

# Západočeská univerzita v Plzni

FAKULTA  
PEDAGOGICKÁ

KATEDRA NĚMECKÉHO  
JAZYKA

## ANGLICISMY V NĚMECKÝCH ČASOPISECH PRO MLÁDEŽ

DIPLOMOVÁ  
PRÁCE

*Bc. Pavla Pastorčáková*

*Specializace v pedagogice: Německý jazyk se zaměřením*

*na vzdělávání*

*léta studia (2012-2014)*

Vedoucí práce:

Prof. PhDr. Věra Höppnerová, DrSc.

Plzeň, 2014

# Westböhmische Universität in Pilsen

PÄDAGOGISCHE  
FAKULTÄT

LEHRSTUHL FÜR  
GERMANISTIK

ANGLIZISMEN IN DEN DEUTSCHEN  
JUGENDZEITSCHRIFTEN

DIPLOMARBEIT

*Bc. Pavla Pastorčáková*

*Spezialisierung in Pädagogik: Deutsch mit der Orientierung*

*auf Bildung*

*Studienjahre (2012-2014)*

Betreuer:

Prof. PhDr. Věra Höppnerová, DrSc.

Pilsen, 2014

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbstständig geschrieben habe und nur die im Literaturverzeichnis angegebenen Quellen benutzt habe.

Pilsen, 2014

.....

## **DANKSAGUNG:**

An dieser Stelle möchte ich mich bei der Betreuerin meiner Diplomarbeit Prof. PhDr. Věra Höppnerová, DrSc. für ihre Bereitwilligkeit, ihre wertvollen Ratschläge und Leitung beim Entstehen dieser Diplomarbeit und auch bei PhDr. Irena Kristková für ihre Zeit und ihre Geduld bei der Korrektur dieser Arbeit herzlich bedanken.

## **Annotation**

In der Diplomarbeit wird der Begriff Anglizismus und seine Beziehung zur Jugendsprache erklärt. Weiter wird der Wortschatzbereicherung der deutschen Sprache, d. h. der Wortschöpfung, Wortübernahme und Wortbildung Aufmerksamkeit gewidmet. Im praktischen Teil werden dann die Erscheinungen der Anglizismen in drei deutschen Jugendzeitschriften – BRAVO, Mädchen und Hey! – analysiert und thematischen Bereichen zugeordnet.

## **Schlüsselbegriffe**

Wortschöpfung, Wortübernahme, Fremdwort, Lehnwort, Lehnprägungen, Anglizismus, Soziolekt, Jugendsprache

„Die Gewalt einer Sprache ist nicht, daß sie das Fremde abweist, sondern, daß sie es verschlingt.“

(Johann Wolfgang Goethe)

„Die Sprache ist der Spiegel einer Nation; wenn wir in diesen Spiegel schauen, so kommt uns ein großes treffliches Bild von uns selbst daraus entgegen.“

(Friedrich Schiller)

## Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	11
2	Wortschatzbereicherung .....	13
2.1	Wortschöpfung .....	13
2.2	Wortübernahme .....	13
2.2.1	Fremdwort.....	14
2.2.2	Lehnwort.....	15
2.2.3	Lehnprägungen.....	15
2.3	Wortbildung.....	16
3	Anglizismus .....	19
4	Jugendsprache und andere Soziolekte .....	22
4.1	Transitorische Soziolekte .....	22
4.1.1	Kindersprache .....	23
4.1.2	Schüler- und Jugendsprache .....	23
4.1.3	Erwachsenensprache.....	24
4.1.4	Seniorensprache .....	24
4.2	Habituelle Soziolekte .....	25
4.3	Temporäre Soziolekte .....	25
5	Rolle der englischen Sprache im heutigen Deutsch.....	26
6	Untersuchte Jugendzeitschriften.....	30
7	Integration der Anglizismen in den Jugendzeitschriften.....	33
7.1	BRAVO.....	34
7.2	MÄDCHEN.....	39
7.3	HEY!.....	45
8	Korpusanalyse .....	50
8.1	Substantive .....	50
8.2	Adjektive und Adverbien .....	56
8.3	Verben.....	58

9	Schlussfolgerungen für den Unterricht .....	60
10	Zusammenfassung .....	61
11	Resumé .....	63
	Literaturverzeichnis.....	64
	Internetquellen .....	66
	Verzeichnis der Anhänge.....	67
	Anhang .....	I



# 1 Einleitung

Die deutsche Sprache wurde im Laufe der Zeit von verschiedenen Kulturen und Sprachen beeinflusst. Im Mittelalter wurde das Latein als Lingua Franca betrachtet und heutzutage sind alle Sprachen der Welt - nicht nur die deutsche Sprache - dem Englischen ausgesetzt. Zuerst wurden die Anglizismen in die Fachsprache übernommen, dann in die Pressesprache und jetzt bilden sie einen wichtigen Bestandteil der Alltagssprache nicht zuletzt der Jugendsprache. Deshalb habe ich das Thema „*Anglizismen in den deutschen Jugendzeitschriften*“ als Thema meiner Diplomarbeit gewählt.

Das Thema Anglizismen gehört in der deutschen Gegenwartssprache zu den meist bearbeiteten Themen der Linguistik und teilt die Sprachwissenschaftler in zwei Gruppen. Die erste Gruppe sieht in der Verwendung von Anglizismen eine Gefahr des Untergangs der deutschen Sprache. Auf der anderen Seite steht z. B. Prof. Jörg Kilian, der einer anderen Meinung ist und glaubt, dass man vor dem Anglizismengebrauch keine Angst haben sollte, weil ihr Anteil am deutschen Wortschatz (mit Ausnahme der Jugend- und Werbesprache) insgesamt relativ gering sei.<sup>1</sup>

Das Ziel dieser Arbeit ist, die Jugendsprache in den Zeitschriften *BRAVO*, *Mädchen* und *Hey!* auf das Vorkommen der Anglizismen hin zu untersuchen, die Themenbereiche der Anglizismen in den Jugendzeitschriften sowie die Deklinations-, bzw. Konjugationsregeln der Anglizismen festzustellen.

Das folgende Kapitel meiner Diplomarbeit wird dem Begriff Wortschatzbereicherung gewidmet und in demselben Kapitel werden noch ihre Unterbegriffe Wortschöpfung, Wortübernahme und Wortbildung definiert. Das weitere Kapitel beschäftigt sich mit Soziolekten mit dem Focus auf die Schüler- und Jugendsprache. Die Rolle der englischen Sprache im heutigen Deutsch ist Thema des letzten Kapitels des theoretischen Teils. Im praktischen Teil meiner Arbeit werden

---

<sup>1</sup> <http://www.welt.de/kultur/article120296426/Sprachexperte-sieht-in-Anglizismen-keine-Gefahr.html> [9.8.2013]

drei deutsche Jugendzeitschriften (Mädchen, Hey! und BRAVO) kurz vorgestellt und die dort gefundenen Anglizismen analysiert und eingeordnet.

Die Ergebnisse meiner Arbeit können auch für Deutschlehrer nützlich sein, weil die Jugendzeitschriften eine der beliebtesten Textsorten im DaF-Unterricht der Jugendlichen darstellen.

## 2 Wortschatzbereicherung

Die Aufgabe dieses Kapitels ist zuerst folgende sprachlinguistische Begriffe zu definieren. Es handelt sich um die Begriffsbestimmung von Wortschatzbereicherung, Wortschöpfung, Wortübernahme, Fremdwort, Lehnwort, Lehnprägung und Wortbildung.

Deutsche Sprache befindet sich in einer ständigen Entwicklung, wobei von dieser Entwicklung vor allem der Wortschatz betroffen ist. Manche Wörter bilden den Kern der Sprache, werden häufiger verwendet und bleiben im Wortschatz eine lange Zeit (z. B. Haus, und, zwei, Frau, ...), aber auf der anderen Seite existieren im Deutschen die sogenannten Modewörter, die am Rande der Lexik stehen (z. B. *chillen* – entspannen, *Check* – Kontrolle, ...). Laut DUDEN seien die Modewörter nur eine begrenzte Zeit in Mode und dann veralten sie oder verschwinden ganz aus der Sprache.<sup>2</sup> Bei der Wortschatzbereicherung spielen folgende Verfahren eine Rolle:

### 2.1 Wortschöpfung

Die Wortschöpfung ist die Bildung neuer Wurzeln aus vorhandenem Material. Diese Methode verwendet man aber nicht mehr (mit Ausnahme der Kunstwörter bei Bezeichnungen neuer Produkte).

### 2.2 Wortübernahme

Unter diesem Begriff versteht man die Übernahme aus anderen Sprachen. Im Deutschen befinden sich Entlehnungen aus dem Griechischen (*Morphologie*), aus dem Lateinischen (*Dativ*) oder aus dem Englischen (*Date*).

Bei der Wortübernahme werden die Wörter aus einer anderen (fremden) Sprache übernommen.

---

<sup>2</sup> <http://www.xn--trendwrter-jcb.info/> [15.5.2014]

Nach dem Grad ihrer Anpassung an die übernehmende Sprache unterscheidet man neun formale Entlehnungsklassen<sup>3</sup>:

1. Lehnwörter (Wörter aus einer fremden Sprache, die in Schriftbild und Lautung der eigenen Sprache angepasst werden)
2. Lehnsuffixe (Wörter, die auf *-ismus*, *-ität* und *-abel* enden)
3. Lehnpräfixe (Wörter, die mit den Vorsilben *anti-*, *de-*, *ex-*, *Mini-* beginnen)
4. Lehnkonfixe (Elektro-, Euro-, -therm, -krat)
5. Lehnwendungen (cum grano salis, last but not least,...)
6. Lehnübersetzungen (Eiserner Vorhang nach engl. Iron Curtain)
7. Lehnübertragungen (freiere Wiedergabe wie bei der Übersetzung – Wolkenkratzer nach engl. skyscraper)
8. Lehnschöpfung (freie Verdeutschung)
9. Lehnbedeutung (Übernahme der Bedeutung für bereits vorhandene Wörter: „realisieren“ hat neben *verwirklichen* der ursprünglichen Bedeutung von *erkennen* nach engl. to realize, „schneiden“ für *demonstrativ nicht beachten* nach engl. to cut).

In folgenden Unterkapiteln werden einige Entlehnungsklassen ausführlicher beschrieben.

### 2.2.1 Fremdwort

Ein Fremdwort ist laut Duden ein „aus einer fremden Sprache übernommenes oder in der übernehmenden Sprache mit Wörtern oder Wortteilen aus einer fremden Sprache gebildetes Wort.“<sup>4</sup> Eine andere Definition stammt von Carstens und Galinsky: „Unter Fremdwort wird hier ein aus einer fremden Sprache übernommenes Wort verstanden, das Gegenstände, Eigenschaften, Tätigkeiten oder

---

<sup>3</sup> Polenz, Peter von: Deutsche Sprachgeschichte vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart. De Gruyter 2000, Berlin. ISBN 3-11-016478-7. S. 41.

<sup>4</sup> <http://www.duden.de/rechtschreibung/Fremdwort> [20.6.2013]

*Begriffe bezeichnet, die die eigene Sprache nicht genau genug ausdrücken kann oder nicht kennt oder die sie aufnimmt, obwohl häufig gleichwertige Wörter oder solche mit gleicher oder ähnlicher Bedeutung zur Verfügung stehen. Schreibung und Aussprache bleiben unverändert.*<sup>5</sup> Das heißt, diese Wörter behalten ihre fremde orthographische, fonetische oder morphologische Form, wie z. B. *der Cowboy*.

Viele Fremdwörter wurden aus dem Englischen übernommen (Anglizismen). Der Duden definiert den Anglizismus als eine „*Übertragung einer für [britisches] Englisch charakteristischen sprachlichen Erscheinung auf eine nicht englische Sprache*“<sup>6</sup>. Als Beispiele für deutsche Anglizismen könnte man z. B. *Airbag, Baby, Bowling, Evergreen* oder *Hairstylist* erwähnen.

Gegenwärtig kann man im Deutschen auch eine starke Tendenz zur Internationalisierung beobachten. Ein Internationalismus ist ein „*Wort, das in gleicher Bedeutung und gleicher oder ähnlicher Form in verschiedenen Kultursprachen vorkommt.*“<sup>7</sup> Internationalismen kommen meist im Bereich der Politik vor (*Demokratie, Absolutismus,...*).

### **2.2.2 Lehnwort**

Ein Lehnwort ist ein „*aus einer fremden Sprache übernommenes Wort, das sich in Aussprache, Schreibweise, Flexion der übernehmenden Sprache angepasst hat (z. B. Mauer aus dem Lateinischen murus)*“<sup>8</sup>. Es handelt sich vor allem um ehemalige Fremdwörter, die aber nicht mehr als fremd empfunden werden, da sie sich dem deutschen Sprachsystem angeglichen haben. Lehnwörter sind z. B. *der Maurer, der Wein* oder auch das Verb.

### **2.2.3 Lehnprägungen**

Im Gegensatz zu Lehnwörtern, die die Kategorie des äußeren Lehnguts repräsentieren, sind Lehnprägungen „*diejenigen Entlehnungen aus anderen Sprachen, bei denen nicht die Form der Wörter, sondern nur deren Bedeutung*

---

<sup>5</sup> Vgl. Carstens, B., Galinsky, H. *Amerikanismen der deutschen Gegenwartssprache*. Heidelberg 1963. S. 20.

<sup>6</sup> <http://www.duden.de/rechtschreibung/Anglizismus> [20.6.2013]

<sup>7</sup> <http://www.duden.de/rechtschreibung/Internationalismus#Bedeutung2> [20.6.2013]

<sup>8</sup> <https://www.duden.de/rechtschreibung/Lehnwort> [3.3.2014]

übernommen wurde“<sup>9</sup>. Lehnprägungen werden definiert als Neubildungen fremden Inhalts, die mit deutschen Sprachmitteln gebildet wurden.

Es sind:

a) Lehnbedeutung – für ein einheimisches Wort wurde die Bedeutung eines fremden Wortes übernommen (z. B. *Mannschaft* → *Team*, *Wirtschaft* → *Ökonomie*)

b) Lehnbildung – Wörter wurden nach dem Vorbild einer fremden Sprache (meist der englischen) gebildet. Die Neubildung verläuft aber mit einheimischen Sprachmitteln (z. B. *skyscraper* – *Wolkenkratzer*).<sup>10</sup>

### 2.3 Wortbildung

Als Wortbildung bezeichnet man eine Bildung neuer Wörter aus vorhandenem Material.

Warum entstehen neue Wörter? Die Sprachwissenschaftler sprechen von sogenannten Wortbildungsnotwendigkeiten, Ausdrucksnotwendigkeiten oder Wortbildungsgründen, die man in zwei Untergruppen teilen kann:

- Objektive Ausdrucksnotwendigkeiten – „(...) in einer Sprachgemeinschaft, die Träger einer entwickelten Sprache ist, besteht ein ungeheuer Bedarf an Neuwörtern, da die geistig-sprachliche Auseinandersetzung mit der vielseitigen und veränderlichen „Wirklichkeit“ weitergeht, und nach wie vor die kommunikative Notwendigkeit besteht, alles, was man kennen lernt oder lehrt, auch nennen zu müssen – nicht nur das, was man vorfindet oder (...) herausfindet, sondern auch, was man empfindet, erfindet oder entwirft (...).“<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> <http://www.wortbedeutung.info/Lehnpr%C3%A4gung/> [3.3.2014]

<sup>10</sup> Für Veranschaulichung siehe Anhang Nr. 1

<sup>11</sup> Erben, J.: *Einführung in die deutsche Wortbildungslehre*. Erich Schmidt Verlag, 2006 Neuburg. ISB-13: 978 3 503 07975 9, S. 19.

- Subjektive Ausdrucksnotwendigkeiten - hängen weniger mit der zu benennenden Sache als mit Bedürfnissen des Sprechers zusammen und eventuell beabsichtigten Wirkungen auf den Hörer.<sup>12</sup> Beispielsweise geben die subjektiven Ausdrucksbedürfnisse einer modernisierten Sache eine neue Benennung (*Winker – Blinker*).

Neue Wörter im Wortschatz werden als Neologismen bezeichnet. Nach Duden ist ein Neologismus eine „in den allgemeinen Gebrauch übergegangene sprachliche Neuprägung“<sup>13</sup> (*Neuwort oder Neubedeutung*)<sup>14</sup>. Die Arten der Neologismen können noch weiter unterteilt werden in:

- a) Neuwörter – Ausdruck und Bedeutung sind neu. Ein Beispiel aus der jüngsten Zeit ist das Verb *simsen* für das Versenden von Kurznachrichten oder *googeln* für das Suchen im Internet. X definiert, wie ein Neuwort aussehen muss, um sich durchzusetzen. Das Neuwort muss kurz und ableitfähig sein und darf nicht den gleichen oder fast gleichen Klang wie bestehende Wörter haben. Neuwörter müssen nicht die Eigenschaften eines Gegenstands beschreiben.<sup>15</sup>
- b) Neubedeutung – Ein alter Ausdruck erhält lediglich eine neue, weitere Bedeutung (z. B. Maus – Tier/ein technisches Gerät) oder es geht um einen Ausdruck mit einem ursprünglich positive positiven Sinnbezug, der eine neue pejorative Bedeutung enthält (z. B. politische Korrektheit).
- c) Neue Wortkombinationen – Hier ist das Zusammenziehen von gebräuchlichen Wörtern (*Internetcafé, Laptop-Tasche*, auch als Retronym: *Analoguhr*) von metaphorischen Neubildungen zu unterscheiden. Bei letzteren entscheidet nicht die tatsächliche Bedeutung für ihre Verwendung, sondern eine charakteristische Eigenschaft.

<sup>12</sup> Vgl. Erben, J.: *Einführung in die deutsche Wortbildungslehre*. Erich Schmidt Verlag, 2006 Neuburg. ISB-13: 978 3 503 07975 9, S. 19.

<sup>13</sup> Neuprägung – Prägung eines neuen Worts, Ausdrucks

<sup>14</sup> <http://www.duden.de/rechtschreibung/Neologismus> [20.6.2013]

<sup>15</sup> Vgl. Reiners, Ludwig: *Ein Lehrbuch deutscher Prosa*, C.H. Beck Verlag, 2004 München. ISBN 3-406-34985-4, S. 396-399.

d) Modewort – Laut Duden geht es um ein „*neues Wort; Wort in abgewandelter oder neuer Bedeutung, das eine begrenzte Zeit lang in Mode ist*“<sup>16</sup> Modewörter sind vor allem in der Presse – konkret in den Schlagzeilen – zu finden. Als Beispiele der Modewörter können *Sneakers*, *Poncho* oder *chatten* erwähnt werden.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> <http://www.duden.de/rechtschreibung/Modewort> [20.6.2013]

<sup>17</sup> <http://www.xn--trendwrter-jcb.info/erlaeuterungen> 18.5.2014



### 3 Anglizismus

Aus dem vorigen Teil des Kapitels ergibt sich, dass ein Anglizismus eine Übernahme aus dem amerikanischen oder aus dem britischen Englischen ist (bzw. aus anderen englisch sprechenden Ländern wie Kanada, Australien, Südafrika usw.).<sup>18</sup>

Es ist schwer, die Herkunft der ins Deutsche entlehnten englischen Lexeme zu bestimmen, aber im Allgemeinen gilt, dass die Anglizismen vom Anfang des 20. Jahrhunderts dem britischen Englisch entnommen wurden. Nach 1917, besonders jedoch nach dem Zweiten Weltkrieg, begann die Übernahme der Wörter aus dem amerikanischen Englisch.<sup>19</sup>

Die Anglizismen lassen sich in verschiedene Typen unterteilen. Z. B. nach Yang Wenliang seien drei Typen von Anglizismen zu unterscheiden<sup>20</sup>:

- **Konventionalisierte Anglizismen**

Zu dieser Gruppe werden folgende Anglizismen gezählt: z. B. *Computer, Manager, Keks, Rock'n'Roll, Jeans u. a.* Es geht um Anglizismen, die als allgemein üblich und bekannt vorausgesetzt werden – nach dem Sprachgefühl vieler Deutschen sind sie keine Fremdwörter mehr. Sehr oft wird ihre Aussprache oder Orthographie eingedeutscht (*Club – der Klub*).

- **Anglizismen im Konventionalisierungsprozess**

Im Gegensatz zu den konventionalisierten Anglizismen kommen die zu dieser Gruppe gehörenden Anglizismen vielen Deutschen fremd vor. Als Beispiel können die Wörter wie *Factory – die Fabrik, Gay – der Homosexuelle, Underdog – der Außenseiter u. a.* erwähnt werden. Es handelt sich um Wörter, die nach bestimmter Zeit konventionell werden oder aus dem deutschen Sprachgebrauch verschwinden.

---

<sup>18</sup> Manche Sprachwissenschaftler unterscheiden zwischen einem Anglizismus und einem Amerikanismus, andere nicht.

<sup>19</sup> Vgl. Wenliang, Yang: Anglizismen im Deutschen: am Beispiel des Nachrichtenmagazins Der Spiegel. De Gruyter, Tübingen 1990, ISBN 3-484-31106-1. S. 7.

<sup>20</sup> Vgl. Wenliang, Yang: Anglizismen im Deutschen: am Beispiel des Nachrichtenmagazins Der Spiegel. De Gruyter, Tübingen 1990, ISBN 3-484-31106-1. S. 9.

- **Zitatwörter, Eigennamen und Verwandtes**

Die Anglizismen dieser Gruppe werden nur in einer bestimmten Situation oder im Zusammenhang mit Amerika, England u. a. englischsprachigen Ländern gebraucht. Als Beispiele für Anglizismen dieser Kategorie sind u. a. *High School, Highway, US-Army, Bush-Administrative* anzuführen.

Eine andere Gliederung der Anglizismen finden wir bei Stephanie Bohmann<sup>21</sup>:

- **Konventionaler Typ**

Diese Gruppe von Anglizismen ist mit den konventionalisierten Anglizismen nach Yang Wenliang identisch.

- **Dem deutschen Phonem-Graphem-System angepasste Anglizismen**

Diese Anglizismen werden mit deutschen Präfixen oder Suffixen ausgestattet. Vor allem bei den Verben findet man deutsche grammatische Morpheme: *gestylt, gemanagt, stoppen u. a.*

- **Anglizistische Kombinationstypen**

Es geht um solche englische Wörter, die in Verbindung mit deutschen Wörtern vorkommen. Sie werden durch einen Bindestrich mit einem deutschen Wort verbunden. Die englischen Elemente behalten meistens ihre orthographischen Regeln. Als Beispiele können folgende Wörter erwähnt werden: *stütz-soft Effekt, open-air-Knopf, Pump-Hairlack.*

- **Neue Typen von Anglizismen**

Diese Gruppe der englischen Wörter ist mit der Gruppe „Anglizismen im Konventionalisierungsprozess“ nach Yang Wenliang identisch.

---

<sup>21</sup> Bohmann, Stephanie: Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werberbranche. Tectum Verlag 1996, Marburg. ISBN 3-89608-964-1. S. 19-20.

Aus dem Englischen wurden folgende Ausdrücke entlehnt:

- Einsilbige Wörter aus dem Grunde der Sprachökonomie ( *Hit X Verkaufsschlager, Job X Arbeit, fit X leistungsfähig, ...*)
- Anglizismen ohne deutsche Entsprechung – Wörter, die im Deutschen kein Äquivalent haben (*Piercing, Facebook, Software, ...*)
- Komposita – Mischbildungen, in denen das englische Wort als Teil fungiert: (*Liebes-Comeback, Laserdrucker, Sandwich-Kind<sup>22</sup>, ...*)
- Direktübernahmen von Wendungen und Floskeln – es handelt sich um wörtliche Übersetzungen (*Have a nice day. X Haben Sie einen schönen Tag.*)
- Pseudoanglizismen – sind Wörter aus dem englischen Material (Wörter, Morpheme), die man im Deutschen bildet, ohne dass sie im Englischen existieren. (*Partnerlook, Jogging, Streetworker, Handy, ...*)<sup>23</sup>
- Anglizismen mit „-ing“ – *Surfing, Meeting, Screening, ...*<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> das mittlere Kind

<sup>23</sup> <http://www.welt.de/wissenschaft/article123487354/Englisch-Vokabeln-die-nur-Deutsche-verstehen.html> (1.6.2014)

<sup>24</sup> Vgl. Yang, Wenliang: *Anglizismen im Deutschen: am Beispiel des Nachrichtenmagazins Der Spiegel*. De Gruyter, Tübingen 1990, ISBN 3-484-31106-1. S. 45-90.

