GERMANISTISCHE WERKSTATT 12
UNIWERSYTET OPOLSKI OPOLE 2023

Gabriela RYKALOVÁ (Schlesische Universität Opava)
ORCID: 0000-0002-7378-1026

Sprachwandel und „Adjektive des 21. Jahrhunderts“ im Spiegel aktueller gesellschaftlicher Themen*

Zusammenfassung: Sprachliche Innovationen und Sprachwandel reagieren auf kommunikative Bedürfnisse im Zusammenhang mit neuen Gegebenheiten und Sachverhalten. Mit neuen, anfangs nicht selten ungewöhnlichen oder auch normabweichenden Wortformen werden Bezeichnungslücken geschlossen oder stilistische Effekte erzielt. Der Beitrag setzt sich zum Ziel zu zeigen, wie soziale, ökonomische, politische, kulturelle und technische Faktoren die Entstehung von interessanten Adjektivformen wie auch attributiven Wortverbindungen beeinflussen und sie in neue Kontexte setzen. Da diese zum innovativen Sprachgebrauch der modernen Gesellschaft gehören, verdienen sie die Bezeichnung „Adjektive des 21. Jahrhunderts“.

Schlüsselwörter: Sprachwandel, Innovation, Intention, Adjektiv, 21. Jahrhundert

Zmiany językowe i „przymiotniki XXI wieku“ w świetle aktualnych tematów społecznych

Streszczenie: Innowacje i zmiany językowe stanowią reakcje na potrzeby komunikacyjne związane z nowymi uwarunkowaniami i okolicznościami. Zastosowanie nowych form wyrazów, nierzadko początkowo nietypowych i odbiegających od norm, wypełnia lukę związaną z brakiem określeń bądź też pozwala osiągnąć określone efekty stylistyczne. Celem niniejszego artykułu jest ukazanie, w jaki sposób czynniki czasowe, społeczne, ekonomiczne, polityczne i kulturowe wpływają na powstawanie ciekawych form przymiotników i związków wyrazowych występujących w roli przydawki. Tworząc nowe konteksty występowania, formy te, będące częścią innowacyjnego języka w nowoczesnym społeczeństwie, zasługują na określenie „przymiotniki XXI wieku”.

Słowa kluczowe: zmiany językowe, innowacja, intencja, przymiotnik, XXI wiek

Language development and “21st century adjectives” as a reflection of current social issues

Abstract: Language innovations and language changes respond to communication needs in relation to new circumstances and realities. With new, often unusual and “wrong” (= contrary to the norm) forms, gaps in concepts are closed or stylistic effects are achieved. The aim of the paper is to show how the temporal, social, economic, political and cultural factors influence the emergence of interesting adjective forms and attributive phrases, as well as put them into new contexts. Thanks to the innovative linguistic use by the modern society, selected adjectives rightly deserve the designation of the “21st century adjectives”.

Key words: language development, innovation, intention, adjective, 21st century

---

* Dieser Beitrag entstand mit Unterstützung des Projektes der Schlesischen Universität in Opava **SGS/10/2022** „*Text z moderní lingvistické a literární perspektivy*“.

1 Innovationen im Sprachgebrauch

Bekanntlich unterliegt die Sprache einem ständigen Wandel, der mit sozialen, ökonomischen, politischen, kulturellen, technischen und anderen Faktoren zusammenhängt. Gesellschaftsstrukturen und gesellschaftliche Rollen verändern sich im 21. Jh. stark. Die schon länger präsenten gesellschaftlichen Herausforderungen, wie demografischer Wandel, soziale Ungleichheit, Klimawandel, Migration u.a. werden zunehmend aktuell. Der wichtigste Grund für sprachliche Innovationen ist ein Benennungsbedürfnis im Zusammenhang mit ständigen gesellschaftlichen Veränderungen (vgl. Fleischer 1982) und den damit verbundenen kommunikativen Bedürfnissen einer Sprachgemeinschaft.

Steffens beschäftigt sich in ihrer Forschung mit Neologismen im Deutschen seit 2001 und hat in den ersten zehn Jahren (2001–2010) mehr als 570 Stichwörter (Neulexeme und Neubedeutungen) von *App* bis *Zickenalarm* gesammelt. Englisch sei die Sprache, aus der die meisten Wörter ins Deutsche entlehnt werden (*Smartphone*), präsent sind aber auch Entlehnungen aus anderen Sprachen (*Latte macchiato*, *Gabione*, *Karaoke*, *Sudoku* u.a.) (vgl. Steffens/al-Waldi 2014). Obwohl Adjektive unter den Neologismen eher eine Nebenrolle spielen (vgl. Baumann/Dabóczi/Hartlmaier 2018: 123), findet sich eine ganze Reihe von Adjektiven, die den deutschen Wortschatz in den letzten 20 Jahren bereichert haben (*bildungsnah*, *metrosexuell*, *systemrelevant* u.a.) oder in neuen Zusammenhängen gebraucht werden (*biometrischer Pass*, *soziales Netzwerk*, *ökologischer Fußabdruck* u.a.).

Im Rahmen dieser Forschung bin ich der Frage nachgegangen, wie soziale, ökonomische, politische, kulturelle und technische Faktoren die Entstehung interessanter Adjektivformen wie auch attributiver Wortverbindungen beeinflussen und sie in neue Kontexte setzen. Da diese zum innovativen Sprachgebrauch der modernen Gesellschaft gehören, verdienen sie die Bezeichnung „Adjektive des 21. Jahrhunderts“. Die präsentierten Belege stammen aus meinem privaten Korpus, einer Textsammlung von Gebrauchstexten des Kommunikationsbereichs *Alltag*, die ich jahrelang für meine Adjektivforschung gesammelt habe, aus diversen Internetseiten, die die wichtigsten gesellschaftlichen Themen des 21. Jh. behandeln, und aus dem Deutschen Referenzkorpus des Instituts für Deutsche Sprache (DeReKo), das Texte vorwiegend aus dem Kommunikationsbereich Presse und Publizistik beinhaltet.

