

Betriebslinguistische Beiträge

Zeitschrift für Unternehmenskommunikation

Juli 2012 Heft 7, 14. Jahrgang ISSN 1438-4698

Preis 2,00 Euro

Stil- und Spielmittel: Wortwunder Alliteration

von Ulrich Mehner

Wie Worte Wunder wirken

Was wäre wenn? Diese berühmteste aller Sinnfragen, wäre sie es auch ohne Reim? Würde die Wendung auch ohne diesen Klang und Rhythmus wirken: Was ... wäre ... wenn ... es keine Alliteration gäbe, beispielsweise?

Nein, die Wirkung ginge verloren, da der Reiz der Betonung und Sprachmelodie fehlte. Melodien gehen ins Ohr und von dort ins Herz. Lieder leben von Melodie plus Text, Liedtexte meist von Reimen. Reime haben etwas Triviales an sich, den abgenudelten Schmelz von „Herz-Schmerz“, gelten als banal und billig.

Die Zeit der großen Gedichte scheint vorüber, doch hat sie sich nur verlagert: literarische Salons und Schubertiaden treffen heute nicht mehr den Nerv der Zeit, jedoch, auch „harte Jungs“ wie die „Toten Hosen“ kommen nicht ohne aus, wie die aktuelle inoffizielle „Fussballhymne“ zeigt:

*Durch das Gedränge, der Menschenmenge ...
(...)*

*Wo alles laut ist, wo alle drauf sind, um durch-
zudreh'n*

*Wo die Anderen warten, um mit uns zu starten,
und abzugeh'n*

(„Tage wie diese“, Die Toten Hosen)

Alliteration – Reim mit Resonanz

Die Alliteration, prägendes Element des Stabreimes, genießt die Freiheit, reimerisch zu wirken ohne besonders durchschaut und mild-müde belächelt zu werden.

Billig oder boulevardesk wirkt sie erst, wenn sie überreizt wird: „Milch macht müde Männer munter“, „Klinsi killt King Kahn“ (Bild) oder ein „ganz

gern gesehener Gast“. Ansonsten ist die Alliteration in Maßen eher unaufdringlich, charmant.

Wir finden sie in der Dichtung, Literatur, Musik, Werbung und in jüngerer Zeit zunehmend im Journalismus. Dort besonders in Kurztexten, die prägnant sein müssen, wie Überschriften:

„Federwolken am Frühlingshimmel“ titelte Spiegel online dieses Jahr am Ostersonntag, oder „im Schatten der Scherbe“ die Süddeutsche.

Sie beschreibt trefflich seelische Verfassungen und Gemütszustände: Dichterkönig Goethe fühlte sich nach der Niederschrift seines Werthers „wieder froh und frei“.

Ein feines klassisches Stilmittel, das es in sich hat! Es zieht Kreise weit durch alle sprachlichen Jargons. Wir finden es in der Umgangssprache sowohl gehoben („kulinarische Künste“), als auch salopp („rein rumpeln“), ebenso in allen Genres publizistischer Produkte, vom Comic über Boulevard bis zu den Flaggsschiffen deutscher Journalistik wie dem Spiegel oder der Süddeutschen. Auch in der gesprochenen Sprache verfehlt sie ihre Wirkung nicht, und römische Redner übten sich in der Rhetorikkunst „officia oratoris“. Mit „veni, vidi, vici“ charakterisierte Cäsar lakonisch seinen schnellen Sieg bei Zela.

In Sachen Einfachheit und Eleganz toppt sie alles, die Alliteration. Gerade diese Schlichtheit ist ihr Geheimnis – gepaart mit etwas, das wir Menschen mögen: Reime und Melodien.

Irgendwann, irgendwo, irgendwie fiel mir auf, dass unsere Sprache geradezu durchdrungen ist mit alliterativen Ansätzen. Das faszinierte mich, und ich begann zu sammeln, identifizieren, klassifizieren – die Alliterationen-Sammlung wurde geboren. In Teilen veröffentlicht auf meiner Internetseite mit hohen Zugriffszahlen und bei Google unter den

Suchbegriffen „Alliteration“ / „Alliterationen“ ganz oben gelistet, referenziert von Wikipedia, ist sie die erste und umfangreichste Aufarbeitung dieser Art im deutschsprachigen Raum.