## 4 Jugendsprache und andere Soziolekte

Da das Thema der Arbeit „*Anglizismen in den deutschen Jugendzeitschriften*“ ist, bleiben Fragen zu beantworten wie: Was versteht man eigentlich unter dem Begriff „Soziolekt“? Wie können die Soziolekte unterteilt werden? Und schließlich - gehört zur Jugendsprache alles, was die Jugendlichen sagen?

Soziolekt, Gruppensprache, sozial bestimmte Sprache oder eine soziale Varietät der Sprache ist ein „(...) *entstandener Begriff zur Bezeichnung einer Sprachvarietät, die für eine sozial definierte Gruppe kennzeichnend ist. Soziolekte sind Abbild gesellschaftlicher Strukturen (Hierarchien) und Gebrauchspraktiken. Standardsprachliche Soziolekte wie z. B. Hochdeutsch oder Standardenglisch genießen einen hohen gesellschaftlichen Status, werden vor allem in formellen, öffentlichen Domänen gebraucht und zeigen kaum regionalsprachliche, also dialektale Einflüsse. (...) Als Soziolekte werden auf bestimmte Berufs-, Alters- und andere sozial bedingte Gruppen beschränkte sprachliche Subcodes bezeichnet, deren Differenzierung zur allgemein verbindlichen Sprache vorwiegend auf dem Gebiet der Lexik liegt.*“<sup>25</sup>

Die Gruppensprachen sind durch Gebrauchshäufigkeit von einigen Wörtern erkennbar. Für sie sind vor allem folgende Parameter charakteristisch: Alter (Altersgruppen), Beruf (Berufsinteressen), Geschlecht (verschiedene Gesellschaftsklassen) oder Freizeitaktivitäten. Mit den Soziolekten beschäftigt sich die wissenschaftliche Disziplin Soziolinguistik.<sup>26</sup>

Soziolekte können in drei Hauptgruppen unterteilt werden:

### 4.1 Transitorische Soziolekte

Transitorische Gruppensprachen werden auch Lebensalterssprachen oder Gerontolekte genannt. Unter dem Begriff transitorische Soziolekte werden insbesondere Alterssprachen, d. h. die besonderen Sprachformen von Kindern und

---

<sup>25</sup> <http://lexikologie.perce.de/wb/?l=C71F5158AE&v=> 18.7.2013

<sup>26</sup> Die Einordnung der Jugendsprache ins Sprachsystem ist im Anhang Nr. 2 zu sehen.

Jugendlichen, von Schülern und Studenten und anderen altersspezifischen Gruppierungen gemeint. Sie werden nach dem Alter der Sprecher in vier Gruppen gegliedert:<sup>27</sup>

#### 4.1.1 Kindersprache

Als Kindersprache werden die ersten Sprachversuche eines Kindes bezeichnet. Laut Römer und Matzke dauert diese Zeit vom ersten Wort bis zum Vorschulalter.

#### 4.1.2 Schüler- und Jugendsprache

Diese zweite Stufe der Sprache beginnt mit dem Schulanfang und dauert bis zum Ende der beruflichen Ausbildung. Zurzeit wird dieser Soziolekt zu den meist untersuchten Soziolekten gezählt. „*Bezüglich der Lexik hat man u. a. festgestellt, dass jugendsprachlich markierte Wörter schwerpunktmäßig in ganz bestimmten funktional-semantischen Bereichen auftreten, vor allem bei den Wertausdrücken und Personen- bzw. Gruppenbezeichnungen.*“<sup>28</sup>

Es gibt keine eindeutige charakteristische Sprache der Jugendlichen, weil ihre Sprache abhängig von der Umgebung abhängig ist. Eine generelle Definition der Jugendsprache ist also nicht möglich. Sie weist aber bestimmte Merkmale auf, nach denen dieser Soziolekt erkennbar ist. Die Sprache der Jugend sei salopp, enthalte viele Metaphern, Redensarten und idiomatische Wendungen.<sup>29</sup>

Nicht immer geht es um einen Soziolekt, wenn die Jugendlichen sprechen. Mit der Jugendsprache spricht man im Kollektiv von Menschen gleichen oder ähnlichen Alters. Obwohl die Jugendsprache in ständiger Bewegung ist, kann man einige ihrer typischen Erscheinungen beobachten:

§ Bedeutungsverschiebungen bzw. – Veränderungen (z. B. *Bonsai* = *kleiner Mann*)

§ Bedeutungserweiterungen (z. B. *fett* = *super, schön, sehr,...*)

---

<sup>27</sup> Vgl. Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert/Mattheier, Klaus J./ Trudgill, Peter: Sociolinguistics/Soziolinguistik. Walter de Gruyter GmbH & Co. 2004, Berlin. ISBN 3-11-014189-2. S. 493.

<sup>28</sup> Römer, Christine/Matzke, Brigitte: *Lexikologie des Deutschen: Eine Einführung*. Gunter Narr Verlag, 2003 Tübingen. ISBN 3-8233-6128-7. S.49.

<sup>29</sup> Vgl. Vorlesung zum Fach KNJ/VAR bei Frau Mgr. Hana Menclová 25.11.2013

- § Bedeutungsverengungen (z. B. *Looser* = *Verlierer, erfolgloser Mensch*)
- § Bedeutungsumkehrungen (z. B. *Korkenknaller* = *müder Witz*)
- § Benutzen provokanter Lexeme, Tabuwörter, Vulgarismen (z. B. *Wichser*)
- § Übertreibung und Gebrauch von Intensitätsadverbien oder Adjektiven (z. B. *superlustig*)
- § Vereinfachungen (z. B. *Poli* = *Polizei, aso* = *ach so*)
- § Verwendung von Empfindungs- und Lautwörtern (z. B. *ups*)
- § Klangliche Eindeutschungen (z. B. *Workman* = *hart arbeitender Mensch*)
- § Verbalisierung von Substantiven (z. B. *müllen* = *dummes Zeug daherreden*)
- § Vorliebe für originelle Gruß- und Anredeformen (z. B. *tschüssi, Alter*)
- § Wortspiele (z. B. *doppeldidoch* = Verstärkung von „doch“, „ja“)
- § Verwendung von Anglizismen und Internationalismen (z. B. *Supporter* = *Eltern*)
- § Verwendung von Metaphern (z. B. *Cellulitis-Zentrum* = *Schwimmbad*)<sup>30</sup>

Nicht nur die Anglizismen sind für die Jugendsprache charakteristisch, sondern auch das Kanakisch. Das Kanakisch ist die Sprache der Einwanderer, die zur neuen Jugendsprache Deutschlands geworden ist.

### 4.1.3 Erwachsenensprache

Als Erwachsenensprache wird eine Sprachstufe während der menschlichen Arbeitstätigkeit bezeichnet.

### 4.1.4 Seniorensprache

Die letzte Untergruppe – „Seniorensprache“ – betrifft alte Leute, die nicht mehr berufstätig sind. Dieser Soziolekt wurde im Vergleich zu der Jugendsprache nicht

---

<sup>30</sup> Vgl. [http://www.uni-magdeburg.de/didaktik/projekte\\_student/Projektseiten/Jugendsprache/#\\_Toc163625079](http://www.uni-magdeburg.de/didaktik/projekte_student/Projektseiten/Jugendsprache/#_Toc163625079) [19.7.2013]

sehr erforscht. Für sie eine häufigere Verwendung von Archaismen und Phraseologismen typisch. Oft neigen die alten Leute zum Gebrauch von Dialekten.

## 4.2 Habituelle Soziolekte

Habituelle Gruppensprachen sind solche Soziolekte, deren Träger eine dauernde gesellschaftliche Gruppierung bilden. Diese Gruppensprachen sind „die geschlechtsspezifischen Sprechweisen oder Sexolekte<sup>31</sup> und die „klassischen“ Sondersprachen: das Rotwelsch der Schinder, Stromer, Gauner, Kunden, das Jiddische der Handelsjuden, das Jenische der Fahrensleute, das Zigeunerische (...). Manche ihrer Formen sind längst in die Alltags- und Standardsprache eingedrungen.“<sup>32</sup> (z.B. Frauensprache, Männersprache, Standes- und Schichtensprachen.

## 4.3 Temporäre Soziolekte<sup>33</sup>

Die zu dieser Gruppe gehörigen Soziolekte *„betreffen nur eine gewisse Zeit im Tages- oder Jahresablauf. Freizeitgruppen, Hobbygemeinschaften oder Ähnliche kommunizieren dabei mit eigenem Jargon oder Wortschatz oder mit diversen Berufsfachsprachen“<sup>34</sup>.*

---

<sup>31</sup> Geschlechtsspezifische Sprechweisen oder Sexolekte – z. B. Männer- oder Frauensprachen

<sup>32</sup> Ammon, Ulrich/Dittmar, Norbert/Mattheier, Klaus J./ Trudgill, Peter: Sociolinguistics/Soziolinguistik. Walter de Gruyter GmbH & Co. 2004, Berlin. ISBN 3-11-014189-2. S. 494.

<sup>33</sup> Römer, Christine/Matzke, Brigitte: *Lexikologie des Deutschen: Eine Einführung*. Gunter Narr Verlag, 2003 Tübingen. ISBN 3-8233-6128-7. S. 48-50

<sup>34</sup> <http://lexikologie.perce.de/wb/?l=C71F5158AE&v=> [18.7.2013]

## 5 Rolle der englischen Sprache im heutigen Deutsch

Die englische Sprache gilt heutzutage in der Welt als Lingua Franca<sup>35</sup>. Es ist die Sprache der Wissenschaft. Sie beeinflusst aber nicht nur die technischen Bereiche, Sport oder Kosmetik, sondern auch die Soziolekte, genauer gesagt die Jugendsprache. Nicht vergessen sollte man die Werbesprache, wo das Englisch auch eine wichtige Rolle spielt.

Manche Sprachwissenschaftler sind der Meinung, dass das Englisch durch das Phänomen der Anglizismen einen riesigen Einfluss auf die deutsche Sprache habe, so dass man schon von Denglisch oder Engleutsch sprechen könne. Man spricht nicht nur von der Anglisierung des Wortschatzes und den Wortbedeutungen, sondern auch von der Annahme von grammatischen Regeln sowie des Satzbaus.

Denglisch „ist die sicherlich übertreibende Bezeichnung für eine weitreichende, oft nur oberflächige Durchdringung der deutschen Sprache durch Anglizismen und Pseudoanglizismen.“<sup>36</sup> Für Anschaulichkeit siehe folgendes Gedicht.

### Gedicht in Denglisch

Ein Stückchen Identität,  
wertvolles Erbe geht uns verloren,  
die schöne deutsche Sprache  
für uns als Kulturschatz auserkoren.

Meine Freundin ist *mega happy*,  
ich kann sie sehr gut verstehen  
weil sie auf einem *hippen Event*  
einen *coolen* Mann gesehen.

Sie kaufte sich per *Call-by-Call*  
am *Service-Point* der Bahn  
ein *Ticket* für den *EuroNigth*-Express,  
es war das erste *Date* mit diesem Mann.

---

<sup>35</sup> Damit werden beliebige natürliche oder künstliche Sprachen wie Englisch oder Esperanto gemeint, die gewohnheitsmäßig als Sekundär- und Verkehrssprache zwischen Sprechern unterschiedlicher Sprachgemeinschaften verwendet werden.

<sup>36</sup> Jahn, Egbert: Politische Streitfragen. VS Verlag 2008, Wiesbaden. ISBN 978-3-531-15833-4. S. 115.



Er hat ein Auto mit *Head-Up-Display*,  
*Common-Rail*-Einspritzsystem  
auch mit *Dynamic Drive*,  
das wollte sie unbedingt sehn.

Immer mehr Englisch schleicht sich  
in unsere deutsche Sprache ein.  
Und alle machen mit: Werbeagenturen,  
Firmen, Medien, Behörden — muss das sein?

Weltgewandt sagt man, soll es klingen,  
eine moderne und kompetente Sache,  
ist es nicht Imponier-Gefasel,  
Worthülsen für die eigene Muttersprache?

Natürlich muss Sprache lebendig bleiben,  
um viele englische Begriffe kommen wir nicht rum,  
aber dass man ohne Fremdsprachen-Kenntnisse  
nicht mehr einkaufen kann, ist wirklich dumm.

Wirkt denn die *Anti-Aging-Solution* besser  
als eine einfache Anti-Falten-Crem,  
bringt ein *Power-Snack* mehr Energie  
als ein Müsli-Riegel? Ist das zu verstehn?

Lasst uns die deutsche Sprache  
die wir an unsere Kinder weitergeben,  
hört auf schludrig damit umzugehen  
wir können auch ohne "Denglisch" leben.<sup>37</sup>

Das Thema Denglisch ist sehr kontrovers, da diese Übernahme von Anglizismen in die deutsche Sprache die sprachwissenschaftlichen Kreise in zwei Gruppen teilt. Einerseits sehen die Linguisten keine Gefahr in der Verwendung von Anglizismen und verstehen diese Sprachveränderungen ganz natürlich (z. B. Prof. Jörg Kilian, Germanist an der Uni Kiel), andererseits warnen die anderen Sprachwissenschaftler vor der übertriebenen Verwendung, bzw. vor dem schlechten Gebrauch von Anglizismen im Deutschen.

---

<sup>37</sup> Der Verfasser ist unbekannt; <http://blog.medienecken.de/denglisch-anglizismen-englische-worter-in-der-deutschen-sprache/> [24.2.2014]

Als Beispiel kann man den Spiegel-Artikel von Mathias Schreiber erwähnen, in dem er schreibt, dass die Deutschen eine fast paranoide Lust an der Vernachlässigung und Vergrößerung des eigenen Idioms hätten. Er nennt die Denglisch-Sprecher sprachliche Masochisten, die Freude am Zerstören des eigenen Wortschatzes haben.<sup>38</sup>

Die Wirkung des Englischen beschränkt sich nicht nur auf die Entlehnungen, sondern nach dem englischen Muster auch der so genannte Calque entsteht. Ein Calque sei eine wörtliche oder freie Übersetzung wie *Taschenbuch* (*pocket book*), *Selbstbedienung* (*self-service*), *Gehirnwäsche* (*brainwash*), *Ein-Weg-Straße* (*one-way-street*), *Spitzenverkehr* (*rush hours*), *Podiumsgespräch* (*panel discussion*), *genau* (*exactly*). Wörtliche Übersetzungen betreffen auch die Phraseologismen wie *im gleichen Boot sitzen* (*to be in the same boat*), *einmal mehr* (*once more*). Manchmal wird nur die englische Wortbedeutung entnommen wie z. B. *Papier* im Sinne von Artikel, Studie, Abhandlung.<sup>39</sup>

Der starke Einfluss des Englischen hat sowohl sprachliche als auch außersprachliche Gründe. Zu den außersprachlichen können folgende Gründe gezählt werden:

- Die Besetzung Deutschlands von britischen und amerikanischen Armeen nach 1945
- Die Großmachtstellung der USA nach dem Zweiten Weltkrieg
- Die Nachahmung des amerikanischen Lebensstils

Der große Einfluss des Englischen ist auch in der technischen Entwicklung zu sehen. „*Noch nie war der Fortschritt in Technik und Naturwissenschaften so schnell wie heute. Er fordert neue Bezeichnungen für Geräte, Erfindungen, Konsumgüter u. a. (...) Besonders der Computersprache werden immer breite Schichten mächtig (... im Internet surfen, mailen, jemand ist falsch „programmiert“, hat ´nen Chip locker*).“<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Vgl. <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-49067625.html> [30.8.2013]

<sup>39</sup> Höppnerová, V.: *Trendy ve slovní zásobě současné němčiny*. Acta Oeconomica Pragensia 3/2009

<sup>40</sup> Höppnerová, V.: *Neues in der deutschen Gegenwartssprache*. Linugua Germanica 2006. S. 49.

Zu den sprachlichen Gründen wird Folgendes gezählt:

- Die englische Sprache gehört zu den germanischen Sprachen. Es ist die sprecherreichste germanische Sprache.<sup>41</sup>
- Sprachökonomische Gründe – englische Benennungen sind kurz, klar und eindeutig. Manchmal werden im Deutschen die englischen Benennungen mehr verwendet als die deutschen (*Job X Arbeit*). Nicht vergessen sollte man solche Fälle der deutschen Gegenwartssprache, in denen man ausschließlich Anglizismen verwendet (*chatten, googeln*), da Deutsch für diese Bezeichnungen keine entsprechenden Wörter hat.
- Die Anglizismen dringen durch die Soziolekte auch in die Standardsprache ein und werden dann kodifiziert (z. B. das Hobby, die Party u. a.). Die Anglizismen sind in verschiedenen Sprachgebieten zu finden:
  - **Gastronomie** (*Hamburger, Hot Dog, Pommes frites*)
  - **Sport** (*Joggen, Aerobic, Fitness, Skateboard, Paragliding, Bowling*)
  - **Mode** (*Jeans, T-Shirt, Outfit, Bikini*)
  - **Kosmetik** (*Make-up, Aftershave, Lipstick, Spray*)
  - **Freizeit** (*Caravan, Bungalow, Camp, Beautyfarm, Animateur, Wellness, relaxen*)
  - **Musik** (*Band, swingen, Keyboard, Musicbox, Sound*)
  - **Flugverkehr** (*custom and passport control, tax free, area shopping, no smoking area, der Flug ist „in delay“ oder „gecancelt“*)
  - **Fachsprachen** (*outsourcen, Global Player, Management-Buy-out, Leasing, Marketing, Business, Shareholdervalue*)<sup>42</sup>

Konkrete Beispiele von Anglizismen in den Jugendzeitschriften werden im praktischen Teil dieser Arbeit den Einfluss auf die deutsche Jugendsprache veranschaulichen.

---

<sup>41</sup> Vgl. Speyer, A.: *Germanische Sprachen. Ein vergleichender Überblick*. Vandenhoeck & Ruprecht GmbH, 2007 Göttingen, S. 127. ISBN 10: 3-525-20849-9

<sup>42</sup> Höppnerová, V.: *Trendy ve slovní zásobě současné němčiny*. Acta Oeconomica Pragensia 3/2009

## 6 Untersuchte Jugendzeitschriften

Die Hauptaufgabe dieser Diplomarbeit besteht in der Untersuchung von drei deutschen Zeitschriften, die auf die Jugendlichen orientiert sind. Im praktischen Teil werden Anglizismen (sowohl die kodifizierten, als auch die nicht kodifizierten) in Artikeln der Jugendzeitschriften Mädchen, Hey! und BRAVO analysiert.

Wegen der ständigen Entwicklung der Sprache, bzw. der Jugendsprache werden nur die maximal 3 Jahre alten Hefte analysiert, damit die erhaltenen Ergebnisse aktuell sind. Die Modewörter veralten nämlich ziemlich schnell oder gehen in eine andere Sprachschicht über.

Die Themen, mit denen sich die untersuchten Jugendzeitschriften beschäftigen, sind folgende:

- Outfits und Make-up (*Candy-Looks*<sup>43</sup>)
- Ratschläge für eine gute Figur (*Lust auf Bikini*<sup>44</sup>)
- Beziehung und Beziehungsstress (Psycho-Klapse! Keine Freunde! Keine Liebe!<sup>45</sup>)
- Musik (*One Dream, One Band, One Direction*<sup>46</sup>)
- Leben der Prominenten (*Heiße News aus Hollywood*)<sup>47</sup>
- Verschiedene Frauenthemen (*Der perfekte Kuss*<sup>48</sup>)
- Tests (*Welches Obst bist du?*<sup>49</sup>)
- Deutschland sucht den Superstar (*Wer wird Superstar 2014?*)<sup>50</sup>

---

<sup>43</sup> Mädchen Nr. 10/13, S. 32-36

<sup>44</sup> Mädchen 10/13, S. 50-53

<sup>45</sup> BRAVO Nr. 32/13, S. 30

<sup>46</sup> Hey! Nr. 06/2014, S. 22

<sup>47</sup> Hey! Nr. 08/2011, S. 22ff

<sup>48</sup> Mädchen Nr. 10/13, S. 18-20

<sup>49</sup> BRAVO Nr. 32/2013, S. 20

Nur zwei von diesen drei Zeitschriften haben ihre on-line Versionen (Mädchen, BRAVO) im Internet, die aber nicht mit den ausgedruckten Heften identisch sind. Diese Webseiten<sup>51</sup> sind in verschiedene Rubriken (Lifestyle, Stars, Job, Fun, ...) ebenso wie die gedruckten Zeitschriften gegliedert und die Artikel sind dann in jeder Rubrik nach den Ausgabedaten geordnet. Man muss also nicht die ganze Zeitschrift durchblättern, um bestimmte Artikel nach ihren Titeln zu finden. Ich habe die gedruckten Zeitschriften analysiert, damit auch Werbung, Anzeigen, Poster usw. untersucht werden können. Insgesamt wurden 492 Seiten der Jugendzeitschriften analysiert:

- Mädchen Nr. 10/13 (74 Seiten)
- Mädchen Nr. 17/13 (74 Seiten)
- Bravo Nr. 15/2012 (78 Seiten)
- Bravo Nr. 32/2013 (78 Seiten)
- Hey! Nr. 06/2014 (90 Seiten)
- Hey! Nr. 08/2011 (98 Seiten)

Die analysierten Anglizismen werden weiter nach ihrer Wortart und thematischen Bereichen gegliedert und die festgestellten Ergebnisse werden dann miteinander verglichen. Falls sich manche Wörter oder Slogans wiederholen, werden sie nur einmal als Beispiel angeführt.

#### **Gliederung nach ihrer Wortart:**

- Substantive – Einzelwort
- Substantive – Kompositum
- Adjektive und Adverbien
- Verben

---

<sup>50</sup> Hey! 06/2014, S. 10ff

<sup>51</sup> Die Webseiten: [www.BRAVO.de](http://www.BRAVO.de), [www.maedchen.de](http://www.maedchen.de); die Zeitschrift Hey! hat keine Internetseiten.

- Englische Slogans
- Interjektionen und Partikel

**Gliederung nach den thematischen Bereichen:**

- Mode und Kosmetik
- Sport
- Musik
- Technik
- Freizeit
- Essen
- Andere

Ich ging davon aus, dass die Anglizismen einen wesentlichen Teil der Pressesprache ausmachen. Die größte Anzahl der Anglizismen erwartete ich bei der Jugendzeitschrift Mädchen, da diese Zeitschrift ausschließlich auf junge Damen orientiert ist, und deshalb vermutete ich ein häufiges Vorkommen von Anglizismen aus dem Bereich Kosmetik und Mode. Auf der anderen Seite nahm ich an, dass man in dieser Zeitschrift nur selten Anglizismen aus der Computersprache oder Sport findet.

Die Zeitschriften BRAVO und Hey! sind sowohl auf Mädchen als auch auf Jungen orientiert, deshalb vermutete ich dort ein hohes Vorkommen von Anglizismen aus Sport und Technik und eine niedrigere Anzahl von Anglizismen aus den Bereichen Kosmetik und Mode. Bei allen drei Jugendzeitschriften erwarte ich eine gleiche Anzahl der Freizeit-Anglizismen.

## 7 Integration der Anglizismen in den Jugendzeitschriften

In diesem Kapitel werden Beispiele von Anglizismen in den einzelnen Jugendzeitschriften untersucht und weiter in Gruppen gegliedert:

1. Gliederung nach der Wortart in **Substantive (Einzelwörter und Komposita), Adjektive und Adverbien, Verben, Interjektionen + Partikel und englische Slogans**
2. Gliederung nach den thematischen Bereichen von Anglizismen in **Musik, Mode + Kosmetik, Technik, Sport und Freizeit**.