2 Große Themen des 21. Jahrhunderts

Die Adjektive, die als „Adjektive des 21. Jahrhunderts“ bezeichnet werden könnten, spiegeln indirekt die größten Themen der modernen Welt wider:

[1] *Smart City wird hier als Gesamtheit der Entwicklungskonzepte verstanden, die darauf abzielen, Städte effizienter, technologisch fortschrittlicher, grüner und sozial inklusiver zu gestalten.* (PH 2021: 40)

Komplexe Veränderungsdynamiken der Gesellschaft im 21. Jh. werden aufgrund langfristiger Beobachtungen der Entwicklung in Wirtschaft und Gesellschaft als sog. ‚Megatrends‘ bezeichnet. Sie werden gleichzeitig als „Modell für den Wandel der Welt“ (URL 1) angesehen. Es handelt sich um Veränderungen in der Gesellschaft, die auf allen gesellschaftlichen Ebenen beobachtet werden und bei denen man einen Einfluss auf die Zukunft erwartet (vgl. PH 2021: S. 9). „Der Begriff der ‚Megatrends‘ wurde im Jahre 1982 vom Zukunftsforscher John Naisbitt geprägt. Im Gegensatz zu kurzfristigen Produkt- und Modetrends und Konsum- und Zeitgeisttrends, deren Halbwertszeit bei maximal 5 Jahren liegt, sind Megatrends die ‚Blockbuster‘ der Veränderung.“ (URL 2)

Stützen wir uns auf zahlreiche Forschungen und soziologische Studien, können wir eine ganze Reihe von aktuellen Megatrends beobachten, die in sich weitere Unterthemen bergen und eng miteinander zusammenhängen. Das *Zukunftsinstitut* hat zwölf „zentrale Megatrends unserer Zeit“ (URL 3) vorgestellt. Es sind:

1. Gender Shift
2. Gesundheit
3. Globalisierung
4. Individualisierung
5. Konnektivität
6. Mobilität
7. Neo-Ökologie
8. New Work
9. Sicherheit
10. Silver Society
11. Urbanisierung
12. Wissenskultur

In diesem Beitrag soll im Zusammenhang mit ausgewählten Themen des 21. Jahrhunderts die Frage beantwortet werden, welchen Einfluss die Megatrends *Silver Society*, *Gesundheit*, *Gender Shift* und *Neo-Ökologie* auf den Sprachwandel haben. Den Untersuchungsgegenstand bilden Adjektive und adjektivische Wortverbindungen.

2.1 Megatrend *Silver Society*

Das Durchschnittsalter wird in Mitteleuropa immer höher, die Menschen bleiben länger gesund und arbeiten sehr oft auch im Rentenalter. Die Gruppe der aktiven

Menschen über 50 wird mit dem Begriff *Silver Society* bezeichnet. Nach dem Zukunftsinstitut stellt die *Silver Society* einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar (vgl. PH 2021: 10). Diese Tatsache führt zur Verbalisierung einer intensiven Entwicklung von neuen Technologien, die Gesundheit und die damit zusammenhängende Lebensqualität zu fördern beanspruchen.

Durch die guten gesellschaftlichen Bedingungen kommt es zum *demografischen Wandel*, und zunehmend aktueller werden die Themen *Gesundheit*, *digitale Überwachung der Gesundheit und* umfassende Trends, die sich u.a. hinter dem Begriff *Digital Health* verbergen. Für unsere *alternde Gesellschaft* werden *gesundheitsfördernde Lebenswelten* geschaffen.

Immer mehr geschätzt wird eine bestimmte Gruppe von Menschen, die als *Golden Mentors* bezeichnet wird. Es handelt sich um ehemalige Fach- und Führungskräfte, denen es sehr wichtig ist, ihre Erfahrungen weiterzugeben. Auch diese Personen bleiben lange aktiv und kümmern sich meistens bewusst um eine gesunde Lebensweise und hohe Lebensqualität. Hand in Hand mit der steigenden Lebensqualität geht der technologische Fortschritt und eine immer zugänglicher werdende künstliche Intelligenz. Noch vor 50 Jahren waren *selbstfahrende Autos* ein Element der Science Fiction. Entwickelt werden *autonom fahrende Fahrzeuge*, d. h. *autonomes* oder *unterstütztes* bzw. *teilautonomes Fahren* mit *gut ablesbaren, intelligenten, leicht bedienbaren, blendfreien Bediendisplays*. Gedacht wird dabei unter anderem an die *Silver Society*.

Der Umgang mit neuen Technologien, Digitalisierung, Smart-Technologien und intelligenten Systemen gehört zu den großen Herausforderungen des 21. Jhs. nicht nur für die älteren Jahrgänge, sondern auch für die junge Generation. Für die Beschreibung der Entwicklungserfolge und -tendenzen in diesem Bereich sowie für die Benennung neuer Technologien werden neue Ausdrucksmittel geschaffen. Wir verfügen über *intelligente Systeme*, *intelligente Lösungen* und eine *intelligente Innenraumüberwachung*, geschaffen werden *vernetzte Systeme* und somit auch eine *vernetzte Gesellschaft*, die sich mit *vernetzten Transportmitteln* fortbewegt, was als *vernetzte Mobilität* bezeichnet wird. In der *virtuellen Lernumgebung* begegnen wir einer *virtuellen Realität* und bewundern *kommerzielle Drohnen*, *roboter-assistierte, minimalinvasive Chirurgiesysteme* und *gentechnische Methoden*. Besonders frequentiert sind attributiv gebrauchte Adjektive *intelligent*, *vernetzt*, *virtuell* und *digital*, die in neuen Kontexten auftreten. Auffallend ist das hohe Vorkommen von Fach- und Fremdwörtern und Mehrwortlexemen (*Digital Health*, *Silver Society*, *Golden Mentors*), die als Determinativkomposita gewertet werden.

