fokus (Trajektor) einer prädizierenden Relation, dessen sekundärer Fokus auf dem nicht-verbalen Prädikat (Landmarke) liegt, welches eine Aussage über die Ware beinhaltet. Die profilierte Relation ist dabei als nicht-prozessual einzuordnen, da sie keine verbale Komponente mit Markierungen etwa zum Tempus und Modus umfasst.

In der Konsequenz offenbart sich die schriftbildliche Gestaltung als grammatisch relevant, sodass sich Zusammenfügungen aus Warennamen und solchen aussagen-

machenden nicht-verbalen Prädikaten übergeordnet als multimodale Konstruktionen mit konstitutiver Schriftbildlichkeit qualifizieren. Genauer lässt sich die Komposition dieser multimodalen Konstruktionen hinsichtlich der unterschiedlichen, von den Hersteller:innen auf Verpackungsvorderseiten getätigten Aussagen, die somit in den jeweiligen nicht-verbalen Prädikaten und nicht etwa in einer vermeintlich zugrundeliegenden Null-Kopula ruhen, subdifferenzieren. Aufgrund der nicht-linearen Gestaltung von Lebensmittelverpackungen sind die einzelnen nicht-verbalen Aussagen dabei als parallele primäre Prädikationen zu begreifen, die jeweils eine Aussage über die entsprechende Ware tätigen, und nicht als Modifizierungen von Aussagen über die Waren.

Erstens sind demnach Präpositionalphrasen als nicht-verbale Prädikate zu identifizieren, mit denen Hersteller:innen im Allgemeinen die (In-)Existenz bestimmter gustatorischer Eigenschaften angeben. Dazu werden im Korpus Alltagskonsumkosmos am häufigsten die Präpositionen *ohne*, *mit* und *aus* als Profildeterminanten von nicht-verbal prädicierenden Präpositionalphrasen wie *Ohne Konservierungsstoffe*, *mit calcium & vitamin b12* und *aus Allgäuer Milch* verwendet. Dementsprechend können die [WN *ohne* X_{NP}]-Konstruktion, durch die einer Ware die Abwesenheit eines Inhaltsstoffs zugeschrieben wird, die [WN *mit* X_{NP}]-Konstruktion, mit der einer Ware das Vorhandensein eines Inhaltsstoffs zugewiesen wird, und die [WN *aus* X_{NP}]-Konstruktion, mit der die Angabe eines lokalen oder stofflichen Ursprungs einer Ware angegeben wird, herausgearbeitet werden. Diese lexikalisch spezifischeren Konstruktionen sind der schematischeren [WN Präp]-Konstruktion zuzuordnen.

Zweitens stellen sich unflektierte Adjektivphrasen als typische nicht-verbale Prädikate heraus, mit denen Hersteller:innen ihren Waren eine weitere, generell zuträglichkeitseigenschaft zuweisen. Genauer werden im Korpus Alltagskonsumkosmos verschiedene Arten von Adjektiven als Profildeterminanten der nicht-verbal prädicierenden Adjektivphrasen verwendet. Hauptsächlich setzen Hersteller:innen skalare Adjektive wie *mild* in *SAHNIG·MILD*, *zart* in *EXTRA ZART* und *lecker* in *knusprig & lecker* ein, die der Ware, die durch den Warennamen den im kognitiv-grammatischen Schema eines Adjektivs angelegten Trajektor elaboriert, sowohl die Eigenschaft als auch zugleich deren skalaren Grad zuschreiben. Des Weiteren gebrauchen Hersteller:innen auch Adjektive wie *VEGAN*, die die Konstitution der Ware profilieren, und Farbadjektive wie *GOLDGELB*, die mit der Ware einen bestimmten Bereich im Farbspektrum assoziieren. Übergeordnet kann aus diesen Verwendungen von verschiedenen Adjektivarten die multimodale [WN AdjP]-Konstruktion abgeleitet werden.

