

„Ausgabe rechts am Fenster“

Zeitlichkeit und Ortsbezogenheit von

Corona-Aushängen an Geschäften

Mark Döring (Hildesheim)

Abstract

The pandemic has brought about a significant change in the semiotic landscape with signs, floor markings, and barriers during the first lockdown in Germany. In this article, pandemic-related signs at shops are analysed from a text linguistic perspective in terms of how they indicate their spatial and temporal location. For this purpose, I analysed 261 signs from Hanover regarding their references to the surrounding space and their temporality. These were then contrasted with pre-existing non-pandemic signs in the entrance area.

The results show that shops usually advertise entry to their premises through architectural design and textual signs and only impose minor restrictions (e. g. opening hours). Pandemic signs temporarily suspend the associated routines of entering the shops. Informative signs establish COVID-19 as a state of emergency compared to the pre-pandemic situation. They also indicate their short-term validity via the materiality of the signs and verbal reference to specific dates. In contrast, regulatory signs indicate their short-term validity solely through their materiality. Regulatory signs combine verbal instructions and arrows to indicate new routines for using space, e. g. the new purpose for a window at a restaurant for take-away food.

1 Einleitung

Die Corona-Pandemie brachte 2020 das öffentliche Leben in Deutschland zum Stillstand, hat aber zugleich die sprachliche Landschaft in Bewegung gesetzt: An nahezu jedem Geschäft und jeder Institution fanden sich in dieser Zeit Zettel, Schilder und Bodenmarkierungen, mit denen auf den Notstand der Pandemie reagiert wurde und deren Spuren in zunehmend verblassender Form teilweise noch heute zu beobachten sind (cf. die Untersuchungen von Corona-Aushängen Androutsopoulos 2020; Reershemius/Ziegler 2021; Opiłowski 2022a, 2022b). In diesem Beitrag soll die situative Einbindung der pandemiebezogenen Texte an den Geschäftsfronten untersucht und damit ihr Bezug auf die Zeit der Pandemie und die mit ihr einhergehenden Maßnahmen sowie den Ort, an dem sie angebracht wurden, beleuchtet werden. An einem Korpus von Aushängen aus der Frühphase der Pandemie in Deutschland habe ich daher untersucht, auf welche räumlichen und zeitlichen Dimensionen in den Corona-Aushängen Bezug genommen wird, auf welche Weise dies geschieht und wie die Dimensionen zusammenhängen. Die Fragestellung ergibt sich aus der Beobachtung, dass die Aushänge ortsbezogen sind, sich also auf das jeweilige Geschäft, an dem sie angebracht sind, und dessen Nutzung beziehen, und dass sie nur

für eine bestimmte Zeit gültig sind. In der Analyse soll gezeigt werden, wie die großflächig gültigen und befristeten Maßnahmen der Corona-Pandemie mit den Aushängen auf einzelne Geschäfte heruntergebrochen werden.

Ich knüpfe mit der Untersuchung der Situationsbindung von Texten an Auer (2010: 271) an, der gegenüber der Auffassung einer zeitlichen, räumlichen und personalen Situationsentbindung geschriebener Sprache die räumliche und dingliche Verankerung gewisser Texte hervorhebt. In der Textlinguistik gibt es mittlerweile eine Reihe von Arbeiten, die ortsgebundene Texte untersucht haben (cf. etwa Fix 2008; Domke 2014), jüngst wird auch die Zeitlichkeit von Texten in den Blick genommen (cf. Pappert/Roth 2023). Ich gehe im Anschluss an diese Forschung davon aus, dass Texte nicht nur orts-, sondern auch zeitgebunden sein können, und dass sie in der Lektüresituation durch sprachliche, wahrnehmbare oder vertrautheitsbasierte Lesbarkeitshinweise (cf. Hausendorf et al. 2017) ihre räumliche und zeitliche Verankerung signalisieren können, sofern dies kommunikativ relevant ist. Für bestimmte Texte mag beispielsweise ihre Geltungsdauer nicht relevant sein, für andere ist sie ohnehin allgemein bekannt, so dass sie nicht eigens sprachlich realisiert wird. Inwieweit diese Verankerung in Raum und Zeit für bestimmte Texttypen wie die Corona-Aushänge relevant ist und wie sie realisiert wird, wird der Fragestellung entsprechend im empirischen Teil dieser Arbeit thematisiert.