2.2 Megatrend *Gesundheit*

Das Thema *Gesundheit* machen der demografische Wandel und das Umweltbewusstsein besonders aktuell. Mit dem Wunsch, länger gesund zu bleiben, um auch im hohen Alter aktiv sein zu können, hängt auch das Thema *gesunde Lebensweise* zusammen. Käufer werden aufgefordert, *gesunde*, *nachhaltige* und *transparente* Lebensmittelprodukte zu kaufen. Über die *Bio-Landwirtschaft* wachen *Bio-Verbände* und das sich immer weiter entwickelnde *Bio-Recht*.

Um die Verbraucher zu informieren, starteten Medien eine Informationskampagne:

[2] *Gesund, nachhaltig, transparent?*

Umweltschutz-Label, Bio-Siegel, Tierwohl-Skala oder Nährwert-Ampel: Gar nicht so einfach, beim Einkauf den Überblick zu behalten! (dj 2022: 14)

Zu den besonders frequenten Adjektiven gehören *bio*, *biodynamisch*, *heimisch*, *naturnah*, *naturgesund*, *natürlich*, *ökologisch*, *saisonal* und *vegan* in Wortverbindungen wie: *von der Natur geschenkte Aromen*, *aus eigener Naturproduktion*, *aus eigenem Anbau*, *mit natürlichen pflanzlichen Inhaltsstoffen*, *naturgesunde Lebensmittel*, *auf heimischem Boden*, *auf natürliche Weise*, *aus kontrolliert ökologischem Anbau*, *veganer Eis-Genuss* u.a.

[3] ***Echtes authentisches Essen*** *aus* ***ursprünglichen, frischen Produkten*** *sättigt nicht nur, sondern tut uns gut und macht glücklich.* (dj 2022: 22)

Im aktiven Wortschatz spiegeln sich große Probleme der heutigen Zeit: die Lebensmittelintoleranz (Allergie, Laktose- und Fruktose-Intoleranz sowie die Gluten- und Histamin-Unverträglichkeit) und spezifische Nahrungsgewohnheiten. Zu den Nahrungsbestandteilen, die Unverträglichkeitsreaktionen hervorrufen, gehören vor allem Glutamat, Gluten, Laktose, Fruktose, Histamin, Eiweiß u.a. (vgl. URL 4). Die Verbraucher werden nicht nur auf Verpackungen über die Zutaten informiert. Informationen bieten auch produktbegleitende und zugleich werbende Texte:

[4] *Hafer Drink*

Der Klassiker unter den Hafer Drinks ***mit glutenfreiem Vollkornhafer aus biodynamischem Anbau*** *der Familie Schoof an der Nordseeküste.* ***Mild-cremig im Geschmack*** *verbindet er Trinkgenuss und Umweltschutz. Denn die* ***bäuerliche Kreislaufwirtschaft*** *fördert* ***auf natürliche Weise*** *die Vitalität unserer Böden und erhält ihre Fruchtbarkeit auch* ***für künftige Generationen****. Die bis 30 Mal* ***wiederbefüllbare Mehrwegflasche*** *vermeidet zudem Verpackungsmüll.* (S&K 2021: 20)

Es ist zu sehen, auf welche durch Adjektive ausgedrückte Eigenschaften der größte Wert gelegt wird: *glutenfrei*, *biodynamisch*, *mild-cremig*, *bäuerlich*, *natürlich*, *künftig*, *wiederbefüllbar*. Die Aufmerksamkeit wird auf Gesundheit, biologische Erzeugung, einen angenehmen Geschmack, Einklang mit der Natur, Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein gerichtet.

Was die Zusatzstoffe einzelner Lebensmittel betrifft, sind Adjektive mit dem Suffix *-frei* und *-los* besonders produktiv. Mittels dieser Suffixe wird ausgedrückt, dass in den erwähnten Produkten bestimmte Zutaten nicht vorhanden sind. Meistens handelt es sich um Zutaten, die gesundheitliche Probleme verursachen oder in der Gesellschaft als „problematisch" (Umweltschutz, gesunde Ernährung, Diät u.a.) gelten: *alkoholfrei*, *eifrei*, *fettfrei*, *glutamatfrei*, *glutenfrei*, *haferfrei*, *hefefrei*, *laktosefrei*, *maisfrei*, *mandelfrei*, *milcheiweißfrei*, *nussfrei*, *palmölfrei*, *schokoladefrei*, *sojafrei*, *weizenfrei*, *zuckerfrei*, *fleischlos* u.a. Durch das Suffix *-arm*, wird ausdrückt, dass sich die Menge der erwähnten Zutaten innerhalb einer gewünschten Grenze hält: *laktosearm*, *fructosearm*, *zuckerarm*, *kalorienarm*, *fettarm*, *säurearm*, *histaminarm*, *FODMAP*[1]*-arm*.

2.3 Megatrend *Gender Shift*

Die Genderproblematik stellt ein brennend aktuelles Thema des 21. Jhs. dar. Auf der einen Seite geht es um die Gendergerechtigkeit, die das Thema vieler Diskussionsforen darstellt, auf der anderen Seite aber auch um die aktuelle Frage nach dem sog. dritten Geschlecht.