Drittens sind Nominalphrasen als typische nicht-verbale Prädikate im Korpus Alltagskonsumkosmos festzumachen, die in Kombination mit Warennamen übergeordnet unter der [WN NP]-Konstruktion erfasst werden können. Diese schematischere Konstruktion ist hinsichtlich der Profildeterminante der nicht-verbal

präzifizierenden Nominalphrasen lexikalisch zu untergliedern. Handelt es sich bei der substantivischen Profildeterminante um ein Hyperonym wie *Mehrfruchtgetränk* und *Spezialität* in *Spezialität aus Hartweizengrieß*, dann fungiert die nicht-verbal präzisierende Nominalphrase als ein Klassifikator, der die Ware auf der Grundlage von mehr oder weniger allgemein akzeptierten Kriterien einer generelleren Warengattung zuordnet. Daraus leitet sich die [WN NP_{Hyperonym}]-Konstruktion her, die vor allem bei Waren gebraucht wird, deren Warenname keine zweifelsfreie Identifikation der Ware ermöglicht, z. B. Warennamen aus einem Markennamen und einem Sub-Markennamen als mehrteilige Profildeterminante (s. Kap. 6.2). Ist die substantivische Profildeterminante demgegenüber wie bei *Quelle* in *BALLAST-STOFF-QUELLE* und *Qualität* in *feine Backqualität* als ein Abstraktum einzustufen, dient die nicht-verbal präzisierende Nominalphrase der Zuweisung einer dinglichen bzw. genauer konzeptuell abstrakten Eigenschaft. Aus dieser Verwendung geht die [WN NP_{Abstraktum}]-Konstruktion hervor.

In der Gesamtheit sind dabei jedoch die fließenden Grenzen von linguistischen Kategorien zu bedenken. Zum einen existieren Grenzfälle zwischen den Subtypen der nicht-verbalen Prädikate auf Lebensmittelverpackungen. Beispielsweise ist eine stets trennscharfe Entweder-oder-Einordnung zur [WN NP_{Hyperonym}]-Konstruktion oder zur [WN NP_{Abstraktum}]-Konstruktion nicht immer möglich. Zum anderen offenbaren sich in der Analyse aufgrund von strukturellen Ähnlichkeiten zudem Überschneidungsbereiche zwischen manchen nicht-verbalen Prädikaten und einigen Spezifikatoren als Warennamenbestandteilen. Es gibt etwa unscharfe Grenzen zwischen nicht-verbal präzisierenden Adjektivphrasen und unflektierten, postponierten Adjektivattributen als ein Bestandteil von Warennamenzusammensetzungen sowie zwischen nicht-verbal präzisierenden Nominalphrasen und determinativen Appositionen als nachrangigen Spezifikatoren in Kompositionen von Warennamen. Welche der jeweiligen Analysen besser oder schlechter zutreffend ist, muss mit einem prototypenbasierten Ansatz im Einzelfall überprüft werden. Als ein grammatisch relevanter schriftbildlicher Indikator dient die gestalterische Distanz: Tendenziell bildet ein Schriftzug umso eher einen Warennamenbestandteil, je näher er am Warennamen platziert wird, während er eher als ein nicht-verbales Prädikat eingesetzt wird, wenn er von den Hersteller:innen lediglich in relativer Nähe zum Warennamen positioniert wird. Darüber hinaus sind nicht-verbale Prädikate tendenziell häufiger als Spezifikatoren als Warennamenbestandteile durch einen farblichen o. ä. Hintergrund in der Front-Sehfläche hervorgehoben. Diese Tendenzen verdeutlichen somit abschließend noch einmal, dass die Schriftbildlichkeit nicht isoliert grammatische Bedeutungen trägt und folglich kein eigenständiger Kode ist (s. Kap. 2.2). Entscheidend ist somit eine holistische sprachgebrauchsbasierte Analyseperspektive, die ausgehend vom semantisch-pragmatischen Profil die Relevanz der schriftbildlichen Gestaltung klärt.