Die Untersuchung und Einordnung werde ich nach dem Buch *Reden, Schreiben, Präsentieren – mit Texten arbeiten* von L. Kinskofer und S. Bagehorn durchführen. In den Tabellen und Schaubildern werden folgende Abkürzungen benutzt:

### **Gliederung nach der Wortart:**

- SE = Substantive – Einzelwort
- SK = Substantive – Kompositum
- AA = Adjektive und Adverbien
- V = Verben
- ES = Englische Slogans
- IP = Interjektionen und Partikel

### **Gliederung nach thematischen Bereichen:**

- MK = Mode und Kosmetik
- S = Sport
- M = Musik
- T = Technik
- F = Freizeit
- A = Andere

Die Liste der Anglizismen wird zum Bestandteil des Anhangs. Nur einige von ihnen sind in den Unterkapiteln (7.1, 7.2 und 7.3) angeführt. Die deutschen Äquivalente werden der Website [www.duden.de](http://www.duden.de) entnommen.

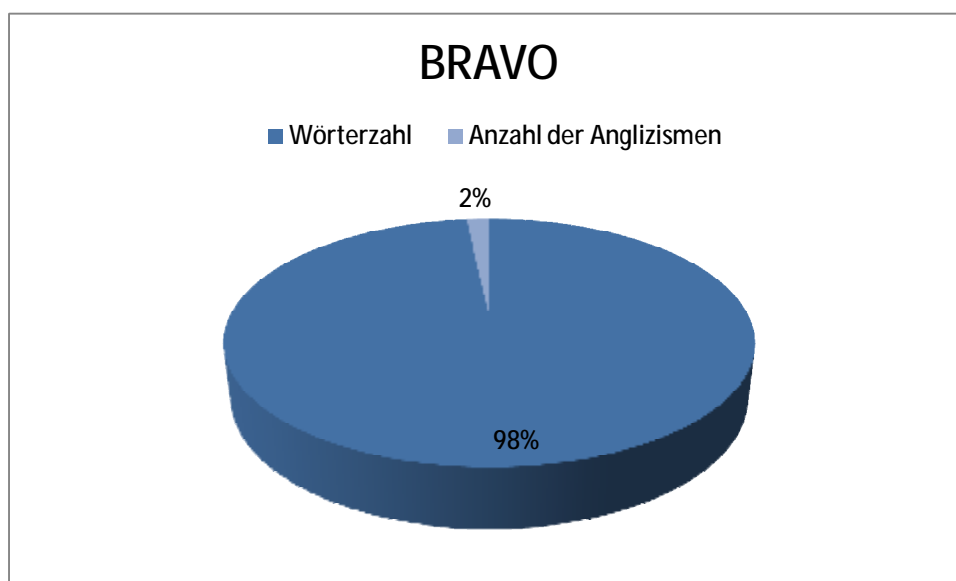
## 7.1 BRAVO

Es wurden zwei Nummern des BRAVO-Magazins analysiert, und zwar Nr. 15/2012 und Nr. 32/2013. Insgesamt wurden **156 Seiten** mit Artikeln, Anzeigen und Postern untersucht. Es wurden **826** Anglizismen festgestellt. Daraus ergibt sich, dass man in dieser Jugendzeitschrift zirka **5 Anglizismen pro Seite** finden kann. Sie **2 % der BRAVO-Pressesprache** bilden.

**Tabelle Nr. I** – Anzahl der Anglizismen in der Zeitschrift BRAVO

BRAVO	
Anzahl der Anglizismen	826
Seitenzahl	156
Anzahl der Anglizismen pro Seite	5,3

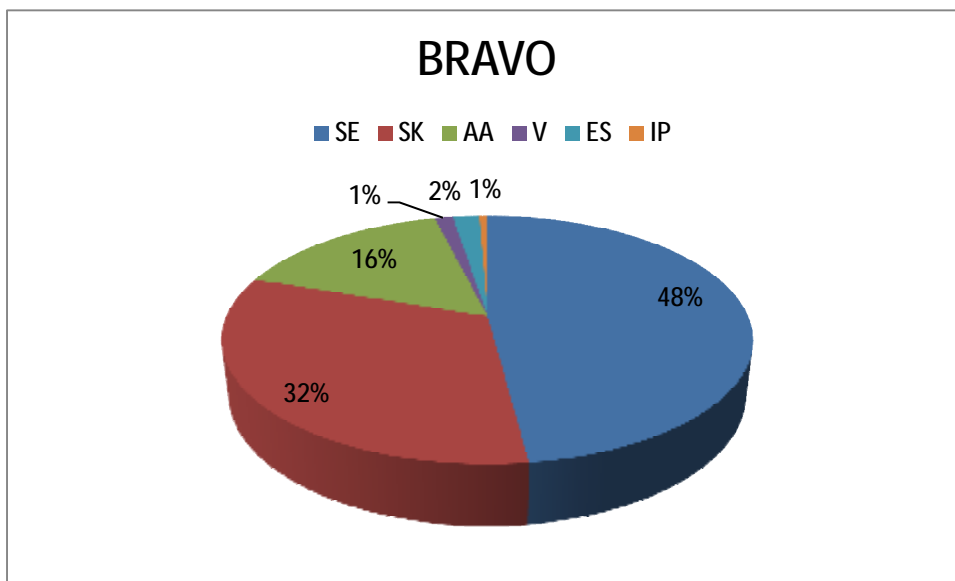
**Diagramm Nr. I** – Prozentuelle Vertretung der Anglizismen in BRAVO





Das folgende Schaubild (siehe Diagramm Nr. II) gibt Auskunft darüber, wie die prozentuelle Gliederung der Anglizismen nach ihrer Wortart aussieht. Die größte Gruppe von Anglizismen waren die Einzelwörter mit 48% und die zweitgrößte Gruppe die Komposita aussieht (32 %). In der Tabelle Nr. II sind die konkreten Zahlen der Anglizismen zu sehen.

**Diagramm Nr. II – Prozentuelle Gliederung der Anglizismen nach Wortart**



**Tabelle Nr. II – Gliederung der Anglizismen nach Wortart in konkreten Zahlen**

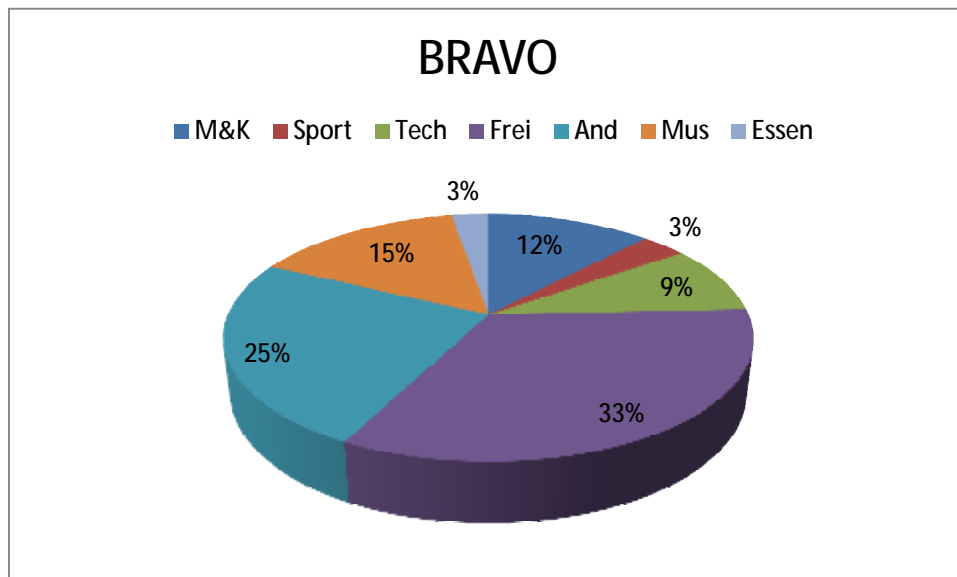
BRAVO	
Substantive – Einzelwort	396
Substantive – Kompositum	267
Adjektive und Adverbien	131
Verben	11
englische Slogans	16
Interjektionen und Partikel	5

Aus der Tabelle Nr. III und dem Kuchendiagramm Nr. III geht hervor, wie viele Anglizismen in den untersuchten Zeitschriften BRAVO (Nr. 15/2012 und Nr. 32/2013) nach ihren thematischen Bereichen gefunden wurden. Der Anschaulichkeit halber werden einige Beispiele der Anglizismen unter dem Diagramm III. angeführt.

**Tabelle Nr. III** – Gliederung der Substantive nach thematischen Bereichen in konkreten Zahlen

BRAVO	
Mode und Kosmetik	80
Sport	22
Technik	59
Freizeit	221
Anderes	162
Musik	101
Essen	18

**Diagramm Nr. III** – prozentuelle Gliederung der Substantive nach thematischen Bereichen



### **Mode und Kosmetik**

1. Accessoires = moderne Aufputze (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 25)
2. die Bade-Shorts = die Badehose (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 20)
3. die Wedges = die Schuhe mit Keilabsatz (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 56)
4. das Styling = durch Frisur, Kleidung, Kosmetik bestimmte Aufmachung eines Menschen (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 56)
5. die Fashion = die Mode (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 29)
6. das Outfit = die Kleidung (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 7)

## **Sport**

1. das Training = eine planmäßige Durchführung von Übungen (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 66)
2. der Whirlpool = Bassin mit warmem, durch Düsen in brodelnde Bewegung gebrachtem Wasser (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 24)
3. das Motocross = das Motorradrennen (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 58)
4. der Cheerleader = eine Gruppe Frauen, die bei Sportveranstaltungen ihr Team unterstützt (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 61)
5. der Basketball = ein Teamspiel (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 51)
6. der Teamplayer = ein im Team arbeitender Mensch (BRAVO, Nr. 32/2013, S.52)

## **Technik**

1. das Smartphone – ein Handy (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 6)
2. die Software – z.B. Betriebssystem und andere Computerprogramme (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 63)
3. das iPhone – mobiles Taschengerät zum Telefonieren, Surfen im Internet u. a. (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 77)
4. die DVD = ein Datenträger, digitale vielseitig verwendbare Disc (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 5)
5. das TV = das Fernsehen (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 5)
6. die Harley-Davidson-Fourty-Eight = ein Motorrad (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 32)

## **Freizeit**

1. das Dinner-Date = eine Verabredung zum Abendessen (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 19)
2. der Mega-Fun = ein großer Spaß (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 24)
3. die Shopping-Tour = eine Rundgang durch Geschäfte (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 19)
4. die Pool-Party = ein Fest beim Swimmingpool (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 14)
5. der Nachtclub = das Nachtlokal (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 8)
6. die TV-Show = eine Schau im Fernsehen (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 22)

## **Musik**

1. das Keyboard = ein elektronisches Tasteninstrument (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 24)
2. die Boyband = die aus Jungen zusammengesetzte Musikgruppe (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 5)
3. der DJ = der Discjockey (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 3)
4. der Soundtrack = die Filmmusik (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 74)
5. der Frontmann = die führende Person einer Musikgruppe (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 29)
6. die/der Battle = Wettstreit beim Rap (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 77)

## **Essen**

1. die Frucht-Cocktails = ein Mixgetränk mit Früchten (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 20)
2. der Cupcake = kleine gebackene Torte (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 25)
3. der Lollipop = der Lutscher (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 25)
4. das Softeis = sahniges Speiseeis (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 25)
5. das Catering = Beschaffung von Lebensmitteln, Verpflegung (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 53)
6. das Sandwich = zwei zusammengeklappte belegte Brotscheiben (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 14)

## **Anderes**

1. View = die Aussicht (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 3)
2. die Security = das Sicherheitsteam (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 6)
3. der Alien = der Außenseiter (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 19)
4. das Highlight = der Höhepunkt (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 25)
5. das Sandwich-Kind = das mittlere Kind (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 50)
6. die Bodyguard = die Leibwache (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 5)

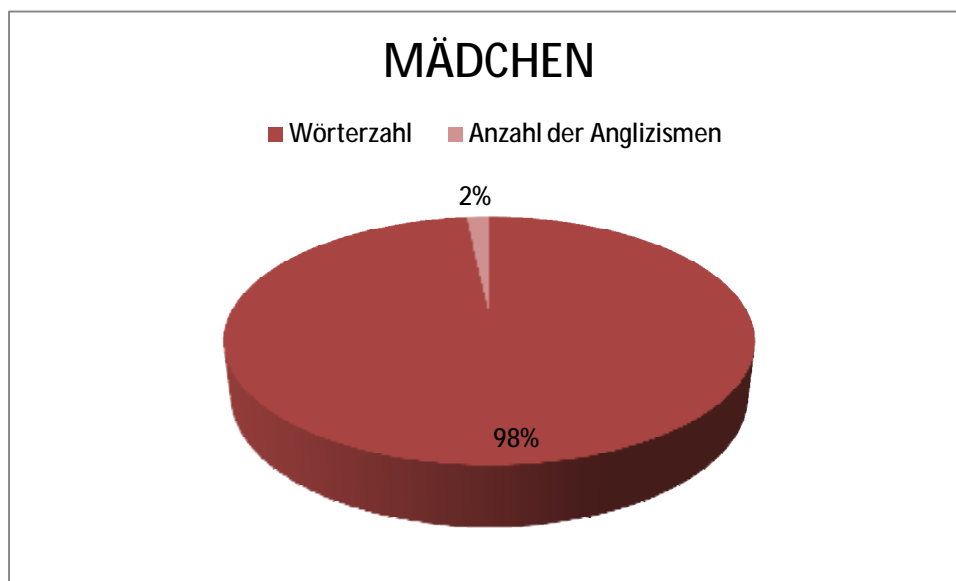
## 7.2 MÄDCHEN

Neben der Zeitschrift BRAVO wurden auch zwei Nummern der Zeitschrift **Mädchen** analysiert– Nr. 10/13 und 17/13, insgesamt **148 Seiten**. Auf diesen 148 Seiten wurden **972 Anglizismen** gefunden. Daraus geht hervor, dass in Mädchen **zwischen 6 und 7** Anglizismen auf einer Seite sind. Und genauso wie in BRAVO bilden sie 2% der Pressesprache.

**Tabelle Nr. IV** - Anzahl der Anglizismen in der Zeitschrift Mädchen

MÄDCHEN	
Anzahl der Anglizismen	972
Seitenzahl	148
Anzahl der Anglizismen pro Seite	6,6

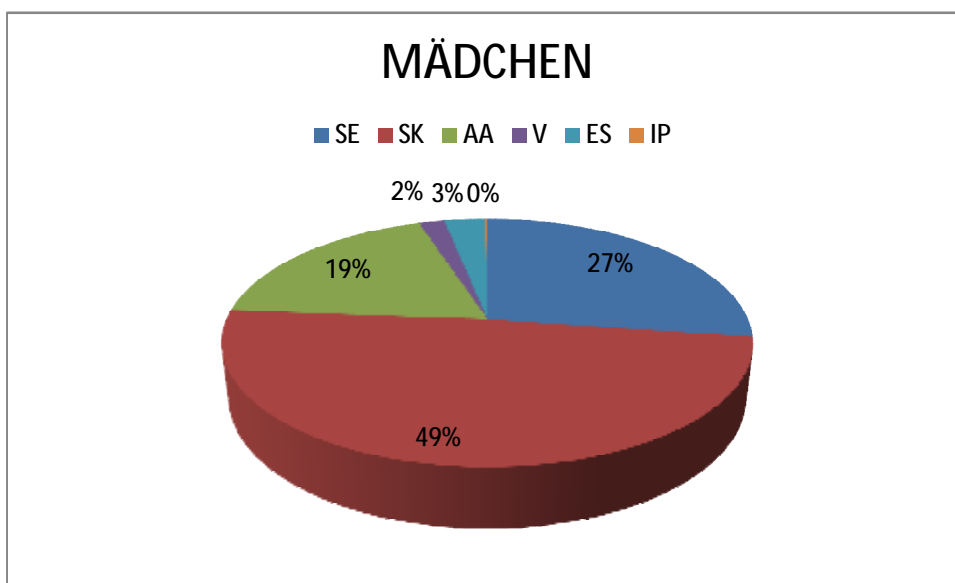
**Diagramm Nr. IV** - Prozentuelle Vertretung der Anglizismen in Mädchen



Das Thema des Schaubildes Nr. V ist die „*Prozentuelle Gliederung der Anglizismen nach Wortart*“. Obwohl die Anglizismen wie in BRAVO in 2% vorkommen, sieht die Gliederung nach ihrer Wortart ein bisschen anders aus. Die größte Gruppe der

Anglizismen bilden nämlich die Komposita und erst auf dem zweiten Platz stehen die Einzelwörter. Daraus ergibt sich, dass in dieser Zeitschrift mehr Modewörter in Form Komposita als in der Zeitschrift BRAVO vorkommen (BRAVO – 32 %, Mädchen – 49 %). Die Komposita sind vor allem im Bereich Mode und Kosmetik zu finden (BRAVO – 12 %, Mädchen 41 %) <sup>52</sup>. Die konkreten Zahlen sind in Tabelle Nr. V zu sehen.

**Diagramm Nr. V** - Prozentuelle Gliederung der Anglizismen nach Wortart



**Tabelle Nr. V** – Gliederung der Anglizismen nach Wortart in konkreten Zahlen

MÄDCHEN	
Substantiv – Einzelwort	265
Substantiv – Kompositum	476
Adjektive und Adverbien	182
Verben	18
englische Slogans	29
Interjektionen und Partikel	2

<sup>52</sup> siehe Tabelle Nr. VI und Diagramm Nr. VI

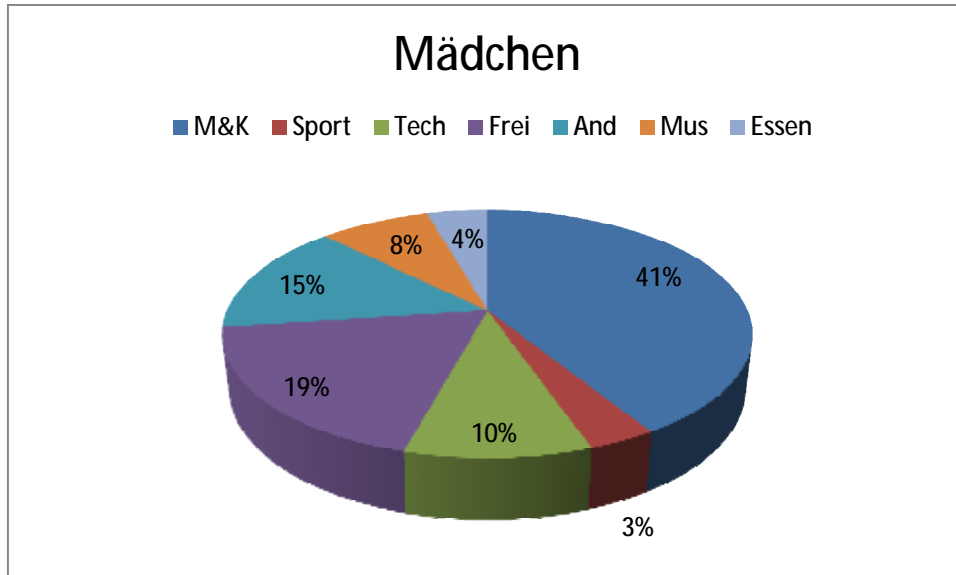
Der folgenden Tabelle Nr. VI und dem Kuchendiagramm Nr. VI ist zu entnehmen, wie viele Anglizismen in den untersuchten Zeitschriften Mädchen nach ihren thematischen Bereichen gefunden wurden. Der Anschaulichkeit halber werden, wie auch im vorigen Kapitel, im Diagramm Nr. VI einige Beispiele der Anglizismen erwähnt. Im Vergleich zu BRAVO sehen die Ergebnisse ganz anders aus.

Wie schon erwähnt wurde befinden sich in der Zeitschrift Mädchen mehr Substantive vom Bereich Mode und Kosmetik. Dieser Themenbereich bildet dort nämlich die dominanteste Gruppe von Anglizismen (41 %). Im Vergleich zu Mädchen ist die dominanteste Gruppe von Anglizismen im BRAVO der Themenbereich Freizeit (33 %). Der Grund dafür ist die Orientierung der Zeitschriften. Für die Zeitschrift Mädchen stellen ausschließlich Mädchen und Frauen die Zielgruppe dar, aber für BRAVO sind die Zielgruppen sowohl Mädchen als auch Jungen und dieser Tatsache entspricht auch die Themenwahl.

**Tabelle Nr. VI** – Gliederung der Substantive nach ihren thematischen Bereichen in konkreten Zahlen

MÄDCHEN	
Mode und Kosmetik	305
Sport	26
Technik	71
Freizeit	138
Anderes	108
Musik	60
Essen	33

**Diagramm Nr. VI** – prozentuelle Gliederung der Substantive nach ihren thematischen Bereichen



### **Mode und Kosmetik**

1. *die Loafers* = die Schuhe (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
2. *die Chubby Sticks* = ein Typ von Lippenstift (Mädchen Nr. 10/13, S. 5)
3. *der Look* = das Aussehen (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
4. *die Leggings* = die Hose (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
5. *der Concealer* = der Abdeckstift (Mädchen Nr. 10/13, S. 36)
6. *der Cardigan* = eine Jacke (Mädchen Nr. 10/13, S. 49)

### **Sport**

1. *das Yoga* = eine Sportart (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
2. *der Pool* = das Bassin (Mädchen Nr. 17/13, S. 15)
3. *der Surfer* = jemand, der Surfen betreibt (Mädchen Nr. 17/13, S. 30)
4. *das Forming* = die Formierung (Mädchen Nr. 17/13, S. 47)
5. *der Fitness-Coach* = der Fitness-Trainer (Mädchen Nr. 10/13, S. 54)
6. *das Antigravity-Yoga* (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)



## **Technik**

1. der Account = Zugangsberechtigung (Mädchen Nr. 17/13, S. 65)
2. das Internet = ist ein weltweiter Verbund von Rechnernetzwerken (Mädchen Nr. 10/13 S. 16)
3. das WhatsApp = Applikation für Handys (Mädchen Nr. 10/13, S. 16)
4. das Display = der Bildschirm (Mädchen Nr. 10/13, S. 30)
5. der Blog = ein Tagebuch im Internet (Mädchen Nr. 17/13, S. 6)
6. die Digicam = Fotoapparat, der die Bilder in digitaler Form speichert (Mädchen Nr. 17/13, S. 6)

## **Freizeit**

1. das Date = das Treffen, die Verabredung (Mädchen Nr. 10/13, S. 3)
2. das Picknick = Verzehr mitgebrachter Speisen im Freien (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
3. das Shoppen = das Einkaufen (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
4. das Entertainment = das Vergnügen/die Unterhaltung (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
5. das Camp = der Zeltlager (Mädchen Nr. 17/13, S. 15)
6. die Smartshopperin = die Käuferin, die günstige Preise von Sonderangeboten nutzt (Mädchen Nr. 10/13, S. 11)

## **Musik**

1. der Song = das Lied (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
2. der Mixtape = eine selbsterstellte Zusammenstellung von Liedern (Mädchen Nr. 17/13, S. 4)
3. die Singer-Songwriterin = eine Künstlerin, die Lieder singt, die sie selbst komponiert und getextet hat (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
4. der Hardrock = ein Musikgenre (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
5. der Musikmix = die Musikmischung (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
6. die Girlband = die aus Mädchen zusammengesetzte Musikgruppe (Mädchen Nr. 10/13, S. 29)

## Essen

1. *leckere Cupcakes* = leckere kleine Kuchen (Mädchen Nr. 10/13, S. 3)
2. *der Hotdog* = in ein Brötchen gelegtes heißes Würstchen mit Senf (Mädchen Nr. 17/13, S. 18)
3. *der Smoothie* = kaltes Mixgetränk aus Obst und Milchprodukten (Mädchen Nr. 17/13, S. 5)
4. *das Sandwich* = zwei zusammengeklappte belegte Brotscheiben (Mädchen Nr. 17/13, S. 19)
5. *das Muffin-Blech* = ein Blech, das für das Backen der Muffins geeignet ist (Mädchen Nr. 10/13 S. 25)
6. *der Vitamin-Drink* = das Vitamin-Getränk (Mädchen Nr. 10/13, S. 27)

## Anderes

1. *der Hormonflash* = eine genaue Definition fehlt; ein intensives, nicht alltägliches Gefühl<sup>53</sup> (Mädchen Nr. 10/13, S. 62)
2. *das Cover-Mädchen* = Mädchen auf der Titelseite (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
3. *der Comics-Held* = männliche Hauptperson eines Comics (Mädchen Nr. 17/13, S. 9)
4. *das Supermodel* = ein berühmtes Mannequin (Mädchen Nr. 17/13, S. 16)
5. *die Township* = von Farbigen bewohnte städtische Siedlung in Südafrika (Mädchen Nr. 17/13, S. 30)
6. *der Wachstum-Booster* = der Wachstum-Unterstützer (Mädchen Nr. 17/13, S. 46)

---

<sup>53</sup> [http://delite.jobs/hw/de/s\\_Erfolgsfaktor.pdf](http://delite.jobs/hw/de/s_Erfolgsfaktor.pdf) (10.6.2014)

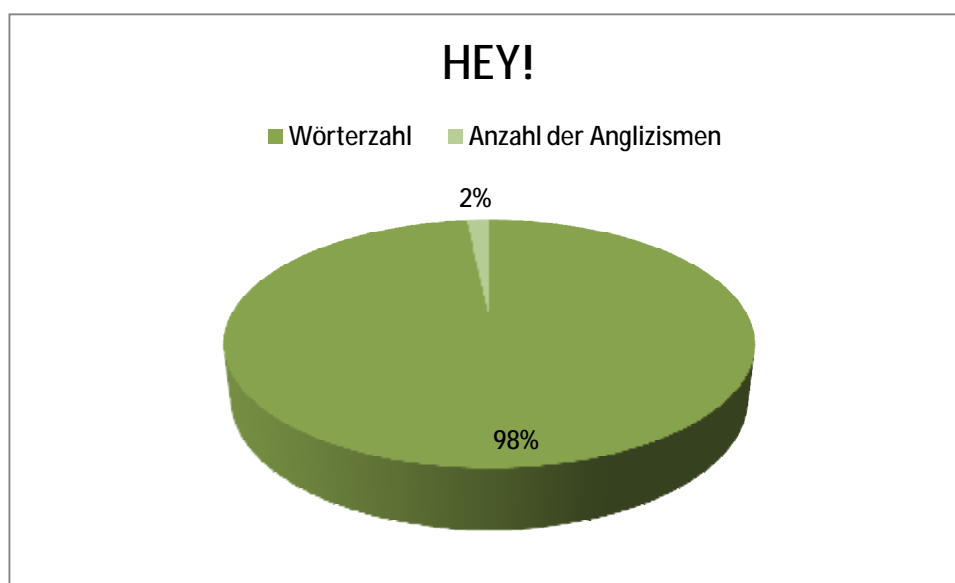
### 7.3 HEY!