1) Gendergerechtigkeit

Die traditionellen Rollen der Frauen und Männer in der Gesellschaft haben sich verändert. Verlangt werden: *gendergerechte Sprache*, *gendergerechtes Bauen*, *genderpolitische Maßnahmen*, *gendermäßig korrektes Doppelpräsidium*, *gendergerechte Planung einer Konferenz.* In jedem Falle unerwünscht sind: *geschlechtsspezifische Diskriminierung* und *geschlechtsspezifische Ungleichheit.* Akzeptiert werden nur: *geschlechtsneutrale Sprache* und z.B. *geschlechtsneutrale Allgemeinbezeichnungen.*

[5] *Beispielhaft in Sachen* ***gleichberechtigter Erziehung*** *ist Christa Stolle von der Frauenrechtsorganisation Terre des Femmes zufolge Schweden. „Vergangenes Jahr hat die Spielzeugfirma Top-Toy dort aufgrund von Elternprotesten ihren Weihnachtskatalog* ***geschlechtsneutral*** *gestaltet."*

[1] „Als FODMAP-arm gekennzeichnete Produkte enthalten wenige bis keine kurzkettigen Kohlenhydrate oder Zuckeralkohole und sind dadurch zur Ernährung im Rahmen des FODMAP-Konzeptes geeignet. FODMAP steht für fermentierbare Oligosacharide Disaccharide Monosaccharide und Polyole." (URL 5)

Stereotype Abbildungen sieht man dort nicht mehr: Der Spielwarenkatalog zeigt Jungs, die Mädchen die Haare föhnen, und Mädchen, die mit Fußbällen spielen. (DeReKo)

[6] *Die Verwaltung soll mehr auf sprachliche Gleichbehandlung achten, fordert eine Politikerin. Wo möglich sollen* ***geschlechtsneutrale oder männliche und weibliche Formen*** *zusammen verwendet werden. Was mit dem Stadtwappen passiert, ist noch offen.* (DeReKo)

Zur Betonung der Gleichberechtigung werden adjektivische Komposita mit der zweiten Konstituente *-neutral* (*geschlechtsneutral*), *-spezifisch* (*geschlechtsspezifisch*), *-gerecht* (*gendergerecht*) und *-mäßig* (*gendermäßig*) produktiv. Die gendergerechte Initiative führt nicht selten zu interessanten Diskussionen, die ungewöhnliche Wortverbindungen mit sich bringen:

[7] *In Sulzbach ärgert sich Marlies Krämer über die Wettervorhersagen. Da werden Tiefs zumeist mit Frauennamen, Hochs dagegen mit Männernamen bezeichnet: «Tief ist immer ganz unten, und Hoch ist immer ganz oben – das spiegelt doch patriarchalische Struktur par excellence.» Marlies Krämer fordert* ***geschlechtsneutrale Kennzeichnung von Hoch- und Tiefdruckgebieten****.* (DeReKo)

2) Das dritte Geschlecht

Die wissenschaftliche Debatte um das Thema ‚drittes Geschlecht‘ wird vor allem in den letzten Jahren immer präsenter und hat mehrere Ergebnisse vorzuweisen. Was die adjektivischen Bezeichnungen des Geschlechts betrifft, gibt es neuerlich neben *weiblich* und *männlich* zusätzlich *divers*, *binär*, *nicht-binär* bzw. *non-binary* (*Enby*). Etabliert haben sich auch die Bezeichnungen *geschlechtslos* und *drittes Geschlecht*.

Im Zusammenhang mit der Genderproblematik setzt sich z.Z. außerdem die Kurzform *trans** bzw. *trans* als wertungsfreier Begriff für Transgeschlechtlichkeit durch:

[8] *Der Kölner CSD ist eine der größten Veranstaltungen der* ***lesbischen, schwulen, bisexuellen, trans-, intergeschlechtlichen und queren (LGBTIQ) Community*** *in Europa.* (MP 2022: 12)

Obwohl die Adjektive *lesbisch*, *schwul*, *bisexuell* u.a. längst nicht mehr zu den Neologismen gehören, erhöht sich erst in den letzten zwanzig Jahren, dank verschiedener Initiativen gegen Hass und Ausgrenzung, ihre Frequenz auch in Massenmedien aller Art. Als (in diesem Falle) fachspezifische Bezeichnungen werden hier Fremdwörter, bzw. direkte Entlehnungen aktiv verwendet.

2.4 Megatrend *Neo-Ökologie*

Obwohl Umweltschutz kein neues Phänomen darstellt, wird die Problematik in ein neues Licht gestellt und als *Neo-Ökologie* bezeichnet. Zu den wichtigsten Stichwörtern gehören Klimafreundlichkeit und vor allem Nachhaltigkeit. *Schonende Ressourcennutzung* und Gebrauch von *wiederverwertbaren Produkten* führen zu einer *nachhaltigen Wirtschaft*. Gefragt sind *globale ökologische Nachhaltigkeit* und *biodynamische Züchtung.*

[9] *Das erreichen wir über eine* ***naturverträgliche Energieversorgung mit 100 Prozent erneuerbaren Energien, nachhaltige Mobilität, ökologische Landwirtschaft*** *auf ganzer Fläche und internationale Gerechtigkeit im wirtschaftlichen Handeln.* (URL 6)

Eine moderne Marketingsprache bevorzugt

1) Umwelt- und Zukunftsbewusstsein:

für künftige Generationen, *wiederbefüllbare Mehrwegflasche*, *natürliche Ressourcen*, *biologische Erzeugung*, *umwelt- und ressourcenschonender Lebensstil*, *biodynamisch gezüchtete Gemüse- und Getreidesorten*

Die aktuellen Adjektive betonen Umweltfreundlichkeit, legen Wert auf regionale und hausgemachte Produkte und versprechen Rücksicht auf zukünftige Generationen: *umweltfreundlich*, *umweltschonend*, *unverpackt*, *nachhaltig*, *regional*, *aus eigenem naturgemäßem Anbau*, *klimaneutral*, *verantwortungsvoll*, *ökologisch* u.a.