Bei der Untersuchung der zeitlichen und räumlichen Situierung von ortsgebundenen Texten ist zudem zu beachten, dass sie in einen immer schon durch Bebauung, Gestaltung und Betextung vorgeprägten Raum erscheinen, vor dessen Folie sie möglicherweise gelesen werden. Das gilt in besonderer Weise für die Corona-Texte, die, wie ich zeigen werde, in Verbindung mit anderen sie umgebenden Texten stehen und sich auf die Betretbarkeit von Geschäften beziehen. Ich verstehe diese Vorprägung als ein Geflecht von Benutzbarkeitshinweisen (cf. Hausendorf/Schmitt 2018) und Lesbarkeitshinweisen, dessen Angebotsstruktur durch die Corona-Aushänge modifiziert werden kann.

Wie dies geschieht, möchte ich in folgender Weise darlegen: In Kapitel 2 werde ich einen Überblick über die bisherige Forschung zu Corona-Aushängen geben und die Forschung zur Ortsbezogenheit und Zeitlichkeit von Texten skizzieren. Im dritten Kapitel wird die fotografische Erhebung von 261 pandemiebezogenen Aushängen in drei Stadtteilen in Hannover während des ersten deutschen Lockdowns der Corona-Pandemie erläutert und das daraus resultierende Korpus beschrieben. Weiterhin werden die theoretischen Konzepte der Lesbarkeits- und Benutzbarkeitshinweise eingeführt, die die methodische Basis der Untersuchung darstellen. Im empirischen Teil verfahre ich schließlich in drei Schritten: Zuerst wird am Beispiel eines Restaurants der Normalzustand eines Eingangsbereichs rekonstruiert: Es wird gezeigt, wie bauliche, gestalterische und textbasierte Hinweise für den Eintritt ins Geschäft werben und diesen zugleich reglementieren. Im nächsten Schritt werden die zwei Typen von Corona-Aushängen im Korpus beschrieben, die jeweils in spezifischer Weise auf Ort und Zeit Bezug nehmen: Der erste Typ sind die in der Forschung beschriebenen informierenden Texte, mit denen der Geschäftsraum als geschlossen gekennzeichnet wird. Der zweite Typ sind die regulativen Texte, die festlegen, welche Bedingungen für das Betreten eines Geschäftes gelten. Im Fazit wird die unterschiedliche Verschränkung der zeit- und raumbasierten Hinweise in den beiden Aushangtypen abschließend verglichen.

2 Theoretischer Rahmen

2.1 Forschungsüberblick zu Corona-Aushängen

Die Sprachlandschaft hat sich mit dem Aufkommen der Corona-Pandemie kurzfristig stark verändert. Androutsopoulos (2020) spricht deshalb in seiner frühen Untersuchung der Aushänge und Bodenmarkierungen von einer „Sprachlandschaft der Pandemie“, die er wie folgt charakterisiert: „Die Sprachlandschaft der Pandemie besteht aus allen sprachlichen Zeichen und ihren Trägerflächen, die Wissen von der Pandemie und von den Praktiken ihrer Bekämpfung aufgreifen und dadurch die Pandemie als öffentlichen Zustand diskursiv konstituieren.“ (ibd.: 294). Er untersucht diese Sprachlandschaft in der Frühphase der Pandemie anhand von Aushängen aus Hamburg, die ab Mitte 2020 erhoben wurden, also zum Teil auch die Phase des ersten Lockdowns umfassen. Die Aushänge erfüllten in dieser Phase drei zentrale Leistungen: Regulation, Information und Affekt. Regulative Texte zielten darauf ab, „das Verhalten im öffentlichen Raum zu steuern“ (ibd.: 294), mit ihnen werde also das Betreten von Räumen verboten oder eingeschränkt und Orientierung auf neu angelegten Pfaden geboten. Er hebt zudem die „improvisierte Beschaffenheit“ (ibd.: 295) der Texte hervor. Die informierenden Texte ergänzten die dem kommerziellen Diskurs zuzuordnenden umliegenden Texte und positionierten die Rezipient:innen als vergangene und zukünftige, aber nicht gegenwärtige Kund:innen:

Diese [Aushänge, M. D.] bedauern z. B. die vorübergehende Schließung des Geschäfts und informieren über das noch angebotene Service („Kaffee und Kuchen nur zum Mitnehmen“). Vor allem in der Phase der Geschäftsschließungen im April 2020 machten diese Aushänge nicht so sehr konkrete Handlungsangebote, sondern projizierten die Transaktion auf eine ungewisse Zukunft.