Die dritte der in dieser Diplomarbeit analysierten Zeitschrift heißt **Hey!** Wie bei den vorigen Zeitschriften wurden zwei Nummern exzerpiert – Nr. 08/2011 und Nr. 06/2014. Auch bei Hey! die Anglizismen **2%** der Pressesprache bilden, da die Exemplare der Zeitschrift **189 Seiten** haben, in denen **794 Anglizismen** gefunden wurden.

**Tabelle Nr. VII** – Anzahl der Anglizismen in der Zeitschrift Hey!

HEY!	
Anzahl der Anglizismen	794
Seitenzahl	189
Anzahl der Anglizismen pro Seite	4,2

**Diagramm Nr. VII** – Prozentuelle Vertretung der Anglizismen in Hey!

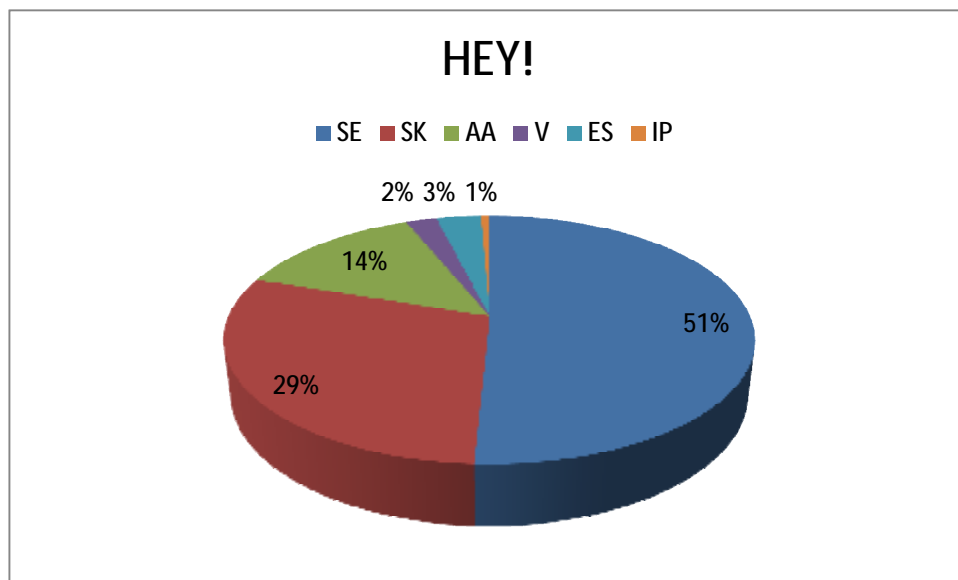


Das Schaubild Nr. VIII und die Tabelle Nr. VIII liefern Informationen über die prozentuelle Gliederung der Anglizismen nach ihrer Wortart. Die größte Gruppe der Anglizismen bilden die Einzelwörter, ebenso wie im BRAVO-Magazin. Es geht um mehr als die Hälfte der gesamten Zahl der Anglizismen.

**Tabelle Nr. VIII** – Gliederung der Anglizismen nach Wortart in konkreten Zahlen

HEY!	
Substantiv – Einzelwort	403
Substantiv – Kompositum	234
Adjektive und Adverbien	108
Verben	18
Englische Slogans	26
Interjektionen und Partikel	5

**Diagramm Nr. VIII** – prozentuelle Gliederung der Anglizismen nach Wortart

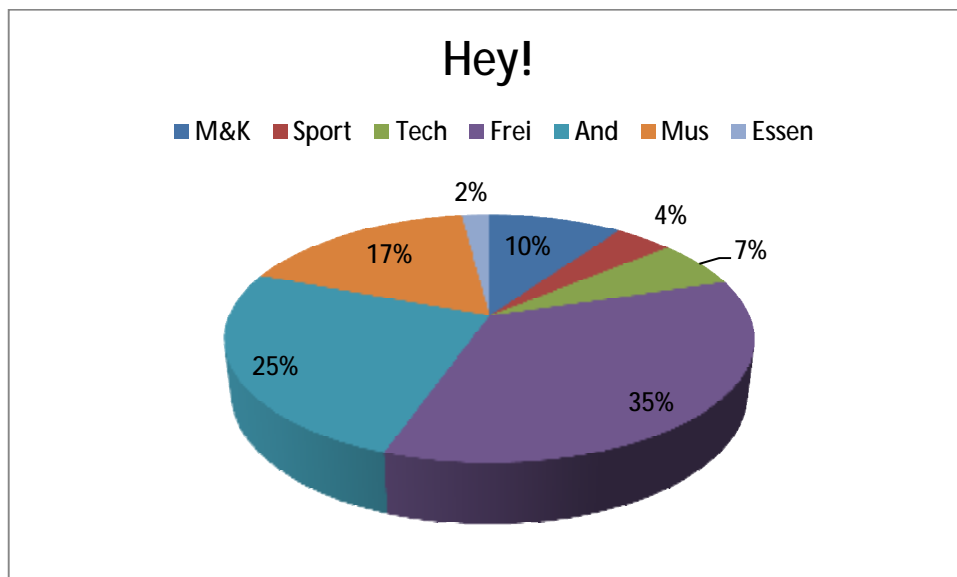


Die Tabelle Nr. IX und das Kuchendiagramm Nr. IX geben Auskunft über die Gliederung der Substantive nach thematischen Bereichen. Die Ergebnisse der Analyse sind ähnlich wie bei der Zeitschrift BRAVO.

**Tabelle Nr. IX** – Gliederung der Substantive nach ihren thematischen Bereichen in konkreten Zahlen

HEY!	
Mode und Kosmetik	62
Sport	27
Technik	40
Freizeit	224
Anderes	161
Musik	110
Essen	13

**Diagramm Nr. IX** – prozentuelle Gliederung der Substantive nach thematischen Bereichen



### **Mode und Kosmetik**

1. *das T-Shirt* = ein Kleidungsstück (Hey! Nr. 06/2014, S. 71)
2. *der Sixpack* = der Waschbrettbauch (Hey! Nr. 06/2014, S. 68)
3. *das Make-up* = kosmetische Präparate, die der Verschönerung dienen (Hey! Nr. 06/2014, S. 74)
4. *der All-Day-Look* = das Aussehen für jede Gelegenheit (Hey! Nr. 06/2014, S. 76)

5. der Eyeliner = flüssiges Kosmetikum zum Ziehen eines Lidstriches (Hey! Nr. 06/2014, S. 76)
6. der Trendscout = jemand, der Trends nachspürt (Hey! Nr. 08/2011, S. 81)

### **Sport**

1. der Coach = der Trainer (Hey! Nr. 06/2014, S. 74)
2. das Rugby = ein Kampfspiel mit eiförmigem Ball (Hey! Nr. 06/2014, S. 22)
3. der Move = die Bewegung (Hey! Nr. 06/2014, S. 17)
4. das Cool-down = Gesamtheit von Übungen am Ende einer Trainingseinheit (Hey! Nr. 06/2014, S. 6)
5. der Fitness-Move = eine Fitness-Bewegung (Hey! Nr. 06/2014, S. 5)
6. der Sport-Event = besonderes Sport-Ereignis (Hey! Nr. 08/2011, S. 93)

### **Technik**

1. der Flatscreen (der Flatscreen-Fernseher) = ein Flachbildschirmfernseher (Hey! Nr. 06/2014, S. 9)
2. der/das Blu-ray = ein Datenträger (Hey! Nr. 08/2011, S. 24)
3. die Networks (social) = Vernetzungen mehrerer Sender zu großflächiger Verteilung (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)
4. der Shitstorm = Sturm der Entrüstung in einem Kommunikationsmedium (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)
5. Cyber-Bullys = Leute, die anonym im Netz lästern (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)
6. der Speaker = der Lautsprecher (Hey! Nr. 06/2014, S. 24)

### **Freizeit**

1. der Joke = der Witz (Hey! Nr. 06/2014, S. 3)
2. die Friends = die Freunde (Hey! Nr. 06/2014, S. 12)
3. die Family = die Familie (Hey! Nr. 06/2014, S. 15)
4. das/der Movie = der Film (Hey! Nr. 06/2014, S. 20)
5. die City = die Stadt (Hey! Nr. 06/2014, S. 70)
6. das Dinner = das Abendessen (Hey! Nr. 06/2014, S. 88)

## Musik

1. der Soundtrack = die Filmmusik (Hey! Nr. 08/2011, S. 83)
2. das Playback = bei Aufzeichnungen bzw. Sendungen nach dem Play-back-Verfahren verwendete Tonaufnahme (Hey! Nr. 06/2014, S. 15)
3. der Gig = Auftritt einer Band (Hey! Nr. 06/2014, S. 89)
4. die Aftershowparty = eine nach einem Konzert oder einer Show stattfindende Party (Hey! Nr. 08/2011, S. 11)
5. die Band = die Musikgruppe (Hey! Nr. 06/2014, S. 23)
6. R'n B-Queen = Königin eines bestimmten Musikgenre (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)

## Essen

1. das Popcorn = der Puffmais (Hey! Nr. 06/2014, S. 69)
2. die Fastfood-Kette = eine Kette von Schnellgaststätten (Hey! Nr. 06/2014, S. 75)
3. der/das Ketchup = die Tomatensoße (Hey! Nr. 06/2014, S. 69)
4. die Frucht-Cocktails = Mixgetränke mit Früchten (Hey! Nr. 08/2011, S. 15)
5. der Fastfood = Schnellimbiss (Hey! Nr. 06/2014, S. 75)
6. der Snack = der Imbiss (Hey! Nr. 08/2011, S. 14)

## Anderes

1. das No-Go = das Tabu (Hey! Nr. 06/2014, S. 16)
2. der/das Blackout = zeitweiliger Ausfall des Seh- und Erinnerungsvermögens (Hey! Nr. 06/2014, S. 73)
3. das Mobbingopfer = jemand, der gemobbt wird (Hey! Nr. 06/2014, S. 73)
4. der Hottie = ein sexy aussehender Junge/Mann (Hey! Nr. 06/2014, S. 89)
5. das Must-See = etwas, was man wirklich sehen muss (Hey! Nr. 06/2014, S. 3)
6. das Must-Have = etwas, was man wirklich haben muss (Hey! Nr. 06/2014, S. 3)

## 8 Korpusanalyse

Die Aufgabe dieses Kapitels ist morphologischen Regeln aus dem untersuchten Material abzuleiten.

### 8.1 Substantive

Die Substantive bilden die größte Gruppe der Anglizismen in allen drei Zeitschriften (BRAVO – 663x, Mädchen – 741x, Hey! – 637x). Sie werden großgeschrieben wie alle Substantive in der deutschen Sprache, haben ein Genus und fast immer sowohl den Singular als auch den **Plural**<sup>54</sup>, **der mit der Endung –s** gebildet wird:

- die News = die Nachrichten (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 4)
- die Fans = die Anhänger (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
- die Trends = eine Richtung der Mode (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
- die Girls = die Mädels (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
- die Accessoires = moderne Aufputze (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)

Es existieren ein paar Ausnahmen, denn einige Substantive haben nur die Singular- oder Pluralform. **Nur im Singular** kommen folgende Wörter vor:

- das Internet = ist ein weltweiter Verbund von Rechnernetzwerken (Mädchen Nr. 10/13 S. 16)
- das Facebook = ein soziales Netzwerk (Mädchen Nr. 10/13 S. 16)
- der Hardrock = ein Musikgenre (Mädchen Nr. 10/13 S. 28)
- der Sex = der Geschlechtsverkehr (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 3)

**Nur im Plural** kommen vor allem die Substantive aus dem Bereich Mode vor:

- die Leggings = die Hose (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
- die Twins = die Zwillinge (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 68)
- die Shorts = die Kurzhose (Mädchen Nr. 10/13, S. 57)
- die Rollerskates = die Rollschuhe (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
- die Sneakers = die Schuhe (Mädchen Nr. 10/13, S. 27)

---

<sup>54</sup> Die Ausnahme sind die Singularia Tantum und Pluralia Tantum



Die Substantive wurden bei der Analyse in zwei Untergruppen weiter gegliedert – in Einzelwörter und Komposita, wobei die Komposita weiter in Mischbildungen und englische Komposita gegliedert wurden.

### **Beispiele der Einzelwörter:**

- das Image = die Reputation, das Renommee (Mädchen Nr. 10/13, S. 26)
- der Boy = der Junge (Mädchen Nr. 10/13, S. 21)
- der Look = das Aussehen (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
- der Shop = das Geschäft (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
- die Bag = die Tasche (Mädchen Nr. 10/13, S. 6)

### **Beispiele der Mischbildungen**

- der Traumboy = der Traumjunge (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
- der Star-Duft = ein Duft, der von Prominenten verwendet wird (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
- die Style-Ecke = eine Rubrik über Mode (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
- die Konzert-Tickets = die Konzert-Karten (Hey! Nr. 08/2011, S. 10)
- das Mobbingopfer = jemand, der gemobbt wird (Hey! Nr. 06/2014, S. 73)

### **Beispiele der englischen Komposita**

- der Soundtrack = die Filmmusik (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 74)
- der Crashtest = Test, mit dem das Unfallverhalten von Kraftfahrzeugen ermittelt wird (Hey! Nr. 08/2011, S. 26)
- das Newcomer-Duell = ein Kampf zwischen zwei Neulingen (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 3)
- die Aftershowparty = eine nach einem Konzert oder einer Show stattfindende Party (Hey! Nr. 08/2011, S. 11)
- der Songwriter = jemand, der Liedertexte schreibt (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)

Die Anglizismen werden im Deutschen oft aus sprachökonomischen Gründen verwendet, da ihre deutschen Äquivalente länger sind. Man unterscheidet Anglizismen, die ein deutsches Äquivalent haben, und Anglizismen, die ihr Äquivalent zwar haben, aber trotzdem häufiger verwendet werden, da die Verwendung von Anglizismen moderner und attraktiver sind.

### **Substantive, die kein Äquivalent haben im Deutschen:**

- der Gentleman = Mann von Anstand, Lebensart und Charakter (Mädchen Nr. 10/13 S. 41)
- das Picknick = Verzehr mitgebrachter Speisen im Freien (Mädchen Nr. 10/13 S. 41)
- die Mail = eine über Computer empfangene Nachricht (Mädchen Nr. 17/13 S. 17)
- der Rapper = jemand, der rappt (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 66)
- der Cheerleader = eine Gruppe Frauen, die bei Sportveranstaltungen ihr Team unterstützt (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 61)

### **Anglizismen, die ein deutsches Äquivalent haben:**

- das Ticket = die Eintrittskarte (Mädchen Nr. 10/13, S. 31)
- der Service = der Kundendienst (Mädchen Nr. 10/13, S. 27)
- das Camp = der Zeltlager (Mädchen Nr. 17/13, S. 15)
- der Job = die (vorübergehende) Arbeit (Mädchen Nr. 17/13, S. 22)
- der Fastfood = Schnellimbiss (Hey! Nr. 06/2014, S. 75)

Ein weiteres Phänomen der Sprache in den deutschen Jugendzeitschriften waren die englischen Wörter auf **-ing** und die häufig zu beobachtenden Abkürzungen.

### **Beispiele der Anglizismen auf -ing:**

- das Looping = Flug, bei dem das Flugzeug einen vertikalen Kreis umschreibt (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 70)
- das Shooting = das Fotografieren (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 3)

- das Catering = Beschaffung von Lebensmitteln (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 53)
- das Training = eine planmäßige Durchführung von Übungen (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 66)
- das Nordic Walking = Gehweise mit hüfthohen Stöcken (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 51)

#### **Beispiele für Abkürzungen:**

- die BBF ( best friend forever) = die ABF (allerbester Freund im Mädchen Nr. 10/13, S. 70)<sup>55</sup>
- WTF? = Was zum Teufel? (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)
- der SMS = eine Kurznachricht (Mädchen Nr. 17/13, S. 17)
- die DVD = ein Datenträger, digitale vielseitig verwendbare Disc (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 5)
- das TV = das Fernsehen (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 5)

Nicht vergessen sollte man die Pseudoanglizismen<sup>56</sup>, die im Vergleich zu den Wörtern auf -ing und Abkürzungen seltener vorkommen.

#### **Beispiele der Pseudoanglizismen:**

- der All-Day-Look = das Aussehen für jede Gelegenheit (Hey! Nr. 06/2014, S. 76)
- der Partnerlook = Art der Kleidung, bei der Paare Kleidungsstücke gleicher Farbe und Form tragen (Hey! Nr. 06/2014, S. 76)
- der Handy-Check = eine Handy-Kontrolle von Partner (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 49)
- das Handy = das Mobiltelefon (Hey! Nr. 08/2011, S. 92)
- der Barkeeper = der Barmann (Hey! Nr. 08/2011, S. 15)

---

<sup>55</sup> Der Anglizismus „die BBF“ hat sein deutsches Äquivalent „die ABF“ (allerbeste Freundin)

<sup>56</sup> Pseudoanglizismus = ein Wort aus englischen Elementen, das im Englischen aber nicht existiert.

Eine kompliziertere Situation entsteht bei der Genuszuordnung der englischen Entlehnungen, die nicht zufällig ist. Man spricht von der semantischen (lexikalischen) und morphologischen Analogie<sup>57</sup>.

Die Definition der semantischen Analogie lautet: „*Das Genus der englischen Entlehnungen richtet sich nach der semantisch möglichst naheliegenden deutschen Entsprechung.*“<sup>58</sup>

### **Maskulina:**

- der Fan = der Anhänger (Mädchen Nr. 10/13, S. 65)
- der Dad = der Vati (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
- der Shock = der Schreck (Mädchen Nr. 10/13, S. 42)
- der Style = der Stil (Mädchen Nr. 10/13, S. 11)
- der Kick = der Stoß mit dem Fuß (Mädchen Nr. 17/13, S. 22)
- der Crash = der Zusammenstoß (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 27)

### **Feminina:**

- die Mascara = die Wimpertusche (Mädchen Nr. 10/13, S. 36)
- die City = die Stadt (Hey! Nr. 06/2014, S. 70)
- die Beauty = die Schönheit (Mädchen Nr. 10/13, S. 31)
- die Show = die Schau (Mädchen Nr. 10/13, S. 30)
- die Queen = die Königin (Mädchen Nr. 10/13, S. 37)
- die Story = die Geschichte (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)

### **Neutra:**

- das Girl = das Mädchel (Mädchen Nr. 10/13, S. 55)
- das Shampoo = das Schampon (Mädchen Nr. 10/13, S. 49)
- das Display = der Bildschirm (Mädchen Nr. 10/13, S. 30)

---

<sup>57</sup> Vgl. Kratochvílová, I.: Zur Problematik der Genuszuordnung englischer Entlehnungen in der deutschen Gegenwartssprache, in Sborník prací Filozofické fakulty Brněnské univerzity Studia Minora Facultatis Philosophicae Universitas Brunensis R 5, 2000. S. 67.

<sup>58</sup> Kratochvílová, I.: Zur Problematik der Genuszuordnung englischer Entlehnungen in der deutschen Gegenwartssprache, in Sborník prací Filozofické fakulty Brněnské univerzity Studia Minora Facultatis Philosophicae Universitas Brunensis R 5, 2000. S. 68.

- das Package = das Paket (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
- das Shirt = das Hemd (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 13)
- das Pic = (picture) das Bild (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 3)

Die Regel gilt aber nicht immer z. B.:

- der Song = das Lied (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
- das Tattoo = die Tätowierung (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 14)
- die Attacke = der Angriff (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 7)

Bei der morphologischen Analogie (auch suffixale Analogie genannt) vollzieht sich die Genuszuordnung überwiegend aufgrund der Ähnlichkeit der in beiden Sprachen existierenden jeweiligen Suffixe (-er, -ent, -ist u. a.)<sup>59</sup>.

#### **Maskulina** (-er-Gruppe):

- der Reminder = die Mahnung (Mädchen Nr. 10/13, S. 5)
- der Concealer = der Abdeckstift (Mädchen Nr. 10/13, S. 36)
- der Shopper = eine größere Tasche (Mädchen Nr. 17/13, S. 13)
- der Surfer = jemand, der Surfing betreibt (Mädchen Nr. 17/13, S. 30)
- der Curler = ein Gerät, das Locken macht (Mädchen Nr. 17/13, S. 58)

#### **Feminina** (-ness-Gruppe):

- die Coolness = das Coolsein, die Ruhe (Mädchen Nr. 17/13, S. 54)
- die Fitness = gute körperliche Verfassung (Mädchen Nr. 10/13, S. 54)

Aber in der Zeitschrift Hey! wurde eine Ausnahme gefunden:

- das Showbusiness = die Unterhaltungsindustrie (Hey! Nr. 08/2011, S. 10)

---

<sup>59</sup> Vgl. Kratochvílová, I.: Zur Problematik der Genuszuordnung englischer Entlehnungen in der deutschen Gegenwartssprache, in Sborník prací Filozofické fakulty Brněnské univerzity Studia Minora Facultatis Philosophicae Universitas Brunensis R 5, 2000. S. 68

**Neutra (-ing-Gruppe)<sup>60</sup>:**

- das Fotoshooting = das Fotografieren im Atelier (Mädchen Nr. 17/13, S. 20)
- das Sommer-Feeling = das Sommer-Gefühl (Mädchen Nr. 17/13, S. 26)
- das Styling = durch Frisur, Kleidung, Kosmetik bestimmte Aufmachung eines Menschen (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 56)
- das Piercing = das Durchstechen der Haut zur Anbringung von Schmuck (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 58)
- das Catering = Beschaffung von Lebensmitteln, Verpflegung (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 53)

**Neutra (-ment-Gruppe):**

- das Entertainment = das Vergnügen/die Unterhaltung (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
- das Engagement = berufliche Verpflichtung (Mädchen Nr. 10/13, S. 63)

Die am häufigsten vorkommenden Substantive, die in allen drei Zeitschriften vertreten waren, sind folgende Anglizismen: *Look* (insgesamt 107x), *Style* (insgesamt 168x), *Outfit* (insgesamt 95x), *Star* (insgesamt 158x)<sup>61</sup> und ihre Kombinationen mit anderen Wörtern:

- der Partnerlook = Art der Kleidung, bei der Paare Kleidungsstücke gleicher Farbe und Form tragen (Hey! Nr. 06/2014, S. 76)
- der Streetstyle = der Straßenstil (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
- die Weltstar = eine weltberühmte Person (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 13)

## **8.2 Adjektive und Adverbien**

Adjektive und Adverbien bilden die zweitgrößte Gruppe von Anglizismen in allen Exemplaren der Jugendzeitschriften (BRAVO – 131x, Mädchen – 182x, Hey! – 108x). Obwohl sie in den Zeitschriften oft vorkommen, wiederholen sich immer die gleichen Wörter. Z. B. das Adjektiv „cool“ war auf jeder Seite minimal einmal zu

---

<sup>60</sup> Eigentlich geht es um die substantivierten Verben und haben die selbe Bedeutung wie im Deutschen (schreiben, das Schreiben)

<sup>61</sup> Inklusive Kombinationen

finden. Sehr oft kommen die Adjektive und Adverbien mit einem Präfix auf (ultra-, hyper-, super-, mega- u. a.), der den Adjektiv noch verstärkt.