[10] *Wir verpflichten uns zu* ***nachhaltigem Anbau****!* (Verpackung)

2) Produktionsschonende Verfahren bei der Herstellung:

schonende Herstellungsweise, *aus handwerklicher Manufaktur*, *menschen- und tierfreundlich liebevoll gehegt und gepflegt*, *artgerechte Tierhaltung*, *fair*, *gentechnikfrei*, *werthaltend*, *traditionell*, *von Hand geerntet/handgeerntet*, *handverlesen*, *biologisch* u.a.

Die Botschaft lautet: Mit den Ressourcen muss schonend umgegangen werden. Was die Wortbildungsart der auf diesem thematischen Gebiet frequenten Adjektive betrifft, sind häufig Komposita vertreten, derer zweite Konstituente die Adjektive *-freundlich* (*umweltfreundlich*, *verbraucherfreundlich*), *-schonend* (*umweltschonend*, *ressourcenschonend*, *naturschonend*), *-voll* (*verantwortungsvoll*, *liebevoll*) und *-neutral* (*klimaneutral*) darstellen.

Adjektive wie *schonend*, *sorgfältig* und *klimaneutral* finden wir auch in der adverbialen Funktion bei Wortverbindungen: *schonend geerntet*, *schonend gepresst*, *sorgfältig geerntet*, *nachhaltig und ressourcenschonend angebaut*, *klimaneutral*

grillen. Die Kurzwörter *bio* (*biologisch*), *öko* (*ökologisch*) haben sich mittlerweile zu selbstständigen Lexemen entwickelt:

[11] *Aus **biologischer Landwirtschaft**.* (Verpackung)

[12] ***Bio**-Benzin ist nicht immer bio.* (DeReKo)

In den neo-ökologischen Diskursen sind *grün* und *klimaneutral* Adjektive des 21. Jahrhunderts par excellence. *Grün* ist in unseren Beispielen als ‚den Umweltschutz berücksichtigend‘, ‚die Umwelt schonend‘, ‚umweltfreundlich‘, ‚im Einklang mit der Natur‘, ‚nachhaltig‘ zu interpretieren: *grüne Politik*, *grüne Zukunft*, *grüner Strom*, *grünes Gas*, *grüne Bürgerbüros*, *grünes Rezept*, *grüne Schulzimmer*, *grüne Technologien*, *grüne Aussichten*, *green Economy*, *green Tech* u.a.

[13] *«Im Moment steht die Menschheit vor unheimlichen ökologischen Herausforderungen», sagt Andrea Schmid und nennt als Stichworte Gentechnologie, Rohstoffverschleiss, Altlasten, Veränderung der Landwirtschaft. Das zeige, dass **grüne Politik** Zukunft habe und aktuell sei.* (DeReKo)

Das Adjektiv *klimaneutral* belegt dank seiner Attraktivität ebenso einen der ersten Plätze in der Rangliste der Adjektive des 21. Jhs.:

[14] *Ziel des Projektes Alpstar ist, die guten Beispiele aus den Pilotregionen zum Standard für die gesamten Alpen zu erheben, heisst es in einem Communiqué – Vision sind **klimaneutrale Alpen** bis 2050.* (DeReKo)

Die folgende Tabelle zeigt die im DeReKo belegten Nominalgruppen mit dem Adjektiv *klimaneutral*:

Tabelle 1: Ausgewählte Belege für *klimaneutral** im DeReKo

klimaneutrale Ferien	**klimaneutrales** Biogas
klimaneutraler Winterurlaub in den Alpen	**klimaneutrales** Erdgas
klimaneutrale Übernachtungen	**klimaneutrales** Methangas
klimaneutrale Veranstaltung	**klimaneutrales** Holz
klimaneutrale Vollversorgung	„**klimaneutraler**“ Brennstoff
„**klimaneutrales**“ Fest	**klimaneutrale** Kraftstoffe
klimaneutrale Europameisterschaft	**klimaneutrale** nachwachsende Rohstoffe
klimaneutrale Spiele	**klimaneutrales** Brennmaterial
klimaneutrale Aktivitäten	**klimaneutraler** Ethanolanteil
klimaneutrales Filmvergnügen	**klimaneutrale** Energieformen
klimaneutrale Konzertreihe	**klimaneutrale** Energieversorgung
klimaneutrale Flugreisen	**klimaneutrale** Energiezukunft
klimaneutrale Region	**klimaneutrale** Energiequelle