Bedeutung und Kontext

Nach einem „Kassensturz“ beinhaltet die Sammlung derzeit Alliterationen im vierstelligen Bereich. Geht man davon aus, dass die Alltagssprache rund 75.000 Wörter umfasst, so sind Alliterationen im vierstelligen Bereich eine beachtliche Größe. Erkennen wir die Häufigkeit ihrer praktischen Anwendung, steigt ihre Bedeutung nochmals deutlich an. Sprachliche Relevanzen und Tendenzen lassen sich hervorragend mit Suchmaschinen wie Google messen, die ein gutes Abbild der Umgangssprache liefern – geben Sie einmal verschiedene Alliterationen ein, die Treffer erreichen sehr oft Trefferquoten im Hunderttausender- und Millionenbereich.

„Schick in Schale“ – Eleganz und Charme der Alliteration

Unaufdringlich, elegant, charmant: Sie ist so landläufig beiläufig, dass sie uns locker und leicht von den Lippen geht. Unbewusst geht sie ins Ohr, bleibt im Kopf, wir hören sie einfach gerne. Die Sprachpsychologie weiß: Alliterationen gehören zu den Reimen, und Reime sind der Stoff aus dem Träume sind in Gedichten, Liedern, Werbetexten, Medien, Büchern, Musik. Was sich reimt, verankert sich fest in unserem Kopf – oft unbewusst. Reime vergessen wir nicht so leicht. Genau hierfür benutzen wir in der Sprache Stilmittel: zur Betonung, Hervorhebung, Unterstreichung. Alliterationen in Kurztexten wie Überschriften und Kurztexten machen Lust auf mehr. Im Fließtext wirken die Anlaute spielerisch, bereichernd, amüsierend: locker, leicht, luftig.

Wirkung und Psychologie – die Kunst der Komposition

Die Alliteration besticht also durch simple Einfachheit, Eleganz, Melodie, Klang und Struktur. Wie viele Dinge im Leben sind die genialen Sachen meist die einfachen, simplen. Und Reime sind oft einfach. Die Psychologie des Unbewussten spielt hierbei eine wichtige Rolle. Der französische Psychoanalytiker Jacques Lacan postulierte nach der Lektüre Freud'scher Schriften die These, dass das Unbewusste „wie eine Sprache“ strukturiert sei, die Arbeit des Unbewussten erfolge nach linguistischen Gesetzen. Und bekanntlich spielen in Freuds Psychoanalyse frühkindliche Prägungen eine wesentliche Rolle – schließt sich hier also ein Kreis?

„Für die Kleinen muss es sich reimen“, berichtete der Bayerische Rundfunk in einer Sendung. Kinder lernen spielerisch – Sprachspiele, rhythmische Reime und einfache, aber eingängige Melodien von Kinderliedern fördern die Sprach- und Gedächtnisentwicklung ungenügend. Dieses Schema

funktioniert so gut, dass wir uns noch als Senioren daran erinnern! Das erklärt die Bedeutung von Reimen und Alliterationen in Musik, Journalismus – und vor allem aber auch in der Werbung, die bekanntlich ein Interesse daran hat, dass Marken und Produkte in unserem Gedächtnis fest verankert bleiben. Diese neurologische Veranlagung für Sprachspiele und Reime ist uns quasi „in die Wiege gelegt“, durch frühkindliche Lernförderung wirkt sie unbewusst fort und erklärt, warum auch wir Erwachsenen unerschwerlich Gefallen daran finden. Alliterationen und andere Reimformen können sowohl stimulierend, aktivierend, als auch beruhigend wirken.

