Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 61 (2005)
Heft: 5

Artikel: Nicht jeder Sponti ist ein Nervi
Autor: Niederhauser, Jürg
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-421880

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 03.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Nicht jeder Sponti ist ein Nervi

Von Jürg Niederhauser

«*Ohne Krimi geht die Mimi nie ins Bett*» hiess es in einem Schlager der sechziger Jahre. *Ob Mimi* mit *Toni* und *Walti* im *Pulli* zur *Uni* ging, wer weiss? Sicher ist, dass sie noch nichts von *Alkis, Chauvis, Multis, Softies und Yuppies* gewusst haben kann. Das -i am Wortende ist nämlich ein Wortbildungselement, das in den letzten Jahren eine grössere Verbreitung im Deutschen erfahren hat. Neben dem viel diskutierten (feministischen) grossen I im Wortinnern spielt also auch das kleine i eine Rolle in der deutschen Wortbildung.

Und zwar geht es um das kurze, unbetonte i am Wortende, das meist -i geschrieben wird *(Kombi)*. Wir finden aber auch, gerade bei Entlehnungen aus dem Englischen, die Schreibung mit -y oder -ie *(Baby, City, Hippie, Yuppie)* oder gar schwankende Schreibweisen, so dass uns gewisse Zeitgenossen gleich in dreierlei Gestalt entgegentreten: als *Softi, Softie oder Softy.* Der Plural dieser i-Wörter wird meist mit s gebildet.

Mimi, Röbi, Käthi: Zur Bildung von Rufnamen war dieses Wortbildungselement immer schon geläufig. Dani ist eine liebevoll kosende, verniedlichende Form des Namens Daniel. Mit imposanter sprachwissenschaftlicher Terminologie ausgedrückt: das -i dient zur Bildung hypokoristischer Formen eines Namens. Die Verwendung dieser Form setzt in der Regel eine gewisse Vertrautheit mit dem Namensträger voraus. Die Verniedlichung des Vor- oder Familiennamens von Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens scheint aber durchaus sympathieträchtig zu sein.

So konnte man einst in den Berichten über die Festsession der eidgenössischen Räte überall vom Applaus lesen, den der Nationalrat Sigi Widmer für seine Rede erhalten habe. Die deutschsprachige Fernsehgemeinde hatte den Unterhalter Kulenkampff schon früh zum *Kuli* ernannt, genauso wie Bundesligafans den Fussballer Littbarski zum *Litti.* Die Liste der i-koseförmigen Namen reicht von Bhagi Bhagwan bis zum auch nicht mehr aktuellen *Honni/Honey* Honecker; allen voran, bei der zeitweilig herrschenden *Gorbimanie* nicht erstaunlich: *Gorbi.*

Ausserhalb der Namen spielte dieses Wortbildungsmuster bei zwei Gruppen von Wörtern eine Rolle. Bei einigen Sachbezeichnungen, meist Abkürzungs-

wörtern, wie *Uni, Abi, Kombi, Mini, Pulli.* Daneben diente es zur Bildung von Personenbezeichnungen, wobei es diesen Bezeichnungen (von Ausnahmen wie Nazi abgesehen) in der Regel eine liebevolle oder nur leicht abschätzige Nuance verlieh: *Mami, Papi, Bubi, Sozi.* Diese Wörter wurden vorwiegend in einem engeren familiären und gruppensprachlichen Kreis verwendet.

Die Wortbildungssilbe -i wird vom Sprachwissenschafter Albrecht Greule auf eine althochdeutsche Verkleinerungssilbe zurückgeführt, die wegen ihrer Bedeutung für die Bildung von Koseformen die lautlichen Entwicklungen des Deutschen nicht mitgemacht habe. Sicher ist, dass die Wortbildung mit -i keine neue Erscheinung ist; ebenso sicher ist aber, dass sich ihr Verwendungsbereich in den letzten Jahren beträchtlich ausgeweitet hat. Die i-Wörter dringen vor allem im bundesrepublikanischen Deutsch immer weiter vor.

Die Zahl der i-Wörter ist im Deutschen einmal durch Lehnwörter aus dem Englischen vermehrt worden: *Baby, City, Softi, Yuppie, Rowdy*. Interessant ist, dass es auch Wörter gibt, die zwar ein englisches Lehnwort als Basis haben, aber nicht englische i-Ableitungen sind, sondern erst im Deutschen mit Hilfe dieser Nachsilbe gebildet wurden, wie *Goalie oder Profi.*

Eine Reihe von Wörtern, meist Personenbezeichnungen, sind über Gruppensprachen in die Schriftsprache eingedrungen. In einigen Gruppensprachen (Jugendsprache, Kulturszene, politische Bewegungen) ist das -i nämlich geradezu ein bevorzugtes Wortbildungsmittel geworden. Sei es zur Bildung von Kurzwörtern – da wird der *Amerikaner* zum *Ami*, der *Alkoholiker* zum *Alki,* der *Borkenkäfer* zum *Borki*, da warten am Flughafen *Promis (Prominente)* neben gewöhnlichen *Touris (Touristen)*; sei es zur Ableitung neuer Wörter – unzählige Brummis fahren auf deutschen Strassen umher, mancher *Sponti* kann zum *Nervi* («Person, die einem auf die Nerven geht») werden. Auch die neuere deutschlandpolitische Entwicklung spiegelt sich in diesen Wörtern wider, und zwar ist es weniger der *Trab(b)i* denn die *Stasi,* die *Wessi* wie *Ossi* beschäftigt.

Dass dieses Wortbildungsmuster im heutigen Deutsch gebräuchlich ist, zeigt sich daran, dass die Werbung sich seiner gerne bedient. Da begegnen uns Produktenamen von den vielen, vielen bunten *Smarties* über *Spüli, Pfanni, Chappi* bis zu den *Zündis* (Streichhölzer). Ein Berner Lokalradio wirbt mit einem Männchen namens *Fördi.* Ein Berner Warenhaus personifizierte den Sonderverkauf mit *Sondi,* einem dinosaurierähnlichen Wesen. *Wo fährt Sondi Ski?* fragten im Januar Plakate überall in diesem Warenhaus. Noch etwas älteren

Datums ist eine zur Kinderbuchfigur gewordene Warenhauspersonifikation, der *Globi.*

Ob man diese Bildungen schätzt oder nicht – bevor *Mimi* heute zum *Krimi* griffe, würde sie sich erst eine *Zigi* anzünden und den *Compi* ausschalten ...