Tabelle 1: Forts

klimaneutrales Land	**klimaneutrale** Energieträger
klimaneutrale Alpen	**klimaneutrale** Holzenergie
klimaneutrale Schweiz	**klimaneutrale** Wärmequelle
klimaneutrale Gemeinde	**klimaneutraler** Strom
klimaneutrale Stadt	**klimaneutraler** Ersatz des Atomstroms
klimaneutrale Weinberge	**klimaneutrale** Kraftwerke
klimaneutrale Hotels	**klimaneutrale** Heizwärme
klimaneutrale Hybridhäuser	**klimaneutrale** Pelletheizungen
klimaneutraler Bau	**klimaneutraler** Verkehr
klimaneutraler Haushalt	**klimaneutrale** Reisen
klimaneutrale Post	**klimaneutrale** Dienstreisen
klimaneutrale Uni	**klimaneutrale** Fortbewegung
klimaneutrale Herstellung	**klimaneutrales** Fliegen
«**klimaneutrale** Produktion»	**klimaneutraler** Flug
klimaneutraler Produktionsprozess	**klimaneutraler** Bahntransport
klimaneutrales Fortbewegungsmittel	**klimaneutrale** Elektromobilität
klimaneutrales Fahrrad	**klimaneutrale** Autotechnologie
klimaneutrales Flugticket	**klimaneutrale** Zukunft
klimaneutrale Druckerei	**klimaneutrale** Alternative
klimaneutrale Weihnachtskarte	**klimaneutrale** Lösungen
klimaneutrales Sweatshirt	**klimaneutraler** Spaß
klimaneutrale Brillengläser	**klimaneutral** betriebene Erlebniswelt
klimaneutrales Bier	**klimaneutrales** Drucken
klimaneutrale Tüte	**klimaneutraler** Start
„**klimaneutrale**“ Brötchentüten	**klimaneutrale** Mythen
„**klimaneutrale** Kommune“	**klimaneutraler** Umweltmarkt

Die Kreativität und die kombinatorischen Möglichkeiten haben, wie zu sehen ist, keine Grenzen. Auf der einen Seite „haben Adjektive selbst Nukleusbeschränkungen (zwischen *gelb* – auf Wahrnehmbares – und *blond* – auf Haare), zum anderen gehen umgekehrt semantische Normskalen und Normalwerte von den Nuklei aus, auf die sich Adjektive beziehen“ (Knobloch 2018: 132). Nun stellt sich die Frage, welche adjektivischen Wortverbindungen als einmalige Okkasionalismen (*klimaneutrale Kolumne*) entstanden sind und wie eine Eintagsfliege wieder verschwinden und welche sich lexikalisiert haben und als Kollokationen in Wörterbücher eingetragen werden.

Ein Zeichen für den Übergang zu phraseologisierten Einheiten ist ohne Zweifel ihre Frequenz. Für die moderne Sprachwissenschaft und Sprachforschung stellen

maschinenlesbare Textkorpora eine umfangreiche Datenbank dar, die es erlaubt, Informationen über Gebrauchsfrequenzen zu erhalten. Da die elektronischen Korpora, wie DeReKo, zeitlich und räumlich unbegrenzt aufgebaut sind und stets erweitert und modernisiert werden, bietet eine korpusgestützte Analyse wertvolle Informationen über die Entwicklung der deutschen Sprache (vgl. Rykalová 2017).

Als Beispiel wurde das Adjektiv *klimaneutral* gewählt. Gezeigt werden auf der einen Seite die meist frequenten Belege, auf der anderen Seite die Belege, die man als einmalig bezeichnen kann. Bei den einmaligen Belegen handelt es sich um den Ausdruck der Zugehörigkeit zur Gruppe der umweltfreundlichen Hersteller und Veranstalter, denn Klimaneutrales und Klimaschonendes ist gefragt:

[15] *Ist die* ***„klimaneutrale“ Brötchentüte*** *lobenswert, schlaue Werbung oder nur heiße Luft? Darüber zu reden, werden einige für müßig halten. Klimaschutz mit Sofortmaßnahmen gehe vor. Doch jede Veränderung beginnt mit einem Bewusstseinswandel.* (DeReKo)

Tabelle 2: Frequenz der ausgewählten Belege für *klimaneutral** im DeReKo

klimaneutral* Stadt	214		klimaneutral* Aktivität*	3
klimaneutral* Zukunft	152		klimaneutral* Europameisterschaft	2
klimaneutral* F/fliegen / Flugreisen	109		klimaneutral* Regionalbussystem	2
klimaneutral* Produktion	89		klimaneutral* Uni	2
klimaneutral* Schweiz	80		klimaneutral* Weihnachtskarte	1
klimaneutral* Strom	68		klimaneutral* Brötchentüte	1
klimaneutral* Ferien	63		klimaneutral* Filmvergnügen	1
klimaneutral* Verkehr	30		klimaneutral* Bier	1
klimaneutral* Hotel*	29		klimaneutral* Post	1
klimaneutral* Land	22		klimaneutral* Weinberge	1

Die Tabelle zeigt ausgewählte Nominalgruppen, die besonders produktiv sind und gleichzeitig aktuelle Themen, die intensiv diskutiert werden: *klimaneutrale Stadt*, *klimaneutrale Zukunft*, *klimaneutrales Fliegen*, *klimaneutrale Produktion* usw. Die nur einmal oder zweimal belegten Beispiele zeigen dagegen das Bemühen um eine originelle Ausdrucksweise, wobei nur der Kontext verrät, ob es sich um eine ernst gemeinte Neubildung oder Ironie handelt:

[16] *Beinahe hatte ich schon aufgegeben, da ragt mein neuer Lebensmittelpunkt wie eine Oase aus dem Straßengrau. Ein Bio-Markt nahe der Redaktion – und er hat sogar schon auf! Für `nen Euro erstehe ich hier erst mal ein Franzbrötchen. Dazu Bio-Milch (98 Cent), ein Roggenbröt-*

chen (38 Cent) und 250 Gramm Quark (75 Cent). Glücklich von diesem ***klimaneutralen Start*** *in den Tag (abgesehen natürlich von Verpackungen und den Methan produzierenden Kühen) schmier ich mir in der Redaktion mein Brötchen.* (DeReKo)