1. supercool = sehr kühl, lässig, ideal (Mädchen Nr. 10/13, S. 49)
2. megatrendy = sehr modern (Mädchen Nr. 10/13, S. 57)

Die Negationen werden genauso wie im Deutschen mit dem Präfix un- gebildet – z.B. uncool = unmodern (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 77)

Aus morphologischer Sicht unterscheidet man zwischen attributiver und prädikativer Stellung der Adjektive.

### **Prädikative Stellung:**

1. Ich bin total happy (glücklich). (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
2. Hier sind auf einen Blick alle Produkte, mit denen sie dir easy gelingen (einfach)! (Mädchen Nr. 10/13, S. 36)
3. Rihanna rächt sich bitchy und schlau (bissig)! (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 12)
4. Weil ihnen vieles leicht gemacht wird, sind sie manchmal zu chillig (...) (entspannt). (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 51)

### **Attributive Stellung:**

1. Ganz klar – dieser Punkt geht eindeutig an die sexy Girls<sup>62</sup> = die attraktiven Mädchen! (Hey! Nr. 06/2014, S. 10)
2. Hotter Hintern = heißer Hintern: Niall wird beim Duschen gefilmt. (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 17)
3. Denn diese stylische Jeans = stilvolle Jeans möchte man wirklich jeden Tag tragen. (Mädchen Nr. 10/13, S. 49)
4. Cooler erster Teil = behaglicher erster Teil der packenden Trilogie. (Hey! Nr. 06/2014, S. 70)

Aus der Untersuchung geht hervor, dass manche Adjektive nur prädikativ verwendet werden können. Es geht um folgende Adjektive: *okay*, *out* und

---

<sup>62</sup> Adjektive, die auf -y enden, werden nicht flektiert (sexy, happy, trendy, ...)

*trendig*. Die anderen Adjektive können sowohl attributiv als auch prädikativ verwendet werden.

Steigerung wurde ausschließlich beim Anglizismus „cool“ verwendet:

- **Positiv** – Heute cool, morgen lässig und übermorgen wieder ganz anders. (Mädchen Nr. 10/13, S. 58)
- **Komparativ** – Live ist er noch cooler. (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 76)
- **Superlativ** – Die coolsten Accessoires, die dein Zimmer in dein persönliches Wohlfühlparadies verwandeln... (Mädchen Nr. 10/13, S. 58)

### 8.3 Verben

In den untersuchten Zeitschriften kommen weniger Verben als Substantive oder Adjektive vor. Es handelt sich um folgende Anglizismen: stylen, shoppen, daten, chillen, checken, joggen, skypen, chatten, surfen, ... Was man auf den ersten Blick merken kann, haben all die Anglizismen die deutsche Infinitivendung -en und werden wie andere deutsche Verben konjugiert.

- Er datet seine Co-Darstellerin Teresa Palmer! (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 9)
- So langsam checkt Rita, dass sich eine ECHTE BFF nicht so leicht ersetzen lässt... (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 13)
- Hör auf mich zu stalken, du crazy Bitch! (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 70)
- Die Creme 3in1-Express-Care (...) pflegt Hände und Haut, peelt und reinigt sie zugleich. (Mädchen Nr. 10/13, S. 31)
- Wie immer, wenn ich und meine ABF skypen (...).(Mädchen Nr. 10/13, S. 41)

Einige entlehnte englische Verben bilden auch die Vergangenheit. Man findet die Beispiele sowohl für das Perfekt als auch für das Präteritum:



## Perfekt

- Wie haben die 13-Jährigen in den letzten Wochen gevotet? (Mädchen Nr. 17/13, S. 65) – haben gewählt.
- (...), hat die süße Sängerin am liebsten mit ihren Freundinnen geshoppt. (Hey! Nr. 08/2011, S. 24) – hat eingekauft.

## Präteritum

- Noch am selben Tag postete er auf Facebook einen Hilferuf, (...).(BRAVO, Nr. 32/2013, S. 65) – schrieb er auf Facebook.
- Ich checkte mein Handy eigentlich dauernd. (Hey! Nr. 06/2014, S. 16) – kontrollierte mein Handy.

Die Verben kommen vorwiegend im Präsens vor. Die in der Vergangenheit vorkommenden Verben werden dann schwach konjugiert.

Das einzige reflexive Verb, das in dem analysierten Material gefunden wurde, ist das Verb sich stylen.

- Die Münchener liebt es sich zu stylen. (Mädchen Nr. 10/13, S. 9)

## 9 Schlussfolgerungen für den Unterricht

Heute ist die englische Sprache in der Tschechischen Republik die populärste Fremdsprache und die deutsche Sprache in den meisten Schulen Bestenfalls als zweite Fremdsprache unterrichtet wird. Für die Deutschlehrer stellt diese Tatsache eine komplizierte Situation dar, weil die Lerner in einigen Fällen (*school* X Schule, *bus* X Bus, *see* X See) eine englische Aussprache haben oder „typische Fehler“ wie (\* *Ich sehe in dem Bild...* – *I see in the picture ...* oder \**Ich fahre bei Bus.* – *I go by bus.* ) machen. Sehr oft haben die Lerner auch Probleme mit der deutschen Rechtschreibung (\**glass* statt Glas). Sie vergessen auch oft, dass im Deutschen Substantive großgeschrieben werden u. a.

Die Hauptaufgabe der Deutschlehrer ist, die Schüler gut zu motivieren, damit sie Spaß an der deutschen Sprache haben. Das können die Lehrer zum Beispiel durch die Verwendung der Jugendzeitschriften im Unterricht erreichen.

Die Jugendzeitschriften stellen nämlich eine der beliebtesten Textsorten im DaF-Unterricht der Jugendlichen dar. Sie behandeln Themen<sup>63</sup>, die für die Jugend attraktiv sind und deswegen könnte der Fremdsprachenunterricht effektiver sein.

In den deutschen Zeitschriften, die sich auf die Jugend orientieren, kommen häufig Anglizismen vor und das kann dem Pädagogen den Unterricht der zweiten Fremdsprache erleichtern. Die Schüler erkennen und verstehen im Text wenigstens die englischen Wörter, und auch diese eingedeutscht wurden, sind sie im Stande, diese Wörter zu übersetzen und verwenden.

Bei den Anfängern könnten sich Fotoromane (auch Foto-Lovestories genannt) nützlich machen, da sie außer dem Text auch Bilder enthalten, die das Verstehen unterstützen. So muss der Lerner nicht alles verstehen und kann die Geschichte dank den Bildern begreifen. Die unbekanntes Vokabeln können dann einfacher erschlossen werden.

---

<sup>63</sup> Z. B. Outfits und Make-Up, Beziehung und Beziehungsstress, Musik oder Leben der Prominenten

## 10 Zusammenfassung

Diese Diplomarbeit untersucht den Gebrauch von Anglizismen in den deutschen Zeitschriften *Mädchen*, *BRAVO* und *Hey!*, die auf die Jugend orientiert sind. Im praktischen Teil der Arbeit werden folgende Exemplare analysiert:

- *Mädchen* Nr. 10/13 (74 Seiten)
- *Mädchen* Nr. 17/13 (74 Seiten)
- *Bravo* Nr. 15/2012 (78 Seiten)
- *Bravo* Nr. 32/2013 (78 Seiten)
- *Hey!* Nr. 06/2014 (90 Seiten)
- *Hey!* Nr. 08/2011 (98 Seiten)

Das erste Kapitel wurde dem Begriff Wortschatzbereicherung gewidmet und in demselben Kapitel wurden noch ihre Unterbegriffe Wortschöpfung, Wortübernahme und Wortbildung definiert. Das weitere Kapitel beschäftigte sich mit den Soziolekten mit dem Focus auf die Schüler- und Jugendsprache. Die Rolle der englischen Sprache im heutigen Deutsch war das Thema des letzten Kapitels im theoretischen Teil.

Im praktischen Teil meiner Arbeit wurden drei deutsche Jugendzeitschriften (*Mädchen*, *Hey!* und *BRAVO*) kurz vorgestellt und die dort gefundenen Anglizismen analysiert und in Gruppen Kosmetik und Mode, Technik, Sport, Essen, Freizeit und Anderes eingeordnet.

Durch die systematischen Exzerptionen und nachfolgende Analyse kam ich zu folgenden Ergebnissen:

Die größte Gruppe der Anglizismen bilden in allen drei Jugendzeitschriften die Substantive (*Mädchen* – 76%, *BRAVO* – 80%, *Hey!* – 80%), die gleich wie die deutschen Substantive großgeschrieben werden und ihre Genuszuordnung entweder lexikalisch oder morphologisch motiviert ist. Die zweitgrößte Gruppe bilden die Adjektive (*Mädchen* – 19%, *BRAVO* – 16%, *Hey!* – 14%), die prädikativ oder attributiv verwendet werden, wobei die prädikativ verwendeten Adjektive, die auf -y enden, keine Flexion haben. Die weitere Gruppe der Anglizismen sind Verben,

die sich als schwache Verben konjugiert werden. Die Verben kommen hauptsächlich im Präsens vor (99 %). Nur zweimal waren sie im Präteritum und dreimal im Perfekt zu finden. Das zeigt, dass die Verb-Anglizismen im Deutschen noch nicht ganz integriert sind, jedoch die Tendenz dazu bereits bemerkbar ist.

Was die Themenbereiche betrifft, kommen die meisten Anglizismen im Bereich Mode und Kosmetik (*Mädchen* – 43% der Substantive) und Freizeit (*BRAVO*, *Hey!* – 35% der Substantive) vor. Die Ursache der anderen Ergebnisse ist die Orientierung der Zeitschriften. Für „Mädchen“ stellen ausschließlich Mädchen und Frauen die Zielgruppe dar, aber für *BRAVO* und *Hey!* sind die Zielgruppen sowohl Mädchen als auch Junge. Dem entspricht auch die Themenwahl.

Durch die Untersuchung wird bestätigt, dass die Anglizismen 2 % der Pressesprache in allen drei Jugendzeitschriften bilden. Der Einfluss der englischen Sprache in den deutschen Jugendzeitschriften ist zwar nicht so groß (nur 2 % des Wortschatzes), aber trotzdem ist die Position der Anglizismen in den deutschen Jugendzeitschriften dominant.

Erstens geht es um Modewörter oder moderne Ausdrücke, die für die Jugend attraktiv sind. Für diese Wörter existieren im Deutschen Äquivalente (*der Boy X* der Junge, *das Girl X* das Mädchen, *die Mum X* die Mutti, *der Dad X* der Vati, *die BFF X* die ABF, ...). Zweitens waren in allen drei Zeitschriften viele Modewörter in Form der Komposita zu finden (z. B. *das Haarstyling-Set* oder *der Glamour-Look*, ...). Das betrifft vor allem die Komposita, die mit einem Bindestrich geschrieben werden. Die Modewörter bilden in den analysierten Jugendzeitschriften fast 65 % der Substantive.

Im Gegensatz zu den Modewörtern gibt es Substantive, die im Deutschen kein Äquivalent haben. Diese Anglizismen kommen oft im Bereich Mode und Kosmetik (*das Make-up*) und im Bereich Technik (*das iPhone*) vor.

Daraus geht hervor, dass die englische Sprache in den Jugendzeitschriften vornehmlich wegen ihrer Attraktivität verwendet wird.

## **11 Resumé**

The diploma thesis is divided into eleven chapters which deal with the clarification of the term of anglicisms and their relations to youth language. The next part of the thesis is focused on the illustration of vocabulary enrichment of English language, to be more concrete, of word creation, word acquisition and word formation. The practical part of the thesis analyses and classifies into thematic areas the phenomena of Anglicisms which possibly appear in three certain German magazines for young people called Mädchen, Hey! and BRAVO.

## Literaturverzeichnis

Bravo Nr. 15/2012

Bravo Nr. 32/2013

Hey! Nr. 06/2014

Hey! Nr. 08/2011

Mädchen Nr. 10/13

Mädchen Nr. 17/13

AMMON, Ulrich/Dittmar, Norbert/Mattheier, Klaus J./ Trudgill, Peter:  
*Sociolinguistics/Soziolinguistik*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co., 2004. ISBN 3-11-014189-2.

BESCH, W./BETTEN, A./REICHMANN, O.: *Sprachgeschichte: Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung, 4. Teilband*. Berlin: De Gruyter, 2004. ISBN 3-11-018041-3.

BOHMANN, Stephanie: *Englische Elemente im Gegenwartsdeutsch der Werberbranche*. Marburg: Tectum Verlag, 1996. ISBN 3-89608-964-1.

EICHLER, Berit: *Untersuchung eines komplexen Phänomens im Lichte älterer und neuer Forschung*. Norderstedt: GRIN Verlag, 2008. ISBN 978-3-640-24462-1.

EISSEL, Anna Katharina: „Do you like Denglisch?“. Universität Hamburg: GRIN Verlag, 2003.

FLEISCHER, Wolfgang/Barz, Irmhild: *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Berlin: De Gruyter, 2012. ISBN 978-3-11-025663-5.

HÖPPNEROVÁ, Věra.: *Neues in der deutschen Gegenwartssprache*. Linugua Germanica 2006.

HÖPPNEROVÁ, Věra: *Trendy ve slovní zásobě současné němčiny*. Acta Oeconomica Pragensia 3/2009.

JAHN, Claudia: *Do You Speak Denglish?*. Universität Leipzig: GRIN Verlag, 2007.

JAHN, Egbert: *Politische Streitfragen*. Wiesbaden: VS Verlag, 2008. ISBN 978-3-531-15833-4.

KINSKOFER, Lieselotte/BAGEHORN, Stefan: *Reden, Schreiben, Präsentieren – Mit Texten arbeiten*. München: TR – Verlagsunion GmbH. ISBN 3-8058-3443-8.

KRATOCHVÍLOVÁ, Ivana: *Zur Problematik der Genuszuordnung englischer Entlehnungen in der deutschen Gegenwartssprache*. In Sborník prací Filozofické fakulty Brněnské univerzity Studia Minora Facultatis Philosophicae Universitas Brunensis R 5, 2000.

MERK, Aljona: *Jugendsprache – Bereicherung oder Bedrohung der Standardsprache?*. Norderstedt: GRIN Verlag, 2007. ISBN 978-3-640-67190-8

POLENZ, Peter von: *Deutsche Sprachgeschichte vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart*. Berlin: De Gruyter, 2000. ISBN 3-11-016478-7

RÖMER, Christine/Matzke, Brigitte: *Lexikologie des Deutschen: Eine Einführung*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2003. ISBN 3-8233-6128-7

SCHELHAS, Karin: *Der Einfluss des Englischen auf die deutsche Sprache*. GRIN Verlag. ISBN 978-3-638-98563-5

SPEYER, Augustin : *Germanische Sprachen. Ein vergleichender Überblick*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH, 2007. ISBN 10: 3-525-20849-9

YANG, Wenliang: *Anglizismen im Deutschen: am Beispiel des Nachrichtenmagazins Der Spiegel*. Tübingen: De Gruyter, 1990. ISBN 3-484-31106-1

## Internetquellen

*Definition des Anglizismus* [online][zit. 20.6.2013]  
<http://www.duden.de/rechtschreibung/Anglizismus>

*Definition der Lehnprägung* [online][zit. 3.3.2014]  
<http://www.wortbedeutung.info/Lehnpr%C3%A4gung/>

*Definition des Lehnwortes* [online][zit. 20.6.2013]  
<https://www.duden.de/rechtschreibung/Lehnwort>

*Denglish = Anglizismen, englische Wörter in der deutschen Sprache* [online][zit. 24.2.2014]  
<http://blog.medienecken.de/denglish-anglizismen-englische-wörter-in-der-deutschen-sprache/>

*Deutsch for sale* [online][zit. 30.8.2013] <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-49067625.html>

*English-Vokabeln, die nur Deutsche verstehen* [online][zit. 1.6.2014]  
<http://www.welt.de/wissenschaft/article123487354/Englisch-Vokabeln-die-nur-Deutsche-verstehen.html>

*Gedicht im Denglish* [online][zit. 20.6.2013]  
<http://www.duden.de/rechtschreibung/Internationalismus#Bedeutung2> 20.6.2013

*Jugendsprache Sprachverfall oder Sprachwandel?* [online][zit. 19.7.2013] [http://www.uni-magdeburg.de/didaktik/projekte\\_student/Projektseiten/Jugendsprache/#\\_Toc163625079](http://www.uni-magdeburg.de/didaktik/projekte_student/Projektseiten/Jugendsprache/#_Toc163625079)

*Sprachexperte sieht in Anglizismen keine Gefahr* [online][zit. 9.8.2013]  
<http://www.welt.de/kultur/article120296426/Sprachexperte-sieht-in-Anglizismen-keine-Gefahr.html>

*Temporäre Soziolekte* [online][zit. 18.7.2013]  
<http://lexikologie.perce.de/wb/?l=C71F5158AE&v=>

*Trendwörter Modewörter* [online][zit. 15.5.2014] <http://www.xn--trendwrter-jcb.info/>

*Trendwörter Modewörter* [online][zit. 18.5.2014] <http://www.xn--trendwrter-jcb.info/erlaeuterungen>

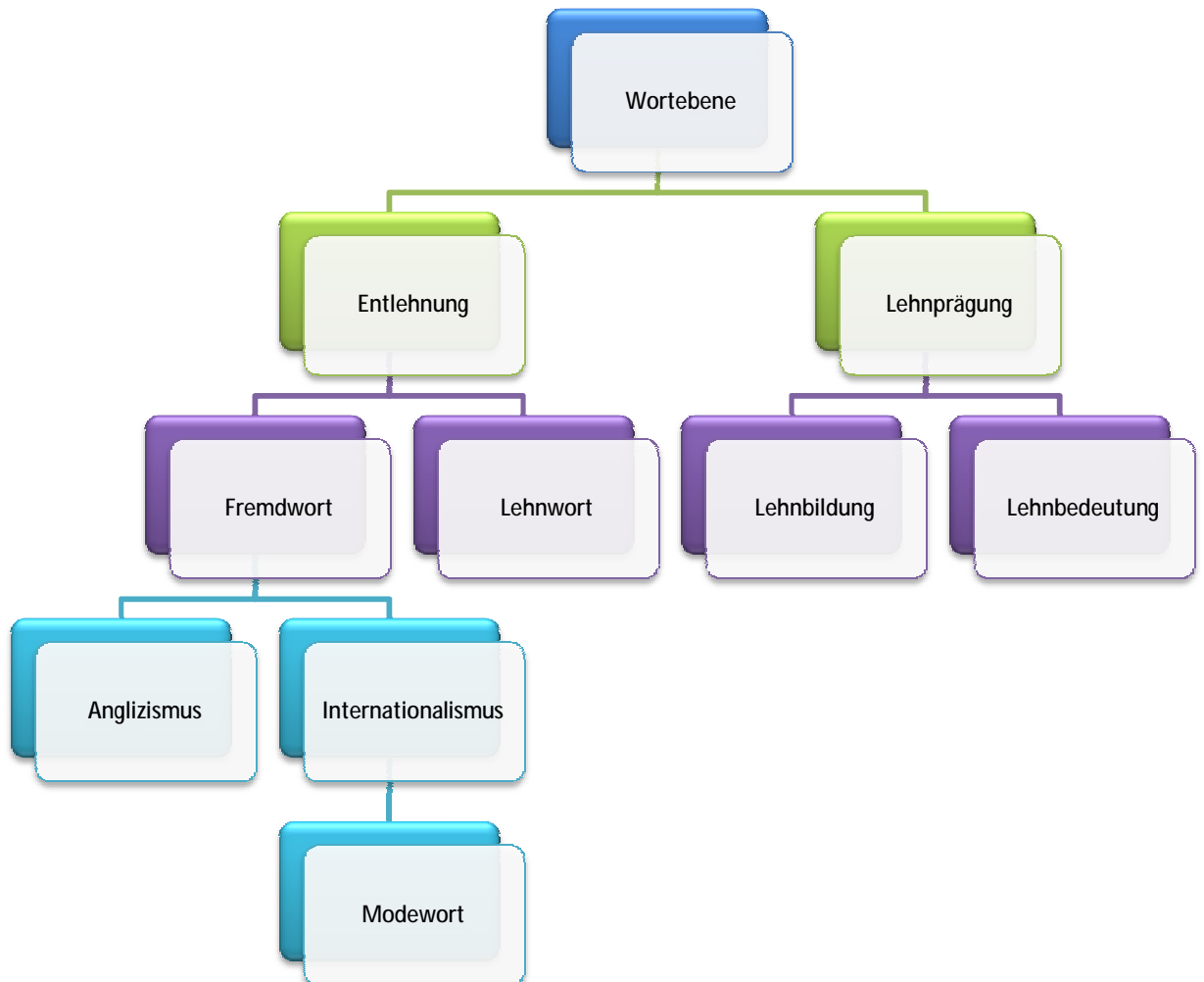


## **Verzeichnis der Anhänge**

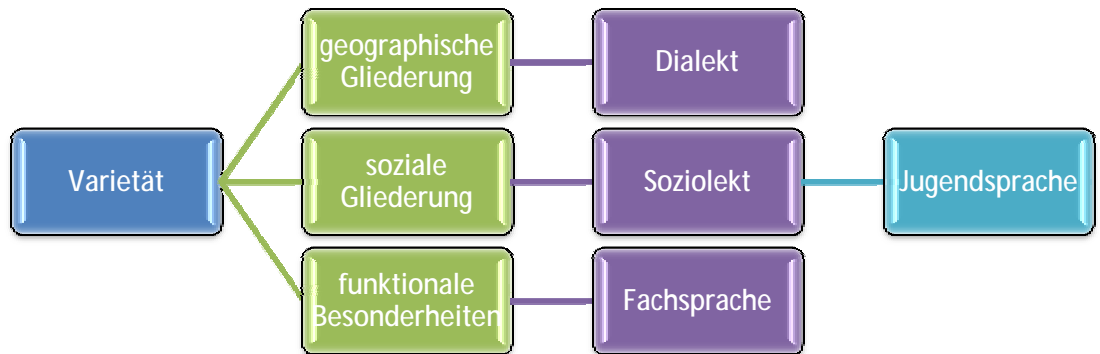
1. Lehnguttypologie
2. Einordnung der Jugendsprache ins Sprachsystem
3. Liste der gefundenen Anglizismen

# Anhang

## Anhang Nr. 1



## Anhang 2



## MÄDCHEN

### Substantive – Einzelwort

1. das Date = das Treffen, die Verabredung (Mädchen Nr. 10/13, S. 3)
2. leckere Cupcakes = leckere kleine Kuchen (Mädchen Nr. 10/13, S. 3)
3. der Reminder = die Mahnung (Mädchen Nr. 10/13, S. 5)
4. die Chubby Sticks = ein Typ von Lippenstift (Mädchen Nr. 10/13, S. 5)
5. die Loafers = die Schuhe (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
6. in unseren higt Heels = die hohen Absatzschuhe (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
7. die Bag = die Tasche (Mädchen Nr. 10/13, S. 6)
8. Accessoires = moderne Aufputze (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
9. der Song = das Lied (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
10. das Outfit = die Kleidung (Mädchen Nr. 10/13, S. 8)
11. das Design = das Aussehen (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
12. der Look = das Aussehen (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
13. der Shop = das Geschäft (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
14. das Shirt = das Kleidungsstück, Oberteil (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
15. der Star = eine berühmte Persönlichkeit (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
16. die neuesten Trends = Richtungen, Tendenzen (Mädchen Nr. 10/13, S. 11)
17. der Look der Londoner Girls = das Aussehen der Mädchen (Mädchen Nr. 10/13, S. 11)
18. das Budget = der Voranschlag (Mädchen Nr. 10/13, S. 11)
19. der Style = der Stil (Mädchen Nr. 10/13, S. 11)
20. der Tipp = der Ratschlag (Mädchen Nr. 10/13, S. 12)
21. die Party = das Fest (Mädchen Nr. 10/13, S. 15)
22. der Code = ein System von Regeln und Übereinkünften (Mädchen Nr. 10/13, S. 15)
23. die E-Mail = eine elektronische Nachricht (Mädchen Nr. 10/13, S. 16)

---

<sup>64</sup> Die deutschen Äquivalente wurden der Webseite [www.duden.de](http://www.duden.de) entnommen.