(ibd.: 295)

Affektive Schilder schließlich kommunizieren vor allem Gefühle, etwa Aufrufe zum Zusammenhalt oder Danksagungen (ibd.: 296). Insgesamt hebt Androutsopoulos die Materialität und Gestaltung der Schilder hervor, auf die im fünften Kapitel dieses Beitrags näher eingegangen wird:

Anders als die üblichen, hochgradig standardisierten Schilder der Regulierung und die durchgestylten Schilder der kommerziellen Domäne sticht die Sprachlandschaft der Pandemie durch ihre weitgehend fehlende Standardisierung ins Auge. Der Notstand der Pandemie, so könnte man sagen, spiegelt sich in der Qualität des Unfertigen, Improvisierten und Überlagerten wider.

(ibd.: 297f.)

Reershemius/Ziegler (2021) untersuchen „Corona-Zeichen“ in Krummhörn (April bis Juni 2020) und aus dem Ruhrgebiet (März bis Juli 2020 sowie Herbst 2020) hinsichtlich Praktiken der Krisenbewältigung und vergleichen dabei den ländlichen mit dem urbanen Raum. Die meisten der von ihnen untersuchten Corona-Zeichen seien an Fenstern und Türen von Privathäusern und Geschäften platziert (cf. ibd.: 267). Auch sie heben die Gestaltung der Aushänge hervor, die vielfach „schnell und mit einfachen Mitteln produziert“ wurden (ibd.: 267). In ihrer Typologisierung fügen sie den Kategorien von Androutsopoulos die kritischen Zeichen hinzu und stellen fest, dass regulative Zeichen in beiden Korpora überwiegen, im

Krummhörn-Pandemie-Korpus allerdings mit einem größeren Abstand vor den informativen Zeichen. Kritische Zeichen zeigten sich nur zu 2 % im Essen-Pandemie-Korpus (cf. ibd.: 269). Zuweilen finden sich die Funktionen allerdings auch alle in einem komplexen Zeichen (cf. ibd.: 271). Weiterhin zeigt sich in ihrem Korpus über die Zeit hinweg ein Wechsel von textbasierten, sehr komplexen Zeichen hin zu normierten und vorgedruckten Varianten, die weniger umfangreich und komplex sind (cf. ibd.: 273). Affektive Zeichen traten v. a. an Privathäusern auf, im ländlichen Raum häufig in Form von Bildern, mit denen sich die Anwohner gegenseitig Mut machten (cf. ibd.: 273, 279). Kritische Zeichen kämen im ländlichen Raum dagegen gar nicht vor.

Eine funktionale Typologie von Texten im öffentlichen Raum mit dem Thema Corona-Virus und mit Fokus auf Multimodalität nimmt Opiłowski (2022a) vor. Er untersucht 628 Fotos von Corona-Texten aus Hamburg und unterscheidet im Anschluss an die erwähnten Arbeiten folgende Kategorien: Regulative Texte, diskursive Texte, altruistische Texte, soziale Texte, deklarative Texte und kommerzielle Texte. Hinsichtlich des Raumbezugs relevant für diese Arbeit sind vor allem die deklarativen Texte, mit denen „neue Bedingungen und Möglichkeiten in der Kommunikation und neue Räume der allgemeinen zwischenmenschlichen Interaktion“ geschaffen werden (ibd.: 127). Hier hat Opiłowski regulative Texte im Sinn, die Räume in ihrer Funktion umwidmen, etwa wenn eine Kindertagesstätte nur noch Notbetreuung und keine Kursangebote bereitstellt (cf. ibd.: 131). Er beobachtet zudem „originelle Darstellungen bzw. Inszenierungen der Pandemieverordnungen“ in Form von Zeichnungen, Grafiken etc. und spricht in Bezug darauf von „ästhetischen Texten“ (ibd.: 134).

Im Anschluss an die typologisch orientierten Studien soll in dieser Arbeit stärker die Situierung der Texte in der Lektüresituation in den Blick genommen werden, indem zeitliche und räumliche Bezüge untersucht werden. Dazu wird im Folgenden auf die entsprechende Forschung eingegangen.