Die Gedächtnispsychologie sagt: Was sich reimt das merkt sich. In der Satzmelodie komponieren wir regelrecht Texte, die ins Ohr gehen, und das sowohl bei Gedichten, Prosatexten, Liedern bis hin zu Schlacht- und Fangesängen. Kein Wunder also, dass in besonderer Weise die Werbung sich der Anlautung bedient:

- Milch macht müde Männer munter (Deutsche Milchwirtschaft 50er-Jahre)
- Mars macht mobil (Mars Inc.)
- Actimel aktiviert Abwehrkräfte (Danone)
- Gemeinsam geht mehr (mobilcom-debitel)
- Kleidung clever kaufen bei KiK (KiK GmbH)
- Tiger im Tank (Esso)

Wirkungsverstärker – die Alliteration in Kombination

Ist die Alliteration an und für sich schon ein starkes Stilmittel, erfährt sie in Kombination mit weiteren sprachlichen Kunstkniffen wesentliche Wirkungsverstärkung.

Die Rezeptur für ausgekochte Texte beinhaltet stets Geschmacksverstärker, das bekannte „Salz in der Suppe“:

1. **Ablautung:** Bimmbamm, Hickhack, Sing-sang, Ping Pong
2. **Ähnlichkeit:** Wald und Wiese
3. **Antonym** (Gegensatz): auf und ab
4. **Klimax** (Steigerung): noch und nöcher, nie und nimmer
5. **Oxymoron** (Widerspruch): Feuer und Finsternis (aus: Muspili)
6. **Pleonasmus:** im *wahrsten* Sinne des Wortes, politische Partei
7. **Topos** (feste Formel): Form und Frist, Bausch und Bogen, Haus und Hof
8. **Zwillingsformel:** mit Mann und Maus, über Stock und Stein

Beispiele in der Anwendung

Wortkünstler Luther liebte die Alliteration:

Luthers Sprachkünste überdauerten die Zeiten – mit seiner Bibelübersetzung schuf er das moderne Hochdeutsch. Hierbei bediente er sich recht häufig der Alliteration. Besonders angetan hat es ihm sichtlich das alliterische (anlautende) Wortspiel-

len mit Wasser: Wasser, Wellen, Wogen. Dabei „wüten“ sie, „wallen“ oder sind „wild“, gerne auch in Verbindung mit Wind und „Windwirbeln“:

- wengleich das Meer wütete und wallte (Psalm 46,4)
- ein (...) Windwirbel und warf Wellen (Markus 4,37)
- den Wind und die Woge des Wassers (Lukas 8,24)
- Wellen wüten (Jesaja 51,15)
- wilde Wellen (Judas 1,13)
- Wasserwogen (Psalm 93,4)
- Wasserwellen (Jeremia 46,7 + 8, Ausgabe 1912)

Klangmalereien und sprachliche Expressivität – Luther wie er lebte und lebte, markant-charmant:

- fressendes Feuer (Psalm 50,3)
- zänkische Zunge (Psalm 31, 21)
- faule Frucht (Matthäus 12,33)
- schön schmücken (Sprüche 4,9)
- Weg der Weisheit (Sprüche 4,11)
- im Beutel billigen (Micha 6,11, Ausgabe 1912)
- die Gnade unseres Gottes (Judas 1,4)
- das Fett fressen ... (Hesekiel 39,19)
- der schöne Glanz Gottes (Psalm 50,2)
- Ehre erben (Sprüche 3,35)

Den Weg in unsere Umgangssprache als Redewendung gefunden haben:

- die bösen Buben (Sprüche 1,10)
- zittern und zagen (Markus 14,33)
- freuen und fröhlich sein (Psalm 40,17)
- langes Leben (Sprüche 3,16)
- grausame Grube (Psalm 40,3)
- Haare auf meinem Haupt (Ps. 40,13)

Redewendungen:

Überhaupt finden sich generell bei Redensarten und geflügelten Worten auffallend viele Alliterationen.