[17] *Wer geil auf* ***klimaneutralen Spaß*** *ist, soll zugreifen. „Die Lümmeltüten passen perfekt in meine Bar, eben für all die, die spät nach Hause gehen, keine Kondome mehr bekommen, aber trotzdem verantwortungsbewusst sind", erklärt Bio-Beauty Cosma. Die Gummis sind weltweit mit die ersten Kondome, die aus fair gehandeltem Natur-Latex hergestellt werden. Das Material stammt von einer Plantage im südindischen Kerala – Verträge und regelmäßige Kontrollen sorgen dort dafür, dass von der Rohstoffgewinnung bis zum Export ökologisch nachhaltiges Wirtschaften und soziale Arbeitsbedingungen ohne Kinderarbeit oberstes Gebot sind.* (DeReKo)

Die Tatsache, dass die Problematik der Klimaneutralität neu und besonders intensiv besprochen wird, zeigen auch Belege, die der Nominalgruppe das Primat geben (*die erste klimaneutrale Brauerei*) und/oder sie in Anführungszeichen setzen, um entweder auf die ungewöhnliche Wortverbindung aufmerksam zu machen oder sie als „sogenannt" einzustufen:

„erste klimaneutrale Fernsehserie Europas"
„Erstes klimaneutrales Filmtheater"
das „erste klimaneutrale internationale Sportevent der Hansestadt"
den ersten „klimaneutralen" Staat der Erde
den ersten klimaneutralen Katholikentag
der erste klimaneutrale Buchvertrieb
die erste klimaneutrale Brauerei
erste klimaneutrale Wohnung
zu dem ersten klimaneutralen Event

Aus den oben präsentierten Belegen ist zu sehen, dass das Adjektivkompositum *klimaneutral* ein sehr beliebtes Attribut darstellt, was seine Frequenz in allen denkbaren Kombinationen beweist. Es handelt sich nicht nur um die Ausdrucksweise von Journalisten und Marketingexperten, sondern auch von umweltbewussten Kunden, bei denen z.B. die Nachfrage nach *ökologischen und klimaneutralen Reisen* (DeReKo) steigt.

2.5 Andere aktuelle Themen

Die Entstehung von neuen Adjektiven hängt nicht nur mit den erwähnten Megatrends zusammen. Neben den durch unerwartete politische und gesellschaftliche

Ereignisse, wie die Flüchtlingskrise, den Krieg in der Ukraine oder auch die Corona-Pandemie gebildeten, bisher unbekannten Diskursen, müssen auch passende Ausdrucksmittel für die in allen Medien präsenten Themen gesucht oder neu gebildet werden.

[18] *So sind laut Übersicht des RKI etwa in Schleswig-Holstein 80,6 Prozent der Menschen* ***grundimmunisiert*** *und 71,2 Prozent hatten eine Auffrischungsimpfung.* (URL 7)

Diskutiert wird, ob man sich *zweitimpfen* lassen soll und sich als *zweitgeimpft* oder sogar *geboostert* viele Sorgen spart. Diskutiert wird auch, wer *grundimmunisiert* ist, wann man den Status *vollständig geimpft* bekommt und welche Berufsgruppen *systemrelevant* sind.

[19] *Bund und Länder haben sich auf neue Testpflichten zur Eindämmung der Corona-Pandemie in Deutschland geeinigt. Seit dem 23. August gilt demnach die 3G-Regel –* ***geimpft, genesen, getestet****.* (DeReKo)

[20] *Wer* ***geboostert*** *ist, braucht in NRW bei 2G-plus keinen Corona-Test mehr.* (URL 8)

Die vom Partizip II abgeleiteten Adjektive eignen sich besonders gut für die Benennung einer Eigenschaft / eines Zustands, die als Ergebnis eines Prozesses oder einer abgeschlossenen Handlung entsteht, wie z.B.: *impfen – geimpft*, *testen – getestet*, *boostern – geboostert*. Das Adjektiv *geboostert* geht auf das englische Substantiv *booster* (Verstärker) zurück und wurde als eines der aktuellsten Adjektive in die deutsche Sprache für die Benennung der dritten Impfung übernommen.

3 Fazit

Wie zu sehen ist, spielt die wichtigste Rolle bei der Entstehung von neuen Wortformen, aber auch neuen Bedeutungen das Bedürfnis, neue Gegenstände, Sachverhalte und Situationen zu benennen. Zu den aktuellen Themen, die einen bedeutenden Einfluss auf die Wortschatzerweiterung haben, gehören ohne Zweifel: *Demografischer Wandel*, *Gesundheit*, *Künstliche Intelligenz*, *Sicherheit*, *Vernetzung* und *Neo-Ökologie*. Und gerade aus diesen Gebieten stammen interessante Belege, die als Neologismen klassifizierbar sind oder unter dem Einfluss der gesellschaftlichen Entwicklung in völlig neuen Kontexten schon lexikalisiert auftreten. In beiden Fällen handelt es sich um sprachliche Innovationen, die nach Zimmermann (2003) intentional sind und von Sprachverwendern selbst oft als ungewöhnlich und/oder originell und interessant verstanden werden (vgl. Zimmermann 2003: 29). Mit der Zeit werden die neuen Wortverbindungen, die

häufig genug verwendet werden, akzeptiert und es kommt zur Verbreitung innerhalb einer Sprachgemeinschaft.

Originelle sprachliche Mittel und ungewöhnliche Wortverbindungen sind auffällig und wecken die Aufmerksamkeit der Leser oder Hörer, die u.a. eine Marketingzielgruppe darstellen:

[21] *Die Appenzeller Brauerei Locher macht zweifach von sich Reden: Als erste Schweizer Brauerei verkauft Locher klimaneutrales Bier.* […] *Neben ökologischen Massnahmen innerhalb des Betriebes investiert das Unternehmen in nachhaltige Klimaschutz-Projekte.* (DeReKo)

Anhand der Analyse zahlreicher Belege aus dem Deutschen Referenzkorpus DeReKo mit dem Adjektiv *klimaneutral* konnte gezeigt werden, welche Nominalgruppen besonders frequent sind und bei welchen Wortgruppen es nur um okkasionelle Bildungen geht. Die Sprache entwickelt sich jedoch schnell und es wäre interessant, eine ähnliche Untersuchung mit einem Zeitabstand durchzuführen und die Ergebnisse zu vergleichen.

