

Mahmoud Abdallah Nazlawy

# Werbesprache im Deutschen und Arabischen und die kulturelle Problematik ihrer Übersetzung

Eine linguistisch-interkulturelle  
kontrastive Studie



PETER LANG  
EDITION

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 0 Einleitung .....                                                                   | 19 |
| 0.1 Begründung der Themenwahl .....                                                  | 20 |
| 0.2 Stand der Forschung .....                                                        | 22 |
| 0.3 Ziel der Arbeit .....                                                            | 25 |
| 0.4 Aufbau und Methodik der Arbeit .....                                             | 26 |
| 0.5 Exkurs: Einblick in die arabische Sprache .....                                  | 33 |
| 0.5.1 Historische Aspekte des Arabischen .....                                       | 33 |
| 0.5.2 Allgemeine sprachtypologische und phonologische Grundzüge des Arabischen ..... | 35 |
| 0.5.3 Die Morphologie .....                                                          | 36 |
| 0.5.4 Wortarten im Arabischen .....                                                  | 36 |
| 0.5.5 Satzarten im Arabischen .....                                                  | 39 |
| Teil I: Linguistische Analyse der Werbesprache .....                                 | 43 |
| 1 Theoretische Vorbemerkungen .....                                                  | 47 |
| 1.1 Was ist Werbung? .....                                                           | 47 |
| 1.2 Was ist Werbesprache? .....                                                      | 54 |
| 1.3 Textsorte und Textfunktion der Werbeanzeigen .....                               | 64 |
| 2 Aufbau und Gestaltung der Werbeanzeige .....                                       | 71 |
| 2.0 Allgemein .....                                                                  | 71 |
| 2.1 Schlagzeile .....                                                                | 74 |
| 2.2 Slogan .....                                                                     | 75 |
| 2.3 Fließtext .....                                                                  | 78 |
| 2.4 Produkt- und Markenname .....                                                    | 79 |
| 2.5 Preis .....                                                                      | 80 |
| 2.6 Adds .....                                                                       | 82 |
| 3 Sprachbezogene Analyse der Werbesprache .....                                      | 85 |
| 3.0 Allgemein .....                                                                  | 85 |
| 3.1 Die Syntax der deutschen Werbesprache .....                                      | 86 |
| 3.1.1 Die Satzebene .....                                                            | 86 |
| 3.1.2 Die Satzarten .....                                                            | 89 |
| 3.1.3 Die Wortarten .....                                                            | 92 |

|                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.1.4 Wortbildung in der Werbesprache .....                           | 94  |
| 3.1.5 Fremdsprachliche Elemente .....                                 | 97  |
| 3.2 Die Syntax der arabischen Werbesprache .....                      | 104 |
| 3.2.1 Die Satzebene .....                                             | 105 |
| 3.2.2 Satzarten .....                                                 | 109 |
| 3.2.3 Die Wortarten .....                                             | 111 |
| 3.2.4 Fremdsprachliche Elemente .....                                 | 114 |
| 3.2.5 Schlüssel- und Reizwörter in der Werbung.....                   | 118 |
| 3.3 Rhetorische Figuren in der Werbung .....                          | 121 |
| 3.3.1 Rhetorische Figuren in der deutschen Werbung .....              | 123 |
| 3.3.2 Rhetorische Figuren in der arabischen Werbung .....             | 131 |
| 3.4 Bild-Text-Beziehung .....                                         | 135 |
| 4 Techniken und Funktionen der Werbung .....                          | 151 |
| 4.1 Pragmatische Perspektiven – Absicht, Form, Inhalt .....           | 151 |
| 4.2 Ziel und Funktion der Werbung .....                               | 156 |
| 4.3 Werbesprache und Kultur .....                                     | 162 |
| 4.4 Ist eine globale Standardisierung der Werbung möglich? .....      | 169 |
| 5 Resümee .....                                                       | 175 |
| Teil II Übersetzungstheorie und die Übersetzung von Werbetexten ..... | 181 |
| 0 Einführung .....                                                    | 185 |
| 1 Theoretische Vorbemerkungen.....                                    | 187 |
| 1.1 Was ist Übersetzung? .....                                        | 187 |
| 1.2 Übersetzung im Kommunikationsprozess.....                         | 193 |
| 1.3 Aufgabe des Übersetzers .....                                     | 198 |
| 2 Übersetzungstheorie.....                                            | 205 |
| 2.0 Allgemein .....                                                   | 205 |
| 2.1 Hieronymus .....                                                  | 207 |
| 2.2 Luther .....                                                      | 210 |
| 2.3 Schleiermacher .....                                              | 213 |
| 2.4 Humboldt .....                                                    | 219 |
| 2.5 Skopostheorie (Reiß/Vermeer).....                                 | 222 |
| 2.6 Hermeneutik .....                                                 | 228 |