2.2 Zeit und Raum als Kategorien der Textanalyse

Während die Lokalität als Faktor für die Textanalyse schon relativ lange diskutiert wird (cf. Fix 2008), wird in der jüngeren Forschung auch die Zeitlichkeit von Texten untersucht (cf. Pappert/Roth 2023). Diese Diskussionen haben die Situierung von Texten ins Blickfeld gerückt und grenzen sich damit auch von dem ab, was Auer (2010: 271) als die „Mär von der Situationunabhängigkeit der geschriebenen Sprache“ bezeichnet hat: Während demnach die gesprochene Sprache zeitlich, räumlich und personal an eine Situation gebunden sei, sei Schriftlichkeit von diesen Kategorien losgelöst und Texte entsprechend transportabel. In der Textlinguistik wird hingegen mittlerweile die Ortsbezogenheit vieler Texte einbezogen. Laut Fix (2008: 348) habe der Ort, an dem sich ein Text befindet, Einfluss auf die Rezeption, es mache also einen Unterschied, ob sich ein Spruch auf einem Gedenkstein oder auf einem Flyer finde. Domke (2014: 181) weist zudem in ihrer Studie an Bahnhöfen darauf hin, dass die Platzierung eines Textes an einer Wegbegabelung oder einem Treppenaufgang wichtig für „den Zweck eines Textes, der etwa im Moment der anstehenden Entscheidung über Gehrichtungen rezipiert werden soll“, sei. Zugleich können uns Texte Hinweise darauf geben, wie Räume zu nutzen sind: „Öffentlich wahrnehmbare Texte in der Stadt tragen dazu bei, dass wir einen geographisch definierbaren Ort als sozialen Raum mit bestimmten Eigenschaften [...]“

wahrnehmen.“ (Domke 2019: 172) Texte können also bestimmte Nutzungsweisen für Räume nahelegen oder festlegen. Wichtig ist dabei, dass sie dies nicht allein, sondern in Zusammenhang mit den baulichen Gegebenheiten tun. Hausendorf/Schmitt (2016: 30) rekonstruieren in diesem Sinne architektonische Erscheinungsformen als Lösungen interaktiver Probleme. Die Architektur legt demnach als gebauter, gestalteter und ausgestatteter Raum (cf. Hausendorf/Schmitt 2018: 97) durch Benutzbarkeitshinweise eine Standardnutzungsweise vor, von der die Nutzer:innen aber selbstverständlich abweichen können. Architektur kann insofern als ein Ensemble von Benutzbarkeitshinweisen verstanden werden, das uns verschiedene Möglichkeiten der Nutzung ge- oder verbietet. Kesselheim (2021: 447) verweist in seiner Analyse der Ausstellungskommunikation beispielsweise auf Absperrseile, die den Durchgang verbieten, und größere Lücken in durchgehenden Geländern, die ihn wiederum gewähren.

Zeitlichkeit zeigt sich bei Texten auf unterschiedlichen Ebenen. Hausendorf et al. (2015) kontrastieren Face-to-face- und Textkommunikation und gehen davon aus, dass die Lektüre als zeitlicher Prozess den Texten äußerlich ist, dass Texte aber über Lesbarkeitshinweise eine unterstellte Zeitlichkeit signalisieren können (cf. ibd.: 122). Mittels Abgrenzungs- und Gliederungshinweisen werde etwa ein Anfang und ein Ende der Lektüre im Text nahegelegt, ebenso könne unabhängig von der faktischen Lektüre ein Lektürezzeitpunkt unterstellt werden (cf. ibd.: 123). So wird in den Forenpostings, die sie analysieren, ein exakter Zeitpunkt der Texterstellung angegeben, der so als für die Lektüre relevant dargestellt werde (cf. ibd.: 125). Auf diese Weise kann in Postings eine Dringlichkeit der Lektüre signalisiert werden, unabhängig davon, ob sie tatsächlich zeitnah zustande kommt (ibd.: 126). In eine ähnliche Richtung gehen die Überlegungen von Adamzik (2016: 162), die für verschiedene Textsorten eine Geltungsdauer angibt. So gelte ein Fahrschein im Nahverkehr zirka 30 bis 90 Minuten. Solche Angaben können Bestandteil unseres Wissens über eine Textsorte sein, sie lassen sich aber oft auch an sprachlichen oder wahrnehmbaren Lesbarkeitshinweisen an den Texten erschließen. Aus kurzlebigen Material angefertigte Aushänge lassen sich laut Domke beispielsweise als kurzfristig gültig interpretieren: „Kurzfristig Ausgehängtes bzw. Angebrachtes ist häufig einmalig, umfasst inhaltlich eher Ausnahmen denn die Regel [...].“ (Domke 2014: 237) Ein solcher Aushang gibt also im Grunde zu erkennen, dass nicht mit einer langfristigen Rezeption gerechnet wird. Faktisch kann gleichwohl dennoch sehr viel später gelesen werden, die materielle Alterung der Texte kann dann aber Aufschluss über die möglicherweise nicht mehr vorhandene Geltung geben. Für Social-Media-Postings, deren grafische Oberfläche standardisiert ist, habe ich gezeigt, dass sprachliche Hinweise in Form von Datenangaben diese Rolle übernehmen (cf. Döring 2023: 190–193).