24. das Internet = ist ein weltweiter Verbund von Rechnernetzwerken (Mädchen Nr. 10/13, S. 16)
25. das Video = eine kurze audiovisuelle Sequenz (Mädchen Nr. 10/13, S. 16)
26. die Mum = die Mutti (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
27. die Energie = die Kraft (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
28. das Yoga = eine Sportart (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
29. das kleinste Okay = in Ordnung (Mädchen Nr. 10/13, S. 20)
30. der Boy = der Junge (Mädchen Nr. 10/13, S. 21)
31. ich war zum Check = zur Kontrolle (Mädchen Nr. 10/13, S. 23)
32. der Muffin = ein kleines Küchlein (Mädchen Nr. 10/13, S. 25)
33. die DVD = ein Datenträger, digitale vielseitig verwendbare Disc (Mädchen Nr. 10/13, S. 26)
34. das Image = die Reputation, das Renommee (Mädchen Nr. 10/13, S. 26)
35. die Sneakers = die Schuhe (Mädchen Nr. 10/13, S. 27)
36. der Service = der Kundendienst (Mädchen Nr. 10/13, S. 27)
37. die Hippies = ein Blumenkind (Mädchen Nr. 10/13, S. 27)
38. Food = das Essen (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
39. die Leggings = die Hose (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
40. der Top = das Oberteil (Mädchen Nr. 10/13, S. 30)
41. das Display = der Bildschirm (Mädchen Nr. 10/13, S. 30)
42. die Coole (das coole Mädchen) = die Seelenruhige (Mädchen Nr. 10/13, S. 30)
43. die Show = die Schau (Mädchen Nr. 10/13, S. 30)
44. die Location = der Ort (Mädchen Nr. 10/13, S. 30)
45. die Beauty = die Schönheit (Mädchen Nr. 10/13, S. 31)
46. das Ticket = die Eintrittskarte (Mädchen Nr. 10/13, S. 31)
47. eine Creme = eine Hautpflege (Mädchen Nr. 10/13, S. 31)
48. der Concealer = der Abdeckstift (Mädchen Nr. 10/13, S. 36)
49. die Mascara = die Wimpertusche (Mädchen Nr. 10/13, S. 36)
50. die Queen = die Königin (Mädchen Nr. 10/13, S. 37)
51. der Gentleman = Mann von Anstand, Lebensart und Charakter (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
52. das Picknick = Verzehr mitgebrachter Speisen im Freien (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)

53. die Story = die Geschichte (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
54. der Dad = der Vati (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
55. das Shoppen = das Einkaufen (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
56. der Shock = der Schreck (Mädchen Nr. 10/13, S. 42)
57. der Cardigan = eine Jacke (Mädchen Nr. 10/13, S. 49)
58. die Wedges = die Schuhe mit Keilabsatz (Mädchen Nr. 10/13, S. 49)
59. die Stilettos = die Schuhe mit Absatz (Mädchen Nr. 10/13, S. 49)
60. das Shampoo = das Schampon (Mädchen Nr. 10/13, S. 49)
61. der Bikini = der Badeanzug (Mädchen Nr. 10/13, S. 51)
62. die Lotion = das Gesichtspflege-Produkt (Mädchen Nr. 10/13, S. 51)
63. das Spray (Mädchen Nr. 10/13, S. 52)
64. das Girl = das Mädchel (Mädchen Nr. 10/13, S. 55)
65. die Cap = die Mütze (Mädchen Nr. 10/13, S. 57)
66. der Print = Fotografie Druck (Mädchen Nr. 10/13, S. 57)
67. Shorts = die Kurzhose (Mädchen Nr. 10/13, S. 57)
68. der Body = der Körper (Mädchen Nr. 10/13, S. 63)
69. der Fan = begeisterter Anhänger (Mädchen Nr. 10/13, S. 65)
70. das Engagement = berufliche Verpflichtung (Mädchen Nr. 10/13, S. 63)
71. die BFF ( best friend forewer) = die ABF (allerbester Freund) (Mädchen Nr. 10/13, S. 70)
72. die Connection = die Beziehung (Mädchen Nr. 10/13, S. 70)
73. der Pareo = ein großes Wickeltuch (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
74. das Musical = populäre Gattung des Musiktheaters (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
75. das Package = das Paket/die Packung (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
76. der Hoodie = ein Pulli mit der Kappe (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
77. das Entertainment = das Vergnügen/die Unterhaltung (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
78. die Stylistin = eine Frau, die das Styling entwirft (Mädchen Nr. 17/13 S. 3)
79. die Soul = die Seele (Mädchen Nr. 17/13 S. 5)
80. der Smoothie = kaltes Mixgetränk aus Obst und Milchprodukten (Mädchen Nr. 17/13 S. 5)
81. der Blog = ein Tagebuch im Internet (Mädchen Nr. 17/13, S. 6)
82. die City = die Stadt (Mädchen Nr. 17/13, S. 8)

83. der Trick = die Finte/die List (Mädchen Nr. 17/13, S. 9)
84. der Shopper = eine größere Tasche (Mädchen Nr. 17/13, S. 13)
85. das Flair = die Ausstrahlung, Fluidum (Mädchen Nr. 17/13, S. 15)
86. die Lodge = Anlage mit Ferienhäusern (Mädchen Nr. 17/13, S. 15)
87. das Camp = der Zeltlager (Mädchen Nr. 17/13, S. 15)
88. der Pool = das Bassin (Mädchen Nr. 17/13, S. 15)
89. der Chat = eine Onlinekommunikation (Mädchen Nr. 17/13, S. 16)
90. das Club = der Klub (Mädchen Nr. 17/13, S. 16)
91. der SMS = eine Kurznachricht (Mädchen Nr. 17/13, S. 17)
92. die Mail = eine über Computer empfangene Nachricht (Mädchen Nr. 17/13, S. 17)
93. der Sweetie = ein süßer Junge (Mädchen Nr. 17/13, S. 19)
94. das Sandwich = zwei zusammengeklappte belegte Brotscheiben (Mädchen Nr. 17/13, S. 19)
95. der Glamour = blendender Glanz (Mädchen Nr. 17/13, S. 21)
96. das Vote = die Wahl (Mädchen Nr. 17/13, S. 21)
97. der Job = die Arbeit (Mädchen Nr. 17/13, S. 22)
98. der Kick = der Stoß mit dem Fuß (Mädchen Nr. 17/13, S. 22)
99. die Tour = die Rundfahrt (Mädchen Nr. 17/13, S. 23)
100. das Package = als Einheit verkaufte Zusammenstellung mehrerer Produkte (Mädchen Nr. 17/13, S. 27)
101. der Surfer = jemand, der Surfing betreibt (Mädchen Nr. 17/13, S. 30)
102. das Forming = die Formierung (Mädchen Nr. 17/13, S. 47)
103. die Beauty = die Schönheit (Mädchen Nr. 17/13, S. 49)
104. die Boots = die Schuhe (Mädchen Nr. 17/13, S. 51)
105. die Coolness = das Coolsein, die Ruhe (Mädchen Nr. 17/13, S. 54)
106. die Coloration = die Färbung (Mädchen Nr. 17/13, S. 57)
107. das Shampoo = das Schampon (Mädchen Nr. 17/13, S. 57)
108. der Step = der Schritt (Mädchen Nr. 17/13, S. 58)
109. der Curler = ein Gerät, das die Locken macht (Mädchen Nr. 17/13 S. 58)
110. der Fake = die Fälschung (Mädchen Nr. 17/13 S. 59)
111. das Finish = letztes Stadium in der Fertigung (Mädchen Nr. 17/13, S. 60)
112. das Petting = eine sexuelle Praktik (Mädchen Nr. 17/13, S. 62)

113. der Dildo = künstliche Nachbildung des Penis (Mädchen Nr. 17/13, S. 63)
114. der Fan = begeisterter Anhänger (Mädchen Nr. 17/13, S. 65)
115. der Account = Zugangsberechtigung (Mädchen Nr. 17/13, S. 65)

### **Substantive – Kompositum**

1. das S.O.S – Team = die Rettungsmannschaft (Mädchen Nr. 10/13, S. 3)
2. die Sitcom-Königinnen (Mädchen Nr. 10/13, S. 4)
3. Beauty-Desaster = eine Schönheit-Katastrophe (Mädchen Nr. 10/13, S. 4)
4. Beauty-Newcomer = neue Trends in Kosmetik (Mädchen Nr. 10/13, S. 4)
5. das Sommer-Look = das Sommer-Aussehen (Mädchen Nr. 10/13, S. 6)
6. die Singer-Songwriterin = eine Künstlerin, die Lieder singt, die sie selbst komponiert und getextet hat (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
7. der Mode-Trend = eine Mode-Richtung (Mädchen Nr. 10/13, S. 8)
8. die Styling-Idee = eine Idee, wie man aussehen kann (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
9. der Styling-Tipp = ein Ratschlag für schönes Aussehen (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
10. der Streetstyle = der Straßenstil (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
11. der Secondhandshop = ein Geschäft, wo man gebrauchte Sachen kaufen kann (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
12. mit einem Hauch Hippie-Feeling = Hippie-Gefühl (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
13. die Smartshopperin = die Käuferin, die günstige Preise von Sonderangeboten nutzt (Mädchen Nr. 10/13, S. 11)
14. das Fashion-Magazin = die Modezeitschrift (Mädchen Nr. 10/13, S. 11)
15. der Shopping-Trip = der Ausflug in Geschäften (Mädchen Nr. 10/13, S. 11)
16. der Klassik-Corner = die Klassik-Ecke (Mädchen Nr. 10/13, S. 12)
17. der Beauty-Abend = das Schönheitsabend (Mädchen Nr. 10/13, S. 15)
18. das WhatsApp = Applikation für Handys (Mädchen Nr. 10/13, S. 16)
19. das Facebook = ein soziales Netzwerk (Mädchen Nr. 10/13, S. 16)
20. die WhatsApp-Nachricht = die Nachricht in einer Handyapplikation (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
21. der Burn-out = ein Syndrom – das Ausgebranntsein (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)



22. das Yoga-relaxen = das Yoga-ausruhen (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
23. das Antigravity-Yoga (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
24. die Beauty-Pause = eine Schönheitspause (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
25. der Fantasy-Roman = ein Roman mit übernatürlichen Elementen (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
26. die Offline-Zeit = die Zeit, wenn man nicht erreichbar ist (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
27. der Kuss-Expert = der Kuss-Kenner (Mädchen Nr. 10/13, S. 20)
28. der Experten-Team = die Kenner-Mannschaft (Mädchen Nr. 10/13, S. 21)
29. das Muffin-Blech = ein Blech, das für das Backen der Muffins geeignet ist (Mädchen Nr. 10/13, S. 25)
30. das Muffin-Förmchen(Mädchen Nr. 10/13, S. 25)
31. die Mainstream-Musik = die Musik des Hauptstroms (Mädchen Nr. 10/13, S. 26)
32. der Dream-Boy = der Traumjunge (Mädchen Nr. 10/13, S. 26)
33. die Lovestory = der Liebesroman (Mädchen Nr. 10/13, S. 26)
34. der Actionfilm= der Abenteuerfilm (Mädchen Nr. 10/13, S. 26)
35. der Traumboy = der Traumjunge (Mädchen Nr. 10/13, S. 26)
36. der Styling-Knaller = der Stil-Knaller (eine Metapher) (Mädchen Nr. 10/13, S. 27)
37. der Vitamin-Drink = das Vitamin-Getränk (Mädchen Nr. 10/13 S. 27)
38. das Retro-Weekend = das Retro-Wochenende (Mädchen Nr. 10/13 S. 28)
39. die Rollerskates = die Rollschuhe (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
40. der Hardrock = ein Musikgenre (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
41. der Glamrock = ein Musikgenre (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
42. der Discostyle = der Disko-Stil (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
43. der Musikmix = die Musikmischung (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
44. die Boyband = die aus Jungen zusammengesetzte Musikgruppe (Mädchen Nr. 10/13, S. 29)
45. die Girlband = die aus Mädchen zusammengesetzte Musikgruppe (Mädchen Nr. 10/13, S. 29)
46. das Highlight = der Höhepunkt (Mädchen Nr. 10/13, S. 30)
47. das Lipgloss = der Lippenstift (Mädchen Nr. 10/13, S. 31)

48. die Deutschland-Tour = die Deutschland-Reise (Mädchen Nr. 10/13, S. 31)
49. die Bodylotion = eine Körpercreme (Mädchen Nr. 10/13, S. 31)
50. der Nude-Gloss = der Lippenstift ohne Farbe (Mädchen Nr. 10/13, S. 32)
51. die Candy-Farbe = die Pastellfarbe (Mädchen Nr. 10/13, S. 32)
52. der Eyelinerstift = der Augenschminkstift (Mädchen Nr. 10/13, S. 34)
53. die Eyelinerfarbe = die Farbe eines Eyelinerstiftes (Mädchen Nr. 10/13, S. 34)
54. der Hairstyle = die Frisur (Mädchen Nr. 10/13, S. 34)
55. der Sixties-Look = das Aussehen typisch für 60er Jahre (Mädchen Nr. 10/13, S. 35)
56. der Matt-Effekt = ein Make-up-Effekt (Mädchen Nr. 10/13, S. 35)
57. die Eyeshadow-Box = die Box mit Augenschatten (Mädchen Nr. 10/13, S. 36)
58. die Volumenmascara = die Volumenwimpertusche (Mädchen Nr. 10/13, S. 36)
59. die Jogging-Hose = die zum Rennen geeignete Hose (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
60. der Stringtanga = die Unterhose (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
61. die Boyfriends-Jeans = der Jeansschnitt (Mädchen Nr. 10/13, S. 49)
62. der Countdown = das Anzählen (Mädchen Nr. 10/13, S. 50)
63. das Duschpeeling = eine Schälkur beim Duschen (Mädchen Nr. 10/13, S. 51)
64. das Bodypeeling = eine Körper-Schälkur (Mädchen Nr. 10/13, S. 51)
65. das Gesichtspeeling = eine Gesicht-Schälkur (Mädchen Nr. 10/13, S. 51)
66. der Peelingcreme = die Schälkur-Kreme (Mädchen Nr. 10/13, S. 51)
67. die Bodybutter = die Körperbutter (Mädchen Nr. 10/13, S. 51)
68. die Selbstbräunungs-Mousse (Mädchen Nr. 10/13, S. 52)
69. der Fitness-Coach = der Fitness-Trainer (Mädchen Nr. 10/13, S. 54)
70. die Make-up-Artist = die Kosmetikerin (Mädchen Nr. 10/13, S. 54)
71. der/das Longsleeve = das T-Shirt mit langen Ärmeln (Mädchen Nr. 10/13, S. 57)
72. der Eyecatcher = der Blickfang (Mädchen Nr. 10/13, S. 57)
73. der Overall = einteiliger, den ganzen Körper bedeckender Anzug (Mädchen Nr. 10/13, S. 57)
74. der Hormonflash = die Einblendung von Hormonen (Mädchen Nr. 10/13, S. 62)
75. das Comeback = Neubeginn einer Karriere (Mädchen Nr. 10/13, S. 65)

76. der Paintball = einen militärischen Kampf simulierendes Spiel (Mädchen Nr. 10/13, S. 66)
77. der Breakdance = ein moderner Tanzstil (Mädchen Nr. 10/13, S. 67)
78. der Trenchcoat = ein (Regen)Mantel (Mädchen Nr. 10/13, S. 70)
79. das Cover-Mädchen = Mädchen auf der Titelseite (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
80. das Haarstyling-Set = ein Set für Frisuren (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
81. das Longshirt = ein langgeschnittenes Shirt (Mädchen Nr. 17/13, S. 4)
82. der Glamour-Look = ein blendender Look (Mädchen Nr. 17/13, S. 4)
83. das Line-Up = eine Reihenfolge der auftretenden Bands (Mädchen Nr. 17/13, S. 4)
84. der DJ = der Discjockey (Mädchen Nr. 17/13, S. 4)
85. der Mixtape = eine selbsterstellte Zusammenstellung von Liedern (Mädchen Nr. 17/13, S. 4)
86. die XL-Bag = eine extra große Tasche (Mädchen Nr. 17/13, S. 4)
87. die Partyqueen = die Königin einer Party (Mädchen Nr. 17/13, S. 4)
88. die Digicam = Fotoapparat, der die Bilder in digitaler Form speichert (Mädchen Nr. 17/13, S. 6)
89. das Dreamteam = ein Traumteam (Mädchen Nr. 17/13, S. 8)
90. der Comics-Print = das Comics-Muster (Mädchen Nr. 17/13, S. 9)
91. der Comics-Held = männliche Hauptperson eines Comics (Mädchen Nr. 17/13, S. 9)
92. die Pop-Art-Clutch = eine Damentasche (Mädchen Nr. 17/13, S. 9)
93. die Statement-Kette = (Mädchen Nr. 17/13, S. 12)
94. der Batiklook = das Batik-Muster (Mädchen Nr. 17/13, S. 12)
95. das Chat-Fenster = ein Fenster im Chat (Mädchen Nr. 17/13, S. 16)
96. das Supermodel = ein berühmtes Mannequin (Mädchen Nr. 17/13, S. 16)
97. Summertime = die Sommerzeit (Mädchen Nr. 17/13, S. 17)
98. die Boxer-Schwimmshorts = eine Badehose (Mädchen Nr. 17/13, S. 18)
99. der Pool-Boy = ein Junge im Pool (Mädchen Nr. 17/13, S. 18)
100. der Hotdog = ein in Brötchen gelegtes heißes Würstchen mit Senf (Mädchen Nr. 17/13, S. 18)
101. der Sixpack = der Waschbrettbauch (Mädchen Nr. 17/13, S. 19)
102. das Fotoshooting = das Fotografieren im Atelier (Mädchen Nr. 17/13, S. 20)

103. das Snowboard = Sportgerät für das Gleiten auf Schnee (Mädchen Nr. 17/13, S. 22)
104. das Sommer-Feeling = das Sommer-Gefühl (Mädchen Nr. 17/13, S. 26)
105. Smokey-Eyes = ein Typ des Augen-Make-ups (Mädchen Nr. 17/13, S. 27)
106. die Beautycard = eine Karte mit Make-up-Ratschlägen zum Sammeln (Mädchen Nr. 17/13, S. 27)
107. der Hip-Hop = auf dem Rap basierender Musikstil (Mädchen Nr. 17/13, S. 29)
108. die Township = von Farbigen bewohnte städtische Siedlung in Südafrika (Mädchen Nr. 17/13, S. 30)
109. das Surfer-Girl = ein Mädchen, das Surfing treibt (Mädchen Nr. 17/13, S. 34)
110. Chocolate-Sticks = der Schokoriegel (Mädchen Nr. 17/13, S. 34)
111. der Energydrink = Energie spendendes, alkoholfreies Getränk (Mädchen Nr. 17/13, S. 43)
112. der Catwalk = der Laufsteg (Mädchen Nr. 17/13, S. 46)
113. der Eyeliner = flüssiges Kosmetikum zum Ziehen eines Lidstriches (Mädchen Nr. 17/13, S. 46)
114. der Gel-Eyeliner (Mädchen Nr. 17/13, S. 46)
115. der Eyeliner-Pinsel (Mädchen Nr. 17/13, S. 46)
116. die Mega-Effect-Mascara = eine effektive Wimpertusche (Mädchen Nr. 17/13, S. 46)
117. der Wachstum-Booster = der Wachstum-Unterstützer (Mädchen Nr. 17/13, S. 46)
118. das Beauty-Problem = das Schönheit-Problem (Mädchen Nr. 17/13, S. 48)
119. die Beauty-Welt = die Welt der Schönheit (Mädchen Nr. 17/13, S. 49)
120. der Beauty-Tipp = ein Ratschlag für das schöne Aussehen (Mädchen Nr. 17/13, S. 49)
121. die Styling-Frage = die Aussehen-Frage (Mädchen Nr. 17/13, S. 49)
122. die Colourblocking-Clutch = kleine Damenhandtasche ohne Schulterriemen oder Griff (Mädchen Nr. 17/13, S. 50)
123. der Shortcut = ein kurzer Haarschnitt (Mädchen Nr. 17/13, S. 56)
124. die Hairstylistin = die Friseurin (Mädchen Nr. 17/13, S. 57)

## Adjektive und Adverbien

1. (...) für den sexy Auftritt = für den anziehenden Auftritt (Mädchen Nr. 10/13, S. 3)
2. romantic Make-up = romantisches Make-up (Mädchen Nr. 10/13, S. 3)
3. stylish Kuschneln = stilvolles Kuschneln (Mädchen Nr. 10/13, S. 4)
4. in unseren higt Heels = die hohen Absatzschuhe (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
5. coole Accessoires = gemütliche, ideale Aufputze (Mädchen Nr. 10/13, S. 7)
6. die Chubby Sticks = rundlich (Mädchen Nr. 10/13, S. 5)
7. perfect = perfekt (Mädchen Nr. 10/13, S. 12)
8. zu einem super Preis = ein günstiger Preis (Mädchen Nr. 10/13, S. 12)
9. gratis = umsonst (Mädchen Nr. 10/13, S. 13)
10. okay = in Ordnung (Mädchen Nr. 10/13, S. 18)
11. intim = persönlich, geheim (Mädchen Nr. 10/13, S. 18)
12. nude = nackt (Mädchen Nr. 10/13, S. 31)
13. easy = einfach (Mädchen Nr. 10/13, S. 36)
14. happy = froh (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
15. top = perfekt (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
16. supercool = sehr kühl, lässig, ideal (Mädchen Nr. 10/13, S. 49)
17. sensible = empfindlich (Mädchen Nr. 10/13, S. 51)
18. extra = außerordentlich (Mädchen Nr. 10/13, S. 51)
19. extrem = unbedingt (Mädchen Nr. 10/13, S. 51)
20. trendy = modern (Mädchen Nr. 10/13, S. 57)
21. casual = leger (Mädchen Nr. 10/13, S. 57)
22. unsexy = nicht sexy (Mädchen Nr. 10/13, S. 62)
23. online = ans Internet angeschlossen (Mädchen Nr. 10/13, S. 65)
24. busy = beschäftigt (Mädchen Nr. 10/13, S. 70)
25. sporty = Sport- (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
26. multiple = mehrfach (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
27. green = grün (Mädchen Nr. 17/13, S. 5)
28. fair = ehrlich (Mädchen Nr. 17/13, S. 17)
29. impossible = unmöglich (Mädchen Nr. 17/13, S. 17)
30. crazy = bekloppt (Mädchen Nr. 17/13, S. 18)
31. single = ohne Partner/in (Mädchen Nr. 17/13, S. 22)

32. metallic = metallisch schimmernd und dabei von einem gewissen matten Glanz (Mädchen Nr. 17/13, S. 46)
33. trendy = modern (Mädchen Nr. 17/13, S. 50)
34. high = hoch (Mädchen Nr. 17/13, S. 65)