|                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.7 Übersetzbarkeit vs. Unübersetzbarkeit.....                                                     | 231 |
| 2.8 Der Begriff der Äquivalenz .....                                                               | 237 |
| 3 Übersetzung von Werbetexten .....                                                                | 245 |
| 3.1 Übersetzbarkeit vs. Unübersetzbarkeit von Werbetexten .....                                    | 245 |
| 3.2 Spezielle Übersetzungsprobleme bei Werbetexten .....                                           | 251 |
| 3.3 Die Übersetzung von Metaphern und Wortspielen in der Werbung.....                              | 264 |
| 3.4 Die Übersetzung von Eigen- und Markennamen in der Werbung.....                                 | 266 |
| 4 Resümee .....                                                                                    | 269 |
| Teil III: Übersetzungsbezogene Analyse von Werbeanzeigen.....                                      | 273 |
| 0 Einführung .....                                                                                 | 279 |
| 0.1 Zur Auswahl des Übersetzungskorpus aus dem gesamten Material.....                              | 280 |
| 0.2 Zur Übersetzungsmethode.....                                                                   | 280 |
| 0.3 Die Definition von <i>Situation</i> in der Werbung .....                                       | 281 |
| 0.4 Zweck der Übersetzung als übergeordnetes translatorisches Gebot.....                           | 282 |
| 1 Übersetzung von Werbeanzeigen für Automobile.....                                                | 285 |
| 1.1 Deutsche und arabische Printanzeigen für <i>BMW 3er-Serie</i> .....                            | 285 |
| 1.1.1 Übersetzungsbezogene Analyse der deutschen Anzeige für<br><i>BMW 3er-Serie</i> .....         | 285 |
| 1.1.2 Übersetzungsbezogene Analyse der arabischen Anzeige für<br><i>BMW 3er-Serie</i> .....        | 287 |
| 1.1.3 Übersetzungsvorschläge .....                                                                 | 289 |
| 1.1.3.1 Kommentierte Übersetzung der deutschen Anzeige ins Arabische.....                          | 289 |
| 1.1.3.2 Kommentierte Übersetzung der arabischen Anzeige ins Deutsche .....                         | 291 |
| 1.2 Deutsche und arabische Printanzeigen für den japanischen<br>Autohersteller <i>Toyota</i> ..... | 292 |
| 1.2.1 Übersetzungsbezogene Analyse der deutschen Anzeige für<br><i>Toyota Prius</i> .....          | 292 |
| 1.2.2 Übersetzungsbezogene Analyse der arabischen Anzeige für<br><i>Toyota Yaris</i> .....         | 294 |
| 1.2.3 Übersetzungsvorschläge .....                                                                 | 297 |
| 1.2.3.1 Kommentierte Übersetzung der deutschen Anzeige ins Arabische.....                          | 297 |
| 1.2.3.2 Kommentierte Übersetzung der arabischen Anzeige ins Deutsche .....                         | 298 |
| 2 Übersetzung von Werbeanzeigen für Haushaltgeräte.....                                            | 301 |

|                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.1 Deutsche und arabische Printanzeigen des internationalen Fernsehherstellers <i>Philips</i> .....        | 301 |
| 2.1.1 Übersetzungsbezogene Analyse der deutschen Anzeige für den Fernseher <i>Philips Aurea</i> .....       | 301 |
| 2.1.2 Übersetzungsbezogene Analyse der arabischen Anzeige für <i>Philips LCD-Fernseher</i> .....            | 302 |
| 2.1.3 Übersetzungsvorschläge .....                                                                          | 305 |
| 2.1.3.1 Kommentierte Übersetzung der deutschen Anzeige ins Arabische.....                                   | 305 |
| 2.1.3.2 Kommentierte Übersetzung der arabischen Anzeige ins Deutsche .....                                  | 305 |
| 2.2 Deutsche und arabische Printanzeigen verschiedener Firmen .....                                         | 307 |
| 2.2.1 Übersetzungsbezogene Analyse der deutschen Anzeige für einen Kühlschrank von <i>Liebherr</i> .....    | 307 |
| 2.2.2 Übersetzungsbezogene Analyse der arabischen Anzeige für einen Kühlschrank von <i>Toshiba</i> .....    | 308 |
| 2.2.3 Übersetzungsvorschläge .....                                                                          | 311 |
| 2.2.3.1 Kommentierte Übersetzung der deutschen Anzeige ins Arabische.....                                   | 311 |
| 2.2.3.2 Kommentierte Übersetzung der arabischen Anzeige ins Deutsche .....                                  | 313 |
| 2.3 Deutsche und arabische Printanzeigen nationaler Firmen .....                                            | 315 |
| 2.3.1 Übersetzungsbezogene Analyse der deutschen Anzeige von <i>Miele (Young Vision)</i> .....              | 315 |
| 2.3.2 Übersetzungsbezogene Analyse der arabischen Anzeige von <i>Kiriazzi (Kochherd von Kiriazzi)</i> ..... | 316 |
| 2.3.3 Übersetzungsvorschläge .....                                                                          | 319 |
| 2.3.3.1 Kommentierte Übersetzung der deutschen Anzeige ins Arabische.....                                   | 319 |
| 2.3.3.2 Kommentierte Übersetzung der arabischen Anzeige ins Deutsche .....                                  | 320 |
| 3 Übersetzung von Werbeanzeigen für Lebensmittel.....                                                       | 325 |
| 3.1 Deutsche und arabische Printanzeigen für Käse .....                                                     | 325 |
| 3.1.1 Übersetzungsbezogene Analyse der deutschen Anzeige für den Käse <i>Grana Padano</i> .....             | 325 |
| 3.1.2 Übersetzungsbezogene Analyse der arabischen Anzeige für den Käse <i>Green Land</i> .....              | 327 |
| 3.1.3 Übersetzungsvorschläge .....                                                                          | 329 |
| 3.1.3.1 Kommentierte Übersetzung der deutschen Anzeige ins Arabische.....                                   | 329 |
| 3.1.3.2 Kommentierte Übersetzung der arabischen Anzeige ins Deutsche .....                                  | 329 |
| 3.2 Deutsche und arabische Printanzeigen für nationale Produkte .....                                       | 331 |