Diesen Überlegungen entsprechend gehe ich davon aus, dass Texte zeitlich und räumlich situiert sein können, aber nicht müssen. Ein Zettel, der eine derzeit defekte Rolltreppe ausweist, gilt beispielsweise nur zeitweilig und nur für eine bestimmte Rolltreppe. Ein Roman stellt hingegen situationsbundene Kommunikation dar. Ich nehme weiterhin an, dass zeitlich und räumlich situierte Texte ihre Situierung auch signalisieren, je nachdem, wie relevant sie in der Kommunikationssituation ist. Die Signale verstehе ich als Lesbarkeitshinweise im Sinne von Hausendorf et al. (2017), deren Theorie der Textkommunikation im nächsten Abschnitt erläutert wird.

3 Methodik und Korpus

3.1 Methodik: Lesbarkeits- und Benutzbarkeitshinweise

Ich verstehe die Aushänge der Corona-Pandemie in diesem Beitrag als Textkommunikation im Sinne von Hausendorf et al. (2017). Die Autor:innen beschreiben Texte in ihrem an die Ethnomethodologie angelehnten Ansatz als ein „Ensemble von Lesbarkeitshinweisen“, wobei die Hinweise bei der Lektüre durch die Rezipient:innen ausgewertet werden. Lesbarkeitshinweise sind Lösungen für Probleme der Textkommunikation, die sie als Lesbarkeitsmerkmale bezeichnen. Bei den Problemen der Textkommunikation handelt es sich weitestgehend um die bekannten Textualitätsmerkmale aus der textlinguistischen Forschung, und zwar die Verknüpfung von Textteilen miteinander (Kohäsion), das Thema eines Textes, seine pragmatische Nützlichkeit (Textfunktion), die Abgrenzungs- und Gliederung, seine Musterhaftigkeit sowie seine intertextuellen Bezüge. Eine Überschrift kann als Lesbarkeitshinweis beispielsweise signalisieren, wo ein Text beginnt (Abgrenzungshinweis) und welches Thema behandelt wird (Themahinweis). Die Hinweise müssen jedoch nicht sprachlicher Natur sein, sondern können sich auch aus den Lesbarkeitsquellen der Wahrnehmung oder Vertrautheit stützen. Texte sind z. B. häufig aufgrund ihrer Materialität als textuelle Ganzheit zu erkennen, intertextuelle Bezüge können sich Eingeweihte auch erschließen, wenn sie nicht expliziert werden etc.

Ein besonderer Fokus dieses Beitrags liegt auf der Frage, wie die pandemiebezogenen Aushänge ihre Situierung zu erkennen geben, wie sie sich also für die Rezipient:innen erkennbar in Ort und Zeit verorten. Es wird also untersucht, wie die Texte sich auf den sie umgebenden Ort beziehen und wie sie ihre Zeitlichkeit thematisieren. Dazu werden insbesondere Verweise auf Ort und Zeit in den Texten ausgewertet, seien sie sprach-, wahrnehmungs- und vertrautheitsbasiert.

Da die Texte nicht für sich allein stehen, sondern in einem baulichen Kontext und von Texten umgeben angebracht sind, wird auch eine exemplarische Analyse eines Eingangsbereichs ohne Beachtung des Corona-Aushangs durchgeführt. Die Idee ist dabei, dass die Texte in eine bereits vorhandene Hinweisstruktur eingefügt werden, vor deren Folie sie von den Rezipient:innen immer schon wahrgenommen werden. Dazu greife ich neben dem Konzept der Lesbarkeitshinweise auch auf das der Benutzbarkeitshinweise (siehe Kapitel 2.2) zurück. Darunter verstehe ich die Hinweise, die gebauter, gestalteter und ausgestatteter Raum (cf. Hausendorf/Schmitt 2018: 97) den Nutzer:innen zu seinen Nutzungsmöglichkeiten und Begrenzungen gibt, von denen sie aber abweichen können. Der Raum lässt sich in diesem Sinne als Spielfeld verstehen, dessen Markierungen Nutzer:innen bei der Nutzung auswerten (cf. Hausendorf 2010: 188).