## Verben

1. sich stylen – sich verschönern (Mädchen Nr. 10/13, S. 9)
2. investieren = finanzieren (Mädchen Nr. 10/13, S. 10)
3. ich versuche es nachzustylen = das Aussehen nachahmen (Mädchen Nr. 10/13, S. 11)
4. shoppen = einkaufen (Mädchen Nr. 10/13, S. 12)
5. checken = kontrollieren (Mädchen Nr. 10/13, S. 12)
6. relaxen = entspannen (Mädchen Nr. 10/13, S. 16)
7. offline gehen = unerreichbar werden (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
8. joggen = rennen (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
9. peelen = das Peeling durchführen (Mädchen Nr. 10/13, S. 31)
10. picknicken = das Picknick veranstalten (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
11. skypen = per Skype telefonieren (Mädchen Nr. 10/13, S. 41)
12. rocken = begeistern (Mädchen Nr. 17/13, S. 4)
13. chatten = sich an einem Chat beteiligen (Mädchen Nr. 17/13, S. 16)
14. chillen = entspannen (Mädchen Nr. 17/13, S. 18)
15. ticken = denken (Mädchen Nr. 17/13, S. 19)
16. grillen = auf dem Grill rösten (Mädchen Nr. 17/13, S. 22)
17. surfen = Surfing betreiben (Mädchen Nr. 17/13, S. 31)
18. voten = wählen (Mädchen Nr. 17/13, S. 65)

## Englische Slogans

1. We love Candys! = Wir lieben Süßigkeiten (Mädchen Nr. 10/13, S. 3)
2. Hot or not = sexy oder nicht (Mädchen Nr. 10/13, S. 5)
3. Never forget = niemals vergessen (Mädchen Nr. 10/13, S. 5)
4. We love fashion = Wir lieben Mode (Mädchen Nr. 10/13, S. 8)
5. Yeah, you are the best! = Yeah, du bist die/der beste! (Mädchen Nr. 10/13, S. 14)

6. Käse & Co. = Milchprodukte (Mädchen Nr. 10/13, S. 17)
7. Urban Gardening = in Stadt gärtnern (Mädchen Nr. 10/13, S. 24)
8. Less is more = wenig ist mehr (Mädchen Nr. 10/13, S. 25)
9. Love & Peace = Liebe und Frieden (Mädchen Nr. 10/13, S. 28)
10. Rihanna goes nude! = Rihanna zeigt die Nacktheit (Mädchen Nr. 10/13, S. 30)
11. Fit for sun = fit für die Sonne (Mädchen Nr. 10/13, S. 51)
12. Be beautiful = sei schön (Mädchen Nr. 10/13, S. 55)
13. Looks 4 you = Outfits für dich (Mädchen Nr. 10/13, S. 57)
14. Neon meets Pastell = Neon trifft Pastell (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
15. Let's get WILD = und jetzt wird wild! (Mädchen Nr. 17/13, S. 3)
16. Life is fun! = Leben ist ein Vergnügen! (Mädchen Nr. 17/13, S. 5)
17. Be happy! = Sei glücklich! (Mädchen Nr. 17/13, S. 5)
18. Keep cool = Bewahre dein Coolsein, deine Ruhe (Mädchen Nr. 17/13, S. 5)
19. Mr. Right = der richtige Mann (Mädchen Nr. 17/13, S. 5)
20. Got to dance? = eine TV-Serie (Mädchen Nr. 17/13, S. 5)
21. Das Teen People Magazin = Zeitschrift für Jugendliche (Mädchen Nr. 17/13, S. 7)
22. Your feelings = deine Gefühle (Mädchen Nr. 17/13, S. 8)
23. Get dressed = sich anziehen (Mädchen Nr. 17/13, S. 10)
24. Fair isn't just a fairytale = Fair ist nicht wie ein Märchen (Mädchen Nr. 17/13, S. 17)
25. One surf – two words = Name eines Fotoromans (Mädchen Nr. 17/13, S. 30)
26. Gegrillte chicken Wings = gegrillte Hühnerflügel (Mädchen Nr. 17/13, S. 42)
27. Tipps & Tricks = Ratschläge (Mädchen Nr. 17/13, S. 44)
28. Beauty & Style = Schönheit und Mode (Mädchen Nr. 17/13, S. 49)
29. Do it yourself = Mach das allein (Mädchen Nr. 17/13, S. 58)

## **Interjektionen**

1. Wow – Überraschung (Mädchen Nr. 17/13, S. 31)
2. Hey (Mädchen Nr. 17/13, S. 31)

# BRAVO

## Substantiven - Einzelwort

1. der Sex = der Geschlechtsverkehr (BRAVO Nr. 32/2013, S. 3)
2. das Pic = (picture) das Bild (BRAVO Nr. 32/2013, S. 3)
3. das Girl = das Mädels (BRAVO Nr. 32/2013, S. 3)
4. der Star = eine berühmte Person (BRAVO Nr. 32/2013, S. 4)
5. das Yoga = eine Sportart (BRAVO Nr. 32/2013, S. 4)
6. die Power = die Kraft (BRAVO Nr. 32/2013, S. 6)
7. der Stunt = gefährliches, akrobatisches Kunststück (BRAVO Nr. 32/2013, S. 6)
8. die App = die Applikation (BRAVO Nr. 32/2013, S. 7)
9. der Sticker = der Aufkleber (BRAVO Nr. 32/2013, S. 7)
10. die Attack = der Angriff (BRAVO Nr. 32/2013, S. 7)
11. der Look = das Aussehen (BRAVO Nr. 32/2013, S. 7)
12. die Party = das Fest (BRAVO Nr. 32/2013, S. 8)
13. das/der Movie = der Film (BRAVO Nr. 32/2013, S. 9)
14. der Boy = der Junge (BRAVO Nr. 32/2013, S. 10)
15. der Fun = der Spaß (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
16. das Shirt = das Hemd (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
17. der Song = das Lied (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
18. der Style = ein Stil (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
19. die Queen = die Königin (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
20. das Tablet = ein Typ des Computers (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
21. das Tattoo = die Tätowierung (BRAVO Nr. 32/2013, S. 14)
22. die Fans = die Anhänger (BRAVO Nr. 32/2013, S. 16)
23. der Fake = die Fälschung (BRAVO Nr. 32/2013, S. 16)
24. der Dildo = künstliche Nachbildung des Penis (BRAVO Nr. 32/2013, S. 16)
25. das Interview = eine gezielte Befragung (BRAVO Nr. 32/2013, S. 16)
26. das Selfie = ein Foto von einem selbst (BRAVO Nr. 32/2013, S. 16)
27. der Hottie = ein sexy aussehender Junge/Mann (BRAVO Nr. 32/2013, S. 17)
28. die Tour = die Rundfahrt (BRAVO Nr. 32/2013, S. 17)
29. die Mom = die Mutti (BRAVO Nr. 32/2013, S. 17)
30. der Dad = der Vati (BRAVO Nr. 32/2013, S. 17)



31. die Willys = die Penisse (BRAVO Nr. 32/2013, S. 17)
32. das Date = die Verabredung (BRAVO Nr. 32/2013, S. 18)
33. die Lady = die Frau (BRAVO Nr. 32/2013, S. 22)
34. der Talk = das Gespräch (BRAVO Nr. 32/2013, S. 22)
35. der Job = die Arbeit (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 22)
36. High Heels = die hochhackigen Schuhe (BRAVO Nr. 32/2013, S. 25)
37. Das Steak = ein Braten (BRAVO Nr. 32/2013, S. 25)
38. Accessoires = moderne Aufputze (BRAVO Nr. 32/2013, S. 25)
39. das Feeling = das Gefühl (BRAVO Nr. 32/2013, S. 25)
40. der Lover = der Liebhaber (BRAVO Nr. 32/2013, S. 26)
41. die Beauty = die Schöne (BRAVO Nr. 32/2013, S. 27)
42. der Crash = der Zusammenstoß (BRAVO Nr. 32/2013, S. 27)
43. das Shoppen = das Einkaufen (BRAVO Nr. 32/2013, S. 29)
44. das Baby = ein kleines Kind (BRAVO Nr. 32/2013, S. 29)
45. das Bike = kleines Motorrad (BRAVO Nr. 32/2013, S. 32)
46. der Biker = der Motorradfahrer (BRAVO Nr. 32/2013, S. 32)
47. das Club = der Klub (BRAVO Nr. 32/2013, S. 49)
48. der Clown = der Spaßmacher im Zirkus (BRAVO Nr. 32/2013, S. 52)
49. der Nerd = sehr intelligenter, aber sozial isolierter Computerfan (BRAVO Nr. 32/2013, S. 52)
50. die Action = die Aktion (BRAVO Nr. 32/2013, S. 52)
51. der Boss = der Chef, die Chefin (BRAVO Nr. 32/2013, S. 52)
52. der Lift = der Aufzug (BRAVO Nr. 32/2013, S. 53)
53. der Doc = der Arzt (BRAVO Nr. 32/2013, S. 53)
54. der Top = das Oberteil (BRAVO Nr. 32/2013, S. 56)
55. die Shorts = die Kurzhose (BRAVO Nr. 32/2013, S. 56)
56. die Sneakers = die Schuhe (BRAVO Nr. 32/2013, S. 56)
57. die Wedges = die Schuhe mit Keilabsatz (BRAVO Nr. 32/2013, S. 56)
58. das Styling = durch Frisur, Kleidung, Kosmetik bestimmte Aufmachung eines Menschen (BRAVO Nr. 32/2013, S. 56)
59. die Cap = die Mütze (BRAVO Nr. 32/2013, S. 56)
60. das Piercing = das Durchstechen der Haut zur Anbringung von Schmuck (BRAVO Nr. 32/2013, S. 58)

61. die Story = die Geschichte (BRAVO Nr. 32/2013, S. 66)
62. der Rapper = jemand, der rappt (BRAVO Nr. 32/2013, S. 66)
63. die Twins = die Zwillinge (BRAVO Nr. 32/2013, S. 68)
64. der Looping = Flug, bei dem das Flugzeug einen vertikalen Kreis umschreibt (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 70)
65. das/der Chart = eine Hitliste (BRAVO Nr. 32/2013, S. 74)
66. die/der Battle = Wettstreit beim Rap (BRAVO Nr. 32/2013, S. 77)
67. der/die Single = jemand ohne Lebenspartner/in (BRAVO, Nr. 15/2012, S. 3)
68. das Game = das Spiel (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
69. die Love = die Liebe (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
70. der Report = systematischer Bericht (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
71. der Shooting = das Fotografieren (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
72. View = die Aussicht (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
73. der Comic = Kurzform für Comicstrip (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
74. die News = die Nachrichten (BRAVO Nr. 15/2012, S. 4)
75. der Check = die Kontrolle (BRAVO Nr. 15/2012, S. 4)
76. der Sound = der Schall (BRAVO Nr. 15/2012, S. 4)
77. der Start = der Anfang (BRAVO Nr. 15/2012, S. 5)
78. der Fan = begeisterter Anhänger (BRAVO Nr. 15/2012, S. 6)
79. die Security = das Sicherheitsteam (BRAVO Nr. 15/2012, S. 6)
80. der Captain = der Kapitän (BRAVO Nr. 15/2012, S. 12)
81. der Trailer = ein abendteurerlicher Film (BRAVO Nr. 15/2012, S. 13)
82. das Sandwich = zwei zusammengeklappte belegte Brotscheiben (BRAVO Nr. 15/2012, S. 14)
83. der Clip = ein kurzes Video (BRAVO Nr. 15/2012, S. 16)
84. der Player = der Spieler (BRAVO Nr. 15/2012, S. 19)
85. die Single = das Lied (BRAVO Nr. 15/2012, S. 19)
86. die Granny = die Oma (BRAVO Nr. 15/2012, S. 19)
87. der Body = der Körper (BRAVO Nr. 15/2012, S. 19)
88. der Alien = der Außenseiter (BRAVO Nr. 15/2012, S. 19)
89. die Band = die Musikgruppe (BRAVO Nr. 15/2012, S. 21)
90. die Fashion = die Mode (BRAVO Nr. 15/2012, S. 29)
91. das Cover = das Titelblatt (BRAVO Nr. 15/2012, S. 53)

92. das Catering = Beschaffung von Lebensmitteln, Verpflegung (BRAVO Nr. 15/2012, S. 53)
93. die Street = die Straße (BRAVO Nr. 15/2012, S. 57)
94. der Dance = der Tanz (BRAVO Nr. 15/2012, S. 62)
95. das Training = eine planmäßige Durchführung von Übungen (BRAVO Nr. 15/2012, S. 66)
96. das Office = das Büro (BRAVO Nr. 15/2012, S. 67)
97. der Dress = das Kleid (BRAVO Nr. 15/2012, S. 71)

### ***Kompositum***

1. das Facebook = ein Sozialnetz (BRAVO Nr. 32/2013, S. 3)
2. das Supermodel = ein berühmtes Mannequin (BRAVO Nr. 32/2013, S. 4)
3. die BBF = die ABF (BRAVO Nr. 32/2013, S. 5)
4. das Smartphone = ein Handy (BRAVO Nr. 32/2013, S. 6)
5. das T-Shirt = ein Kleidungsstück (BRAVO Nr. 32/2013, S. 7)
6. das Outfit = die Kleidung (BRAVO Nr. 32/2013, S. 7)
7. der Nachtclub = das Nachtlokal (BRAVO Nr. 32/2013, S. 8)
8. die Newcomerin = eine Künstlerin, die in einer Branche neu ist (BRAVO Nr. 32/2013, S. 11)
9. die BFF = die ABF (BRAVO Nr. 32/2013, S. 12)
10. die Starfreundschaft = eine Freundschaft zwischen Prominenten (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
11. die Weltstar = eine weltberühmte Person (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
12. der Bitch-Fight = ein Luder-Kampf (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
13. die Fashion-Show = eine Modeschau (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
14. die Pool-Party = ein Fest beim Swimmingpool (BRAVO Nr. 32/2013, S. 14)
15. der B-Day = der Geburtstag (BRAVO Nr. 32/2013, S. 14)
16. der Boyfriend = der Freund (BRAVO Nr. 32/2013, S. 14)
17. das Comeback = Neubeginn einer Karriere (BRAVO Nr. 32/2013, S. 14)
18. der Superstar = eine sehr berühmte und populäre Person (BRAVO Nr. 32/2013, S. 14)
19. das Liebes-Comeback = Neubeginn einer Liebesbeziehung (BRAVO Nr. 32/2013, S. 18)

20. das Dinner-Date = eine Verabredung zum Abendessen (BRAVO Nr. 32/2013, S. 19)
21. die Shopping-Tour = eine Rundgang durch Geschäfte (BRAVO Nr. 32/2013, S. 19)
22. der Gentleman = Mann von Anstand, Lebensart und Charakter (BRAVO Nr. 32/2013, S. 19)
23. die Bade-Shorts = eine Badehose (BRAVO Nr. 32/2013, S. 20)
24. die Frucht-Cocktails = ein Mixgetränk mit Früchten (BRAVO Nr. 32/2013, S. 20)
25. die TV-Show = eine Schau im Fernsehen (BRAVO Nr. 32/2013, S. 22)
26. der Whirlpool = Bassin mit warmem, durch Düsen in brodelnde Bewegung gebrachtem Wasser (BRAVO Nr. 32/2013, S. 24)
27. das Keyboard = ein elektronisches Tasteninstrument (BRAVO Nr. 32/2013, S. 24)
28. der Cupcake = kleine gebackene Torte (BRAVO Nr. 32/2013, S. 25)
29. der Lollipop = der Lutscher (BRAVO Nr. 32/2013, S. 25)
30. das Softeis = sahniges Speiseeis (BRAVO Nr. 32/2013, S. 25)
31. das Highlight = der Höhepunkt (BRAVO Nr. 32/2013, S. 25)
32. der Traum-Dad = der Traum-Vati (BRAVO Nr. 32/2013, S. 29)
33. der Frontmann = die führende Person einer Musikgruppe (BRAVO Nr. 32/2013, S. 29)
34. die Reality-Show = Unterhaltungssendung im Fernsehen (BRAVO Nr. 32/2013, S. 30)
35. die Harley-Davidson-Fourty-Eight = ein Motorrad (BRAVO Nr. 32/2013, S. 32)
36. das Love-Talk = ein Liebesgespräch (BRAVO Nr. 32/2013, S. 49)
37. der Handy-Check = eine Handy-Kontrolle von Partner (BRAVO Nr. 32/2013, S. 49)
38. das WhatsApp = Applikation für Handys (BRAVO Nr. 32/2013, S. 49)
39. der Beziehungs-Killer = der Beziehungs-Mörder (BRAVO Nr. 32/2013, S. 49)
40. das Sandwich-Kind = das mittlere Kind (BRAVO Nr. 32/2013, S. 50)
41. der Teamplayer = ein im Team arbeitender Mensch (BRAVO Nr. 32/2013, S. 52)

42. der Nieten-Shopper = die Nieten-Tasche (BRAVO Nr. 32/2013, S. 56)
43. das Make-up = kosmetische Präparate, die der Verschönerung dienen (BRAVO Nr. 32/2013, S. 56)
44. der Streetstyle = der Straßenstil (BRAVO Nr. 32/2013, S. 57)
45. das Motocross = das Motorradrennen (BRAVO Nr. 32/2013, S. 58)
46. der Cheerleader = eine Gruppe Frauen, die bei Sportveranstaltungen ihr Team unterstützt (BRAVO Nr. 32/2013, S. 61)
47. der Soundtrack = die Filmmusik (BRAVO Nr. 32/2013, S. 74)
48. der Titelltrack = ein Titellied einer CD (BRAVO Nr. 32/2013, S. 74)
49. der Turbo-Start = ein schneller Anfang (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
50. das Newcomer-Duell = ein Kampf zwischen zwei Neulingen (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
51. der Fun-Test = der Spaß-Test (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
52. der DJ = der Discjockey (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
53. der PC = der Computer (BRAVO Nr. 15/2012, S. 4)
54. die Castingshow = eine Fernsehshow, in der es um das Besetzen einer Stelle geht (BRAVO Nr. 15/2012, S. 4)
55. die DVD = ein Datenträger , digitale vielseitig verwendbare Disc (BRAVO Nr. 15/2012, S. 5)
56. das TV = das Fernsehen (BRAVO Nr. 15/2012, S. 5)
57. die Bodyguard = die Leibwache (BRAVO Nr. 15/2012, S. 5)
58. die Boyband = die aus Jungen zusammengesetzte Musikgruppe (BRAVO Nr. 15/2012, S. 5)
59. die Skinny-Jeans = enge Jeans (BRAVO Nr. 15/2012, S. 8)
60. das Sweetheart = Liebster oder Liebste (BRAVO Nr. 15/2012, S. 9)
61. die Girlfriend = die Partnerin (BRAVO Nr. 15/2012, S. 23)
62. der Mega-Fun = ein großer Spaß (BRAVO Nr. 15/2012, S. 24)
63. der Goodlooker = ein gut aussehender Mensch (BRAVO Nr. 15/2012, S. 27)
64. der Online-Store = der Internet-Laden (BRAVO Nr. 15/2012, S. 28)
65. der Basketball = ein Teamspiel (BRAVO Nr. 15/2012, S. 51)
66. die Software = z.B. Betriebssystem und andere Computerprogramme (BRAVO Nr. 15/2012, S. 63)
67. der Catwalk = der Laufsteg (BRAVO Nr. 15/2012, S. 67)

68. das iPhone = mobiles Taschengerät zum Telefonieren, Surfen im Internet u. a.  
(BRAVO Nr. 15/2012, S. 77)

## **Adjektiven und Adverbien**

1. cool = klasse, geil, Hammer (BRAVO Nr. 32/2013, S. 3)
2. frozen = gefroren (BRAVO Nr. 32/2013, S. 4)
3. sexy = sexuell attraktiv (BRAVO Nr. 32/2013, S. 5)
4. in = angesagt, modern (BRAVO Nr. 32/2013, S. 6)
5. out = das Gegenteil von „in“ (BRAVO Nr. 32/2013, S. 7)
6. bitchy = bissig (BRAVO Nr. 32/2013, S. 12)
7. happy = glücklich (BRAVO Nr. 32/2013, S. 14)
8. okay = in Ordnung (BRAVO Nr. 32/2013, S. 14)
9. hotter = heißer (BRAVO Nr. 32/2013, S. 17)
10. hot = heiß (BRAVO Nr. 32/2013, S. 17)
11. backstage = im Bereich hinter der Bühne (BRAVO Nr. 32/2013, S. 19)
12. single = ohne Lebenspartner (BRAVO Nr. 32/2013, S. 22)
13. sweet = süß (BRAVO Nr. 32/2013, S. 24)
14. next = der/die/das nächste (BRAVO Nr. 32/2013, S. 25)
15. easy = einfach (BRAVO Nr. 32/2013, S. 49)
16. teamfähig = in der Lage, in einem Team arbeiten (BRAVO Nr. 32/2013, S. 51)
17. chillig = entspannt (BRAVO Nr. 32/2013, S. 51)
18. crazy = verrückt (BRAVO Nr. 32/2013, S. 61)
19. quick = schnell (BRAVO Nr. 32/2013, S. 68)
20. dirty = dreckig (BRAVO Nr. 32/2013, S. 68)
21. live = in realer Anwesenheit (BRAVO Nr. 32/2013, S. 78)
22. extra = außerordentlich (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
23. black = schwarz (BRAVO Nr. 15/2012, S. 4)
24. sugar-sweet = zuckersüß (BRAVO Nr. 15/2012, S. 9)
25. clever = klug (BRAVO Nr. 15/2012, S. 13)
26. scary = schaurig (BRAVO Nr. 15/2012, S. 54)
27. outdoor = im Freien (BRAVO Nr. 15/2012, S. 63)
28. online = ans Internet angeschlossen (BRAVO Nr. 15/2012, S. 71)

29. uncool = nicht lässig (BRAVO Nr. 15/2012, S. 77)
30. my = mein (BRAVO Nr. 15/2012, S. 77)

## Verben

1. daten j-n. = eine Verabredung mit jm. haben (BRAVO Nr. 32/2013, S. 9)
2. checken = kontrollieren (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
3. grillen = auf einem Grill rösten (BRAVO Nr. 32/2013, S. 49)
4. babysitten = sich um ein Baby kümmern (BRAVO Nr. 32/2013, S. 52)
5. joggen = rennen (BRAVO Nr. 32/2013, S. 53)
6. stalken = jemanden verfolgen (BRAVO Nr. 32/2013, S. 61)
7. posten = in Internetforum schreiben (BRAVO Nr. 32/2013, S. 65)
8. biken = Fahrrad fahren (BRAVO Nr. 32/2013, S. 70)
9. interviewen = mit jemandem ein Gespräch führen (BRAVO Nr. 32/2013, S. 75)
10. downloaden = herunterladen (BRAVO Nr. 15/2012, S. 74)
11. twittern = Kurznachrichten über das Internet senden/empfangen (BRAVO Nr. 15/2012, S. 75)

## Englische Slogans

1. Happy Meal = „glückliches Essen“; Kinderessen bei McDonald’s (BRAVO Nr. 32/2013, S. 7)
2. It ’s off = Es ist vorbei (BRAVO Nr. 32/2013, S. 9)
3. What the fuck?! = Was zum Teufel (BRAVO Nr. 32/2013, S. 11)
4. OMG ; Oh, my God = Oh, mein Gott (BRAVO Nr. 32/2013, S. 13)
5. Home, sweet home = Trautes Heim (BRAVO Nr. 32/2013, S. 23)
6. Go for it! = Auf geht ’s! (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 61)
7. Miss Perfect = Fräulein Perfekt (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 62)
8. Good luck = Viel Glück (BRAVO, Nr. 32/2013, S. 63)
9. Der Best Song Ever = der allerbeste Song (BRAVO Nr. 32/2013, S. 74)
10. Dating Tipps = Ratschläge für eine Verabredung (BRAVO Nr. 15/2012, S. 3)
11. Top or Flop = in oder out (BRAVO Nr. 15/2012, S. 9)
12. die High School = die Mittelschule (BRAVO Nr. 15/2012, S. 12)
13. Fast Food = Schnellgaststätte (BRAVO Nr. 15/2012, S. 51)

14. Nordic Walking = Gehweise mit hüfthohen Stöcken (BRAVO Nr. 15/2012, S. 51)
15. Time of my life = Die beste Zeit meines Lebens (BRAVO Nr. 15/2012, S. 54)
16. 4 you = für dich (BRAVO Nr. 15/2012, S. 78)