|                                                                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.2.1 Übersetzungsbezogene Analyse der deutschen Anzeige<br>für <i>Löwensenf</i> .....                                             | 331 |
| 3.2.2 Übersetzungsbezogene Analyse der arabischen Anzeige<br>für Speiseöl der Marke <i>Palm (Palm-Olein)</i> .....                 | 332 |
| 3.2.3 Übersetzungsvorschläge .....                                                                                                 | 335 |
| 3.2.3.1 Kommentierte Übersetzung der deutschen Anzeige ins Arabische .....                                                         | 335 |
| 3.2.3.2 Kommentierte Übersetzung der arabischen Anzeige ins Deutsche .....                                                         | 336 |
| 4 Übersetzung von Werbeanzeigen für Telekommunikation .....                                                                        | 339 |
| 4.1 Deutsche und arabische Printanzeigen des Handyherstellers<br><i>Nokia</i> für die Modelle 6er-Serie .....                      | 339 |
| 4.1.1 Übersetzungsbezogene Analyse der deutschen Anzeige<br>für <i>Nokia 6500 classic</i> .....                                    | 339 |
| 4.1.2 Übersetzungsbezogene Analyse der arabischen Anzeige<br>für <i>Nokia 6300</i> .....                                           | 340 |
| 4.1.3 Übersetzungsvorschläge .....                                                                                                 | 343 |
| 4.1.3.1 Kommentierte Übersetzung der deutschen Anzeige ins Arabische .....                                                         | 343 |
| 4.1.3.2 Kommentierte Übersetzung der arabischen Anzeige ins Deutsche .....                                                         | 344 |
| 4.2 Deutsche und arabische Printanzeigen des internationalen<br>Mobiltelefonanbieters <i>Vodafone</i> .....                        | 345 |
| 4.2.1 Übersetzungsbezogene Analyse der deutschen Anzeige<br>des internationalen Konzerns <i>Vodafone</i> .....                     | 345 |
| 4.2.2 Übersetzungsbezogene Analyse der arabischen Anzeige des<br>internationalen Konzerns <i>Vodafone</i> .....                    | 346 |
| 4.2.3 Übersetzungsvorschläge .....                                                                                                 | 349 |
| 4.2.3.1 Kommentierte Übersetzung der deutschen Anzeige ins Arabische .....                                                         | 349 |
| 4.2.3.2 Kommentierte Übersetzung der arabischen Anzeige ins Deutsche .....                                                         | 350 |
| 4.3 Deutsche und arabische Printanzeigen des nationalen<br>Telefonanbieters <i>Deutsche Telekom</i> und <i>Telecom Egypt</i> ..... | 352 |
| 4.3.1 Übersetzungsbezogene Analyse der Anzeige des deutschen Konzerns<br><i>Deutsche Telekom</i> .....                             | 352 |
| 4.3.2 Übersetzungsbezogene Analyse der Anzeige des arabischen Konzern<br><i>Telecom Egypt</i> .....                                | 354 |
| 4.3.3 Übersetzungsvorschläge .....                                                                                                 | 357 |
| 4.3.3.1 Kommentierte Übersetzung der deutschen Anzeige ins Arabische .....                                                         | 357 |
| 4.3.3.2 Kommentierte Übersetzung der arabischen Anzeige ins Deutsche .....                                                         | 358 |

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| 5 Resümee .....                         | 361 |
| Teil IV. Fazit und Ausblick .....       | 363 |
| Literaturverzeichnis .....              | 371 |
| I.    Deutschsprachige Literatur.....   | 371 |
| II.   Arabischsprachige Literatur ..... | 395 |