

Das klingende Wort als Werbemittel

Von Schmidt-Karlo, München, Oberspielleiter der Variété-Bühne „Deutsches Theater“ *)

Das tonliche Spiel mit Selbstlauten (Vokalen) und Mitlauten (Konsonanten) führte in dem eifrigen Suchen nach Werbeworten, die sich dem Ohre leicht durch rhythmischen Klang einprägen und mühelos ohne Zungenfertigkeit ausgesprochen werden können, zu absonderlichen und rätselhaften Klanggebilden, — rätselhaft, weil diese wunderlichen Klänge ihrem Inhalt nach weder fremd- noch muttersprachlich verstanden werden. Ohne den Schlüssel zu dem Verstehen dieser Worte zu kennen, erhält der Empfänger nur den Eindruck von einem Fangspiel mit bunten Glasugeln, die man freilich nicht auf ihren Inhalt prüfen darf; sie sind inhaltlos wie bunte Seifenblasen.

Ich betrachte so ein wunderliches Klanggebilde:

„Da·Pu·Fi“ oder „Je·Ka·Fi“.

Was bedeuten diese Klänge? — Kein Gedanken- und Gefühlsinhalt wird in uns geweckt, wir hören nur den Dreiklang „a u i“ oder die Tonhebung von e und a zu i. Die Mitlaute sind in dieser Lautverbindung untergeordnet, fast bedeutungslos geworden. Die Klänge sind und bleiben uns unverständlich. Vielleicht ist das auch der Zweck der Übung. Wir brauchen nur den Schlüssel zur Auflösung dieser Rätselschöpfungen zu erfahren, der in den Anfangsbuchstaben der Worte „Das Publikum filmt“ und „Jeder kann filmen“ liegt; es handelt sich um eine neue Filmvorstellung, bei der das Publikum die Rolle des Zuschauers und Mitspielers übernimmt.

Die erwähnten Beispiele sind nicht vereinzelt, es geht ihnen vielmehr schon eine mannigfache Anwendung und Schulung voraus. Die Artistik (Variété, Zirkus, Kabarett) hat ähnliche Wort-Rhythmen schon längst eingeführt. Ich denke an Namen wie: Ki·Ka·Du, Tit·Tat·Tut, Tipp·Topp, Zari·fah. — Neuschöpfungen unter diesen Klangbildern sind selten; es handelt sich meist um Nachbildungen in Veränderungen des Dreiklanges, um Tonhebungen und Ton-senkungen in Verbindung von Mitlauten, die eine bewegte und zuweilen belustigende Klangüberspannung erzeugen, wie in dem tiefen „Du“ zu dem hohen „Fi“ oder in Wiederholungen gleichklingender Mitlaute (Alliteration) wie in „Tipp·Topp“, „Sissy Syra“ u. a. Die Tonwirkung wird auch oft auf eine Eintönigkeit gelegt, wie in „Mara Alfa“, „Boo Doo“, „Rio d'Dro“ u. a.

Auch die Industrie bedient sich dieser Klang- und Geräuschspielerei als Werbemittel, z. B. „Ila“ (aus den Anfangsbuchstaben der Worte „Internationale Luftschiff-Ausstellung“;

*) Dieser Aufsatz erhielt im Jubiläums-Wettbewerb des V. d. P. einen dritten Preis von 600 Mark. Bericht in Heft 6 Seite 367.

„Schreiben ist ein Mißbrauch der Sprache“. (Goethe)

(es entsteht eine sehr glückliche Tonsektung von i zu a) oder „Anuga“, ein dunkelfarbiges Tonwort, das angenehm klingt und seine Auflösung in den Anfangsbuchstaben der Worte „Allgemeine Nahrungs- und Genussmittel-Ausstellung“ findet.

Die Entwicklung dieser Klanggebilde ist in unserer Zeit in beliebter Anwendung, ohne daß man ihre Nachahmung als besonders geschmackvoll und sinnvoll ansprechen könnte, wenn sie auch als ein abgekürztes Verfahren für Schuhmarken z. B. statt der Anwendung langatmiger Aufschriften im wirtschaftlichen Verkehr erfahrungsgemäß nutzbar anerkannt werden müssen.

In der Verschmelzung von Lehn- und Fremdworten mit Klangsilben hat man für Fabrikate Werbeworte geschaffen, die wenigstens eine Klangverfälschung im Empfänger entstehen lassen. Das Mittel des Wohlklanges in der Hebung und Senkung des Tones, im Rhythmus, in der Anwendung gleicher Mitlaute, in der Wirkung der Eintönigkeit oder des Drei- und Zweiklanges spielt auch hierbei eine wohlberechnete Rolle. In Wörtern wie „Palmona, Kalodont, Byrolin, Odol, Lugin“ u. a. empfangen wir gegenüber den zuerst vorgeführten Geräusch- und Klangspielereien doch ein Klangbild, das an Gegenständlichem sich gebildet hat.

In der Nachahmung solcher Worträtsel behalten aber alle diese Klangspielereien mehr den Reiz des Fremdartigen als den Reiz der Neuheit und erreichen nur in seltenen Fällen vollständige Ausbreitung, wie etwa das Wort „Cabal“, das auf die geheimnisvolle Deutung der Anfangsbuchstaben der Ministernamen Carls II. von England zurückzuführen ist: Clifford, Ashley, Buckingham, Arlington, Londerdale. In der dunklen Tonfarbe des neuen Klangwortes „Cabal“ mag die geheimnisvolle Charakterisierung der schändlichen, tyrannischen Männer zu deuten sein. — Historisch noch weiter zurückgreifend auf die mystische Philosophie des Judentums (Kabbala) erkennen wir eine von der Wissenschaft so gut wie übersehene Lautvertauschung, die sogenannte Temurah, oder Umkehrung der Laute, wodurch aus einem Worte ein anderes mit verwandter Bedeutung entsteht, z. B. die Beere hängt an der Rebe. Es ist nur zu wünschen, daß die Nacheiferung der Lautvertauschung und Umkehrung innerhalb eines Wortes nicht auf die Verkehrs- und Handelsbegriffe Anwendung finde; sie müßte verheerend auf die Begriffserscheinungen wirken und eine Art „Runenzauber“ schaffen, von dem die Verkehrssprache gerade befreit werden sollte. —

Es bedarf aber noch einer rückwirkenden Betrachtung, wenn wir an der Entwicklung des klingenden Werbewortes weiterarbeiten wollen, das aus der Gedanken- und Gefühls-tätigkeit des Sprechers (Seybers) an das Klangverständnis