3.2 Korpus

Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit sind auf die Corona-Pandemie bezogene Aushänge an Geschäften und öffentlichen Einrichtungen, die im ersten Lockdown in Deutschland an Türen und Geschäftsfronten zu finden waren. Der Lockdown wurde von Bund und Ländern am 22.03.2020 beschlossen, nachdem Anfang März der erste deutsche Staatsbürger am Corona-Virus verstarb und kurz danach in allen 16 Bundesländern Infektionen auftraten. Es wurden

u. a. weite Teile der Gastronomie und des Einzelhandels, Kinos, Schulen und Kindertagesstätten geschlossen (cf. DW 2021). Der erste Lockdown endete am 04.05.2020, wobei am 15.04.2020 bereits erste Lockerungen beschlossen wurden. Die Erhebung fand am 12. und 13.04.2020 (Samstag/Sonntag), also gegen Ende des sog. „harten Lockdowns“ statt. Ausgewählt wurden drei Stadtteile in Hannover, in denen Bereiche mit besonders vielen Geschäften und öffentlichen Einrichtungen zu finden sind und die im Folgenden knapp beschrieben werden:

- **Teilkorpus City (TK-C):** Die Innenstadt in Hannover ist am Hauptbahnhof im Stadtteil Mitte angesiedelt. Der Erhebungsraum umfasst Teile der Fußgängerzone, in dem Geschäfte und Büros gegenüber Wohnungen dominieren. In diesem Bereich finden sich vornehmlich große Ketten des Einzelhandels (Bekleidungsgeschäfte, Buchhandel etc.) sowie Gastronomie. Wie in allen Teilkorpora gibt es aber auch vereinzelt Drogerien, Apotheken und ähnliche Geschäfte des täglichen Bedarfs sowie Dienstleister und öffentliche Einrichtungen.
- **Teilkorpus Nordstadt (TK-N):** Der Stadtteil Nordstadt beherbergt Teile der Leibniz Universität Hannover und ist entsprechend ein eher studentisch geprägtes Viertel. Die Erhebung wurde größtenteils auf dem Engelborster Damm vorgenommen, eine lebendige Straße mit Geschäften des täglichen Bedarfs, Boutiquen und vor allem Cafés und Restaurants.
- **Teilkorpus Herrenhausen (TK-H):** Die Herrenhäuser Straße und die Stöckener Straße verbinden die Stadtteile Herrenhausen, Leinhausen und Stöcken. Diese sind etwas weniger zentral gelegen als die beiden ersten Teilkorpora und v. a. durch Wohnsiedlungen geprägt. In den Straßen finden sich Geschäfte und Einrichtungen des täglichen Bedarfs, also Supermärkte, Bäckereien, Schneidereien, Apotheken und Ärzte sowie einige Restaurants.¹

Alle Aushänge mit Bezug auf die Corona-Pandemie wurden mit einer Handykamera aufgenommen. Die Dateien wurden nach den drei Stadtteilen aufgeteilt archiviert, in einer Excel-Tabelle codiert und in verschiedene Kategorien eingeteilt. Im Ergebnis zeigt sich im Korpus die in Tabelle 1 angegebene Verteilung der erhobenen Texte:

	Innenstadt	Nordstadt	Herrenhausen	Gesamt
Aushänge	99	81	81	261
Geschäfte	65	48	51	164

Tabelle 1: Anzahl der Corona-Aushänge im Korpus

¹ Die Korpora sind nicht frei zugänglich.

Die Zählung der Aushänge erfolgte nicht nach einzelnen Zetteln, sondern nach zusammenhängenden Texten, da Botschaften in einigen Fällen auf mehrere Zettel verteilt wurden, um eine größere Schrift zu ermöglichen oder weil nachträglich noch etwas ergänzt wurde. In solchen Fällen hängen die Texte entsprechend recht nah beieinander und sind sich optisch ähnlich, was als Ganzheitshinweis gewertet werden kann (cf. Hausendorf/Kesselheim 2008: 42). Insgesamt beinhaltet das Korpus 261 Aushänge an 164 Geschäften, was etwa 1,6 Corona-Aushängen pro Geschäft entspricht. Der Nachweis der Belege erfolgt mit Verweis auf den Geschäftstyp und das Kürzel des Teilkorpus.

4 Rekonstruktion des Normalfalls: Eingangstüren von Geschäften außerhalb der Krise

In diesem Abschnitt soll vor der eigentlichen Analyse der Corona-