- ein Ding drehen
- den Faden verlieren
- ein Federfuchser
- sich mit fremden Federn schmücken
- immer wieder auf die Füße fallen
- weder Fisch noch Fleisch
- etwas ist gang und gäbe
- darüber ist längst Gras gewachsen
- ist der Groschen gefallen?
- an die große Glocke hängen
- über jemanden seine Hand halten
- jemandem die Hölle heiß machen
- das kommt nur alle Jubeljahre vor
- etwas ist klipp und klar
- mit Kind und Kegel
- ein komischer Kauz

- es ging um Kopf und Kragen
- zu Kreuze kriechen
- Laus über die Leber gelaufen
- eine lange Leitung
- jemandem die Leviten lesen
- lichterloh brennen
- sich nicht lumpen lassen
- Milchmädchenrechnung
- saufen wie ein Bürstenbinder
- jemandem die Daumen drücken
- mit Mann und Maus

Zungenbrecher:

- Der fiese friesische Fliesenleger fliest mit fiesem, friesischen Fliesenkleber.
- Der Gockel glotzt die Glucke an, die Glucke glotzt den Gockel an.
- Zehn zahme Ziegen ziehen zehn Zentner Zucker zum Zoo.

Auch Politiker „lassen sich nicht lumpen“:

Politikerjargon:

- Völkerverständigung
- Haushalt
- Grundgedanke

Politikersprech, oft sehr provokant:

- "kalter Krieger" (Franz Josef Strauß)
- "Frühstücksverleumder" (Herbert Wehner)

... oder manipulativ:

Das hypnotische „Heil Hitler“ hätte in einer anderen Namenskombination (Heil Schicklgruber?) weit weniger Wirkung entfacht und dürfte von den Nationalsozialisten bewusst in dieser Kombination gebraucht worden sein.

Alliterationen im Journalismus:

Boulevardblätter wie die Bildzeitung sind bekannt für knallige alliterative Überschriften. Doch auch in Flaggschiffen der deutschen Presse ist ein Trend zur Alliterationen zu bemerken, z. B. beim Spiegel:

- wenn Kinder zu Killern werden (12/2009)
- fremde Freunde (10/2009)
- viele Tassen Tee (11/2009)
- flammender Flaneur (11/2009)
- Mädchen, Macht und Mamma (11/2009)
- verdeckte Vermittlung (11/2009)
- Die Könige von Kiel (11/2009)
- Alphabet im Affenhirn (11/2009)
- im Magnetfeld des Meisters (10/2009)
- Käuferstreik im Kopf (10/2009)
- Gouverneur Gulliver (10/2009)

Klassifizierung

Wie wir gesehen haben, gibt es nicht *die* Alliteration, sondern bei näherer Betrachtung eröffnet sich eine ungemeine Bandbreite von Subtypen. Variierende Herangehensweisen eröffnen Varianten

verschiedener Stile von Alliterations-Gruppen und -Familien.

Wir können klassifizieren nach syntaktischem idiomischen Aufbau:

- a) **Einwort**-Alliterationen: Wortwahl, fehlerfrei, Fernsehfilm
- b) **Zweiwort**-Alliterationen: besonders beliebt, doppeltes Dreieck, freie Fahrt
- c) **Verknüpfung**: durch dick und dünn, ganz und gar
- d) **Phonetische** Alliteration: Chemiekeule, Vaterfigur, Frauenversther
- e) **Ablautend**: Hickhack, Mischmasch, Zickzack
- f) **Wortsilben**: Tante, Tinte, Bombe, Torte
- g) „**Dreimaster**“: Fischfangflotte, Freifeldversuch
- h) **Reihung** / Tautogramm: alle Achtung aber auch!
- i) „**unreine**“ Alliterationen: **G**laubenskrieger, **g**lühende **K**ohlen
- j) **versteckte** Alliteration durch Silbenbetonung: **S**tein des **A**nstoßes, **g**es**s**prochene **S**prache
- k) **Zwillingsformel**: in Bausch und Bogen, mit Mann und Maus

Wir können unterscheiden nach Jargon:

- a) **Comic** / Zeichentrick: Comic-Code, Bildbegrenzung (Fachsprache)
- b) **Erotik**: Cybersex, Sexseiten
- c) **Ideologie**: Klassenkampf
- d) **Juristensprache**: Form und Frist, Haus und Hof
- e) **Medien**: Meinungsmacher, Medienmacher
- f) **Medizin**: Fallfuß
- g) **Militär**: Bunker brechend, Frontverlauf
- h) **Mundart**: „schiach schauen“ (bayerisch)
- i) **Musik**: Tontrennung
- j) **Politik**: Haushalt, Völkerverständigung
- k) **Religion**: Brot brechen (Abendmahl), Glaubensgemeinschaft
- l) **Sport** z. B. Fußball: Strafstoß, Fußballfan
- m) **Werbung**: Produktpolitik, Produktpiraterie, Preispolitik (Fachsprache)
- n) **Wissenschaft**: doppelter Dreisatz, doppeltes Delta

Wir können klassifizieren nach der Genese:

Wie entstehen Alliterationen?

- a) **Bewusst**: Die Wirkung wird gezielt eingesetzt: „Milch macht müde Männer munter“ (Werbung), „Prügelprinz“ (Boulevardpresse), „Geiz ist geil“ (Saturn)
- b) **Zufällig**: beiläufige Kombination aus dem Satz-Kontext heraus (Wortkombinationen, Satzstellung, grammatische Flexionen). Die Wirkung wird aber wohlwollend mit-

genommen, quasi als angenehme Beikost zur Betonung: *mir macht das aber was aus ...*; ja, *mach mir* nur Angst

- c) **Unterschwellig**: für manche Begriffe hätten sich auch andere Alternativen gefunden: Doppeldraht oder Zweifachdraht? Atomkraft oder Kernkraft? Unbewusst greifen wir oft lieber zur alliterativen Variante, siehe oben: Psychologie, die Rolle des Unbewussten.

Resümee: Was Alliterationen alles ausrichten können – alle Achtung aber auch!

Gewinnspiel:

Preisfrage: Wie viele Alliterationen sind in diesem Aufsatz versteckt (Fließtext, ohne Beispiel-Listen)? Der Gewinner erhält ein Buch seiner Wahl aus dem IFB-Verlag Deutsche Sprache!

Hilfestellung: „kleine Kreise quer“ zählt als ein Zähler, ebenso wie „kreuz und quer“ oder „kleiner Kasten“, „Kummerkasten“. Wären hier insgesamt vier Alliterationen.

Info: Sie finden einen Teil der Sammlung im Internet unter:

<http://www.mehner.info/html/alliteration.html>

Mit dem Autor können Sie sich austauschen über ulrich@mehner.info.

Zum Autor

Ulrich Mehner stammt aus Landshut, ist seit 15 Jahren im E.ON-Konzern in der Unternehmenskommunikation tätig als Referent und Redakteur. Er beschäftigt sich seit vielen Jahren mit origineller, kreativer Sprache und emotionaler Kommunikation.



Anzeige

Schöner Schreiben

Seminare für Schreiber und Schreiberinnen

Zielgerechte Texte zu erstellen ist erlernbar. Ob Korrespondenzen, Protokolle, Preetexte, Anleitungen, Berichte, wir stellen für Ihr Unternehmen das passende Seminar zusammen.

Sprechen Sie uns an:
info@betriebslinguistik.de oder 05251-310606.

Impressum:
Betriebslinguistische Beiträge.
Zeitschrift für Unternehmenskommunikation;
erscheint 10–11-mal jährlich.
Herausgeber:
Institut für Betriebslinguistik
Schulze-Delitzsch-Straße 40
33100 Paderborn
Tel: 0 52 51 - 31 06 06
info@betriebslinguistik.de
www.betriebslinguistik.de
Verlag:
IFB Verlag Deutsche Sprache GmbH
Schulze-Delitzsch-Straße 40
33100 Paderborn
Tel: 0 52 51 - 31 06 02
info@ifb-verlag.de
www.ifb-verlag.de
ISSN: 1438- 4638
Gerichtstand: Paderborn
Nachdruck: Nur mit schriftlicher Genehmigung
V.i.S.d.P.: Myriam Grobe
Jahresaboppreis: 16,90 Euro