### **Interjektionen**

1. Ups! = Hoppla! (BRAVO Nr. 32/2013, S. 8)
2. Hicks! = Bauz! (BRAVO Nr. 32/2013, S. 8)
3. Sorry = Entschuldigung (BRAVO Nr. 32/2013, S. 14)
4. wow = Ausruf der Überraschung (BRAVO Nr. 32/2013, S. 52)
5. wuff = wau (BRAVO Nr. 32/2013, S. 61)



# HEY!

## Substantiven - Einzelwort

1. der/das Poster = das Plakat (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
2. der Check = die Kontrolle (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
3. die Fans = die Anhänger (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
4. der Fun = der Spaß (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
5. der Fact = die Tatsache (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
6. das Interview = eine gezielte Befragung (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
7. die Coloration = die Färbung (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
8. die Trends = eine Richtung der Mode (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
9. das/der Chart = eine Hitliste (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
10. die Girls = die Mädels (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
11. der Song = das Lied (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
12. der/das Tattoo = die Tätowierung (Hey! Nr. 08/2011, S. 4)
13. das Game = das Spiel (Hey! Nr. 08/2011, S. 4)
14. das Team = die Mannschaft (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
15. der Boy = der Junge (Hey! Nr. 08/2011, S. 6)
16. die Location = eine Lokalität (Hey! Nr. 08/2011, S. 10)
17. der/die Single = eine Person ohne Lebenspartner (Hey! Nr. 08/2011, S. 10)
18. das Casting = Auswahl der für eine bestimmte Rolle geeigneten Person (Hey!  
Nr. 08/2011, S. 10)
19. das Training = eine planmäßige Durchführung von Übungen (Hey! Nr.  
08/2011, S. 10)
20. der Job = die Arbeit (Hey! Nr. 08/2011, S. 11)
21. das Date = die Verabredung (Hey! Nr. 08/2011, S. 11)
22. der Manager = eine leitende Persönlichkeit eines großen Unternehmens (Hey!  
Nr. 08/2011, S. 11)
23. die Shorts = die Kurzhose (Hey! Nr. 08/2011, S. 12)
24. der Sound = der Schall (Hey! Nr. 08/2011, S. 13)
25. der/das Service = der Kundendienst (Hey! Nr. 08/2011, S. 14)
26. der Snack = der Imbiss (Hey! Nr. 08/2011, S. 14)
27. der Look = das Aussehen (Hey! Nr. 08/2011, S. 14)

28. das Display = der Bildschirm (Hey! Nr. 08/2011, S. 14)
29. der Style = ein Stil (Hey! Nr. 08/2011, S. 14)
30. die Cat = die Katze, ein hübsches Mädchen (Hey! Nr. 08/2011, S. 15)
31. die Cap = die Mütze (Hey! Nr. 08/2011, S. 17)
32. die Lady = eine Frau (Hey! Nr. 08/2011, S. 17)
33. der Star = eine berühmte Person (Hey! Nr. 08/2011, S. 18)
34. das Accessoire = modisches Zubehör zur Kleidung, zur Wohnung, zum Auto u. Ä. (Hey! Nr. 08/2011, S. 18)
35. der Flash = ein Rückblick (Hey! Nr. 08/2011, S. 20)
36. der Lover = der Liebhaber (Hey! Nr. 08/2011, S. 20)
37. die Single = eine CD mit einem oder zwei Titeln (Hey! Nr. 08/2011, S. 20)
38. der Fact = die Tatsache (Hey! Nr. 08/2011, S. 20)
39. das Ticket = die Eintrittskarte (Hey! Nr. 08/2011, S. 21)
40. die News = die Nachrichten (Hey! Nr. 08/2011, S. 22)
41. das/der Glamour = der Glanz (Hey! Nr. 08/2011, S. 23)
42. der Fake = die Fälschung (Hey! Nr. 08/2011, S. 23)
43. der Kick = Stoß mit dem Fuß (Hey! Nr. 08/2011, S. 26)
44. das Poster = das Plakat (Hey! Nr. 08/2011, S. 28)
45. der Body = der Körper (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
46. die Mum = die Mutti (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
47. der Dad = der Vati (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
48. das Musical = populäre Gattung des Musiktheaters (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
49. der Rapper = jemand, der rappt (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
50. die Attack = der Angriff (Hey! Nr. 08/2011, S. 75)
51. der Darling = der Liebling (Hey! Nr. 08/2011, S. 75)
52. die Power = die Kraft (Hey! Nr. 08/2011, S. 76)
53. der Fun = der Spaß (Hey! Nr. 08/2011, S. 78)
54. die Sneakers = die Schuhe (Hey! Nr. 08/2011, S. 79)
55. High Heels = die hochhackigen Schuhe (Hey! Nr. 08/2011, S. 79)
56. der/das Gloss = (der/das Lipgloss) ein kosmetisches Mittel (Hey! Nr. 08/2011, S. 81)
57. der Punk = ein Anhänger des Punks (Hey! Nr. 08/2011, S. 81)
58. das Handy = das Mobiltelefon (Hey! Nr. 08/2011, S. 92)

59. der/das Event = besonderes Ereignis (Hey! Nr. 08/2011, S. 93)
60. das Piercing = das Durchstechen der Haut zur Anbringung von Schmuck (Hey! Nr. 08/2011, S. 96)
61. die Stage = die Bühne (Hey! Nr. 08/2011, S. 97)
62. die Bitch = das Luder (Hey! Nr. 06/2014, S. 5)
63. der Joke = der Witz (Hey! Nr. 06/2014, S. 3)
64. der Hype = die Werbung (Hey! Nr. 06/2014, S. 4)
65. der Follower = ein regelmäßiger Empfänger einer Nachricht beim Twittern (Hey! Nr. 06/2014, S. 6)
66. das Shoppen = das Einkaufen (Hey! Nr. 06/2014, S. 6)
67. die Kids = die Kinder (Hey! Nr. 06/2014, S. 7)
68. die Beautys = die schönen Frauen (Hey! Nr. 06/2014, S. 10)
69. die Friends = die Freunde (Hey! Nr. 06/2014, S. 12)
70. der Hater = der Hassler (Hey! Nr. 06/2014, S. 13)
71. die Crew = das Personal (Hey! Nr. 06/2014, S. 14)
72. die Family = die Familie (Hey! Nr. 06/2014, S. 15)
73. moustache = der Schnauzbart (Hey! Nr. 06/2014, S. 15)
74. der User = der Benutzer (Hey! Nr. 06/2014, S. 16)
75. der Junkie = in fortgeschrittenem Stadium drogenabhängige Person (Hey! Nr. 06/2014, S. 16)
76. der Move = die Bewegung (Hey! Nr. 06/2014, S. 17)
77. das Image = das Aussehen (Hey! Nr. 06/2014, S. 17)
78. die Promotion = die Werbung (Hey! Nr. 06/2014, S. 18)
79. das/der Movie = der Film (Hey! Nr. 06/2014, S. 20)
80. die Sis = (sister) die Schwester (Hey! Nr. 06/2014, S. 22)
81. das Pic = (picture) das Bild (Hey! Nr. 06/2014, S. 22)
82. das Rugby = ein Kampfsport mit einem eiförmigen Ball (Hey! Nr. 06/2014, S. 22)
83. der Support = eine Hilfe, eine Unterstützung (Hey! Nr. 06/2014, S. 23)
84. die Band = die Musikgruppe (Hey! Nr. 06/2014, S. 23)
85. das Handy = ein Mobiltelefon (Hey! Nr. 06/2014, S. 23)
86. der Manager = geschäftlicher Betreuer von Künstlern (Hey! Nr. 06/2014, S. 24)

87. der Speaker = der Lautsprecher (Hey! Nr. 06/2014, S. 24)
88. der Channel = ein Fernsehkanal (Hey! Nr. 06/2014, S. 24)
89. die Rabbits = die Kaninchen (Hey! Nr. 06/2014, S. 25)
90. das Shopping = das Einkaufen (Hey! Nr. 06/2014, S. 68)
91. Mr. (mister) der Herr (Hey! Nr. 06/2014, S. 68)
92. der/das Ketchup = die Tomatensoße (Hey! Nr. 06/2014, S. 69)
93. die City = die Stadt (Hey! Nr. 06/2014, S. 70)
94. das Mobbing = das Mobben, die Schikane (Hey! Nr. 06/2014, S. 72)
95. die Teens = die Jugendlichen (Hey! Nr. 06/2014, S. 73)
96. der Coach = der Trainer (Hey! Nr. 06/2014, S. 74)
97. Eyes = die Augen (Hey! Nr. 06/2014, S. 76)
98. die Mascara = die Wimpertusche (Hey! Nr. 06/2014, S. 76)
99. die Page = die Seite (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)
100. die Feelings = die Gefühle (Hey! Nr. 06/2014, S. 82)
101. das Dinner = das Abendessen (Hey! Nr. 06/2014, S. 88)
102. der Hottie = ein sexy aussehender Junge/Mann (Hey! Nr. 06/2014, S. 89)
103. der Gig = Auftritt einer Band (Hey! Nr. 06/2014, S. 89)

### ***Kompositum***

1. der Traumboy = der Traumjunge (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
2. der Star-Duft = ein Duft, der von Prominenten verwendet wird (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
3. die Style-Ecke = eine Rubrik über Mode (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
4. R'n'B-Queen = Königin eines bestimmten Musikgenre (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
5. der Newcomer = jemand, der in einer Branche neu ist (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
6. die US-Comedy-Show = eine amerikanische Komödienfernsehsendung (Hey! Nr. 08/2011, S. 4)
7. das Outfit = die Kleidung (Hey! Nr. 08/2011, S. 5)
8. das Internet = ist ein weltweiter Verbund von Rechnernetzwerken (Hey! Nr. 08/2011, S. 5)
9. das Facebook = ein Sozialnetz (Hey! Nr. 08/2011, S. 5)
10. der SMS = eine kurze Nachricht beim Mobilfunk (Hey! Nr. 08/2011, S. 7)

11. Star-Secret = ein Geheimnis der Prominenten (Hey! Nr. 08/2011, S. 7)
12. der Teenager = der Jugendliche (Hey! Nr. 08/2011, S. 9)
13. der Superdad = der Supervati (Hey! Nr. 08/2011, S. 9)
14. die Konzert-Tickets = die Konzertkarten (Hey! Nr. 08/2011, S. 10)
15. das Showbusiness = die Unterhaltungsindustrie (Hey! Nr. 08/2011, S. 10)
16. die Aftershowparty = eine nach einem Konzert oder einer Show stattfindende Party (Hey! Nr. 08/2011, S. 11)
17. die BBF = die ABF (Hey! Nr. 08/2011, S. 11)
18. die Frucht-Cocktails = Mixgetränke mit Früchten (Hey! Nr. 08/2011, S. 15)
19. der Dreamboy = der Traumjunge (Hey! Nr. 08/2011, S. 16)
20. der Jackpot = der Gewinn (Hey! Nr. 08/2011, S. 16)
21. die Sitcom = die Situationskomödie (Hey! Nr. 08/2011, S. 20)
22. der Insider = jemand, der bestimmte Dinge oder Verhältnisse genau kennt (Hey! Nr. 08/2011, S. 22)
23. der Newsticker = Spalte einer Homepage mit Nachrichten, die ständig aktualisiert werden (Hey! Nr. 08/2011, S. 22)
24. das Netbook = kleinformatiges Notebook (Hey! Nr. 08/2011, S. 23)
25. die Girlband = die aus Mädchen zusammengesetzte Musikgruppe (Hey! Nr. 08/2011, S. 24)
26. der/das Blu-ray = ein Datenträger (Hey! Nr. 08/2011, S. 24)
27. die DVD = ein Datenträger, digitale vielseitig verwendbare Disc (Hey! Nr. 08/2011, S. 24)
28. die Boyband = die aus Jungen zusammengesetzte Musikgruppe (Hey! Nr. 08/2011, S. 25)
29. der Crashtest = Test, mit dem das Unfallverhalten von Kraftfahrzeugen ermittelt wird (Hey! Nr. 08/2011, S. 26)
30. die Pop-Lady = eine Pop-Sängerin (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
31. der Songwriter = jemand, der Liedertexte schreibt (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
32. das Single-Girl = ein Mädchen ohne Partner (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
33. das Comeback = Neubeginn einer Karriere (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
34. die Facebook-Seite (Hey! Nr. 08/2011, S. 74)
35. der Popstar = eine berühmte Persönlichkeit, die Popp singt (Hey! Nr. 08/2011, S. 74)

36. der Facebook-User = jemand, der Facebook benutzt (Hey! Nr. 08/2011, S. 75)
37. die Internet-Community = eine Internet-Gemeinschaft (Hey! Nr. 08/2011, S. 75)
38. das Dream-Team = ideal zusammengesetztes Team (Hey! Nr. 08/2011, S. 76)
39. die Modedesignerin = eine Fachkraft im Bereich der Mode (Hey! Nr. 08/2011, S. 78)
40. der Trendscout = jemand, der Trends nachspürt (Hey! Nr. 08/2011, S. 81)
41. der Comic-Print = Druck der Comics-Helden auf Kleidung (Hey! Nr. 08/2011, S. 80)
42. die Top-Handy-Sounds = die Lieblingsklingeltöne (Hey! Nr. 08/2011, S. 82)
43. die Dance-Tracks = Tanzmusikstücke (Hey! Nr. 08/2011, S. 82)
44. der Shootingstar = eine Person, die schnell an die Spitze gelangte (Hey! Nr. 08/2011, S. 83)
45. der Dancefloor = eine Tanzfläche (Hey! Nr. 08/2011, S. 83)
46. der Soundtrack = die Filmmusik (Hey! Nr. 08/2011, S. 83)
47. das Wallpaper = die Tapete (Hey! Nr. 06/2014, S. 3)
48. die Message-Kette = eine Kette von Nachrichten (Hey! Nr. 06/2014, S. 3)
49. das Must-Have = etwas, was man wirklich haben muss (Hey! Nr. 06/2014, S. 3)
50. das Must-See = etwas, was man wirklich sehen muss (Hey! Nr. 06/2014, S. 3)
51. Starnews = Nachrichten über Prominenten (Hey! Nr. 06/2014, S. 5)
52. der Fitness-Move = eine Fitness-Bewegung (Hey! Nr. 06/2014, S. 5)
53. das Cool-down = Gesamtheit von Übungen am Ende einer Trainingseinheit (Hey! Nr. 06/2014, S. 6)
54. die Flower-Power = Schlagwort der Hippies (Hey! Nr. 06/2014, S. 7)
55. das i-Phone = ein Handy (Hey! Nr. 06/2014, S. 8)
56. Star-Secret = ein Geheimnis der Prominenten (Hey! Nr. 06/2014, S. 8)
57. das Partygirl = [leichtlebige] junge Frau, die sich gern auf Partys vergnügt (Hey! Nr. 06/2014, S. 9)
58. der Flatscreen (der Flatscreen-Fernseher) = ein Flachbildschirmfernseher (Hey! Nr. 06/2014, S. 9)
59. der Sexappeal = die Attraktivität (Hey! Nr. 06/2014, S. 10)
60. die Liveshow = live übertragene Show (Hey! Nr. 06/2014, S. 8)

61. das Playback = bei Aufzeichnungen bzw. Sendungen nach dem Play-back-Verfahren verwendete Tonaufnahme (Hey! Nr. 06/2014, S. 15)
62. das Smartphone = ein Handy (Hey! Nr. 06/2014, S. 16)
63. das No-Go = das Tabu (Hey! Nr. 06/2014, S. 16)
64. der Blowjob = der Oralsex (Hey! Nr. 06/2014, S. 16)
65. Red-Carpet-Veranstaltung = Veranstaltung mit einem roten Teppich (Hey! Nr. 06/2014, S. 22)
66. Billboard = ein Plakatwand (Hey! Nr. 06/2014, S. 22)
67. die Highschool = die Mittelschule (Hey! Nr. 06/2014, S. 25)
68. der Sixpack = der Waschbrettbauch (Hey! Nr. 06/2014, S. 68)
69. die Fashion-Show = die Modeschau (Hey! Nr. 06/2014, S. 68)
70. das Popcorn = der Puffmais (Hey! Nr. 06/2014, S. 69)
71. das Sweetheart = Liebste, Liebster (Hey! Nr. 06/2014, S. 70)
72. das Business = das Geschäft (Hey! Nr. 06/2014, S. 70)
73. das T-Shirt = ein Kleidungsstück (Hey! Nr. 06/2014, S. 71)
74. das Mobbingopfer = jemand, der gemobbt wird (Hey! Nr. 06/2014, S. 73)
75. der/das Blackout = zeitweiliger Ausfall des Seh- und Erinnerungsvermögens (Hey! Nr. 06/2014, S. 73)
76. Online-Shops = Geschäfte im Internet (Hey! Nr. 06/2014, S. 74)
77. das Make-up = kosmetische Präparate, die der Verschönerung dienen (Hey! Nr. 06/2014, S. 74)
78. die Fastfood-Kette = eine Kette von Schnellgaststätten (Hey! Nr. 06/2014, S. 75)
79. der All-Day-Look = das Aussehen für jede Gelegenheit (Hey! Nr. 06/2014, S. 76)
80. der Eyeliner = flüssiges Kosmetikum zum Ziehen eines Lidstriches (Hey! Nr. 06/2014, S. 76)
81. die Music-School = die Musikschule (Hey! Nr. 06/2014, S. 78)
82. die Networks (social) = Vernetzungen mehrerer Sender zu großflächige großflächiger Verteilung (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)
83. der Shitstorm = Sturm der Entrüstung in einem Kommunikationsmedium (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)
84. Cyber-Bullys = Leute, die anonym im Netz lästern (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)

## *Adjektive und Adverbien*

1. cool = klasse, geil, Hammer (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
2. gestylt = schick (Hey! Nr. 08/2011, S. 5)
3. easy = einfach (Hey! Nr. 08/2011, S. 12)
4. sexy = sexuell attraktiv (Hey! Nr. 08/2011, S. 12)
5. online = ans Internet angeschlossen (Hey! Nr. 08/2011, S. 12)
6. out = unmodern, peinlich (Hey! Nr. 08/2011, S. 14)
7. in = angesagt (Hey! Nr. 08/2011, S. 14)
8. uncool = nicht lässig, peinlich, out (Hey! Nr. 08/2011, S. 18)
9. girly = mädchenhaft (Hey! Nr. 08/2011, S. 18)
10. trendy = modern (Hey! Nr. 08/2011, S. 23)
11. okay = in Ordnung (Hey! Nr. 08/2011, S. 26)
12. sweet = süß (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
13. extrem = äußerst (Hey! Nr. 08/2011, S. 77)
14. clever = klug (Hey! Nr. 08/2011, S. 80)
15. live = in realer Anwesenheit (Hey! Nr. 08/2011, S. 83)
16. funny = witzig (Hey! Nr. 06/2014, S. 3)
17. handysüchtig = abhängig von einem Mobiltelefon (Hey! Nr. 06/2014, S. 3)
18. chillaxt = eine Wortkreation aus relaxen und chillen; extrem entspannt (Hey! Nr. 06/2014, S. 6)
19. hot = heiß (Hey! Nr. 06/2014, S. 10)
20. crazy = verrückt (Hey! Nr. 06/2014, S. 15)
21. sad = traurig (Hey! Nr. 06/2014, S. 15)
22. red = rot (Hey! Nr. 06/2014, S. 15)
23. new = neu (Hey! Nr. 06/2014, S. 15)
24. smart = klug (Hey! Nr. 06/2014, S. 16)
25. fame = berühmt (Hey! Nr. 06/2014, S. 22)
26. happy = glücklich (Hey! Nr. 06/2014, S. 23)
27. forever = für immer (Hey! Nr. 06/2014, S. 23)
28. edgy = trendy (Hey! Nr. 06/2014, S. 68)
29. chillig = entspannt (Hey! Nr. 06/2014, S. 70)
30. bright = strahlend (Hey! Nr. 06/2014, S. 76)



31. metallic = metallisch schimmernd und dabei von einem gewissen matten Glanz (Hey! Nr. 06/2014, S. 76)
32. social = sozial (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)

## Verben

1. daten j-n. = eine Verabredung mit jm. haben (Hey! Nr. 08/2011, S. 7)
2. sich stylen = hier im Sinne „sich aufdonnern“ (Hey! Nr. 08/2011, S. 18)
3. touren = auf Tournee gehen (Hey! Nr. 08/2011, S. 20)
4. chillen = sich erholen (Hey! Nr. 08/2011, S. 21)
5. shoppen = einkaufen (Hey! Nr. 08/2011, S. 24)
6. twittern = Kurznachrichten über das Internet senden/empfangen (Hey! Nr. 08/2011, S. 24)
7. skaten = das Skateboarden, auf dem Rollbrett fahren (Hey! Nr. 08/2011, S. 27)
8. von etw. rocken = sich begeistern für etw. (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
9. rappen = Rapmusik machen (Hey! Nr. 08/2011, S. 73)
10. bowlen = Bowling spielen (Hey! Nr. 08/2011, S. 78)
11. grooven = Jazz-, Popmusik spielen oder dazu tanzen (Hey! Nr. 08/2011, S. 82)
12. einchecken = sich im Hotel anmelden (Hey! Nr. 08/2011, S. 82)
13. foulen = jn. zu Fall bringen (Hey! Nr. 08/2011, S. 96)
14. chatten = sich an einem Chat beteiligen (Hey! Nr. 06/2014, S. 16)
15. jobben = arbeiten (Hey! Nr. 06/2014, S. 23)
16. posten = in Internetforum schreiben (Hey! Nr. 06/2014, S. 23)
17. liken = ein „Like“ im Facebook geben (Hey! Nr. 06/2014, S. 23)
18. joggen = laufen (Hey! Nr. 06/2014, S. 79)

## Englische Slogans

1. In & Out = angesagt und unmodern (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
2. Kino & TV = Kino und Fernseher (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
3. Top-Filme & News = Filme, die an der Hitliste sind, und die Neuigkeiten (Hey! Nr. 08/2011, S. 3)
4. Gossip & more = Klatsch und mehr (Hey! Nr. 08/2011, S. 4)
5. Mr. Right = der rechte Mann (Hey! Nr. 08/2011, S. 11)
6. Happy End = ein glückliches Ende (Hey! Nr. 08/2011, S. 76)

7. Hi! = Hallo (Hey! Nr. 08/2011, S. 92)
8. Meet & greet = ein arrangiertes Treffen mit einer berühmten Person (Hey! Nr. 08/2011, S. 97)
9. I miss you = ich vermisse dich (Hey! Nr. 06/2014, S. 4)
10. OMG ; Oh, my God = Oh, mein Gott (Hey! Nr. 06/2014, S. 8)
11. Girls vs. Boys = Mädchen gegen Jungen (Hey! Nr. 06/2014, S. 10)
12. is back = ist zurück (Hey! Nr. 06/2014, S. 12)
13. too much = zu viel (Hey! Nr. 06/2014, S. 13)
14. pimp your room = verändere dein Zimmer (Hey! Nr. 06/2014, S. 14)
15. clean sein = ohne Drogen (Hey! Nr. 06/2014, S. 14)
16. what? = was? (Hey! Nr. 06/2014, S. 15)
17. don't talk, just kiss = spreche nicht, küsse nur (Hey! Nr. 06/2014, S. 15)
18. real Life = das wirkliche Leben (Hey! Nr. 06/2014, S. 16)
19. one Dream, one Band = ein Traum, eine Band (Hey! Nr. 06/2014, S. 22)
20. Keep cool! = Bewahre dein Coolsein, deine Ruhe (Hey! Nr. 06/2014, S. 23)
21. bad Day = der schlechte Tag (Hey! Nr. 06/2014, S. 68)
22. true Love = die echte Liebe (Hey! Nr. 06/2014, S. 68)
23. Stop hating me = Hör auf mich zu hassen (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)
24. WTF? = Was zum Teufel? (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)
25. Thumbs up = Likes, „Gefällt mir“ (Hey! Nr. 06/2014, S. 81)
26. Take me back = Nimm mich zurück (Hey! Nr. 06/2014, S. 89)

## **Interjektionen**

1. upps = Oje! (Hey! Nr. 08/2011, S. 4)
2. wow = Ausruf der Überraschung (Hey! Nr. 08/2011, S. 23)
3. yummy = njam (Hey! Nr. 06/2014, S. 6)
4. yippie = juhu (Hey! Nr. 06/2014, S. 24)
5. sorry = Entschuldigung (Hey! Nr. 08/2011, S. 91)