Die oben erwähnten Megatrends des 21. Jhs., wie Gesundheit, Demografischer Wandel, Genderproblematik oder Neo-Ökologie hängen eng miteinander zusammen und spiegeln sich in der Wahl der sprachlichen Mittel wider:

[22] *Für eine transparente, verbraucher:innenfreundliche und angemessene Bewertung der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln fordern wir:* […]. (dj 2022: 17)

Die Bildung der Adjektivformen in der attributiven Funktion greift auf der einen Seite auf die bekannten und oft beschriebenen Muster zurück, auf der anderen Seite sind es Ergebnisse verschiedenster Ad-hoc-Bildungen, die Ad-hoc-Eigenschaften zu benennen versuchen. Diese Bildungen sind vielfach variierbar und sehr stark textorientiert, was zum Ausbau des deutschen Wortschatzes wesentlich beiträgt (vgl. auch Eichinger 2018: 126). Besonders produktiv ist das zentrale morphologische Muster adjektivischer Wortbildung, die Suffixderivation, wobei auch ein hohes Vorkommen von Wortgruppenlexemen und nominaler Komposita nachgewiesen werden kann. Auffallend ist auch eine hohe Frequenz von lexikalischen Entlehnungen aus dem Englischen, vor allem hybriden Bildungen mit einer aus dem Englischen entlehnten Konstituente (vgl. Barz 2008: 39).

Im Zusammenhang mit den besprochenen Megatrends ist ein hohes Vorkommen an Anglizismen auffallend, aber nicht überraschend. Wie gesagt, handelt es sich um globale Themen, die weltweit und grenzüberschreitend diskutiert werden. Die Behandlung der Sprachentwicklungstendenzen im Zusammenhang mit Megatrends des 21. Jahrhunderts stellt jedenfalls eine innovative Sichtweise dar.

Literatur

Barz, Irmhild (2008): *Englisches in der deutschen Wortbildung*. In: Eichinger, Ludwig M. / Meliss, Meike / Vázquez, María José Domínguez (eds.): *Wortbildung heute. Tendenzen und Kontraste in der deutschen Gegenwartssprache.* Tübingen, 39–60.

Baumann, Carolin / Dabóczi, Viktótia / Hartlmaier, Sarah (eds.) (2018): *Adjektive. Grammatik, Pragmatik, Erwerb*. Berlin; München; Boston.

[DeReKo]: *Das Deutsche Referenzkorpus*. Institut für Deutsche Sprache, Mannheim. URL: http://www.ids-mannheim.de/kl/projekte/korpora/, Stand vom 02.04.2022.

[dj]: *demeter journal*. Sommer 2022.

Eichinger, Ludwig M. (2018): *Mancherlei Adjektive braucht das Land – Was man aus neuen Adjektiven über die Wortart (im Deutschen) lernen kann.* In: Baumann, Carolin / Dabóczi, Viktória / Hartlmaier, Sarah (eds.): *Adjektive. Grammatik, Pragmatik, Erwerb*. Berlin; München; Boston, 107–128.

Fleischer, Wolfgang (1982): *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Leipzig.

Knobloch, Clemens (2018): *Morgen länger sonnig, meist trocken*. In: Baumann, Carolin / Dabóczi, Viktória / Hartlmaier, Sarah (eds.): *Adjektive. Grammatik, Pragmatik, Erwerb*. Berlin; München; Boston, 129–151.

[MP]: *Main Post*, 04.07.2022.

[PH]: *Photonics Hub: Trends und Technologien in der Photonik bis 2030 im Rahmen des Projektes „Photonics Roadmap“ Zukunftstrends erkennen – Marktchanzen nutzen*. URL: https://www.photonics-hub.de/, Stand vom 02.04.2022.

Rykalová, Gabriela (2017): *Das Partizip im Deutschen*. Opava.

[S&K]: *Schrot & Korn. BIO LEBEN, BIO LIEBEN.* 07/2021. Köhlers, 2021.

Steffens, Doris / al-Wadi, Doris (2014): *Neue Wortschatz. Neologismen im Deutschen 2001 – 2010.* Mannheim.

[URL1]: https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/, Stand vom 02.04.2022.

[URL2]: https://www.trendreport.de/megatrends/, Stand vom 04.07.2022.

[URL3]: https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/, Stand vom 02.04.2022.

[URL4]: https://www.dak.de/dak/gesundheit/lebensmittelunvertraeglichkeit-was-hilft-2073354.html#/, Stand vom 20.12.2021.

[URL5]: https://www.foodoase.de/allergiefilter.html, Stand vom 20.12.2021.

[URL6]: https://www.bund.net/ueber-uns/nachhaltigkeit/, Stand vom 02.04.2022.

[URL7]: https://www.tagesschau.de/inland/gesellschaft/novavax-impfstoff-107.html, Stand vom 02.04.2022.

[URL8]: https://www.wa.de/nordrhein-westfalen/frisch-geimpft-gleich-geboostert-nrw-corona-regel-2g-plus-zweite-impfung-schnelltest-notwendig-91227322.html, Stand vom 04.07.2022.

Zimmermann, Klaus (2003): *Jugendsprache, Generationenidentität und Sprachwandel*. In: Neuland, Eva (ed.): *Jugendsprachen – Spiegel der Zeit.* Frankfurt am Main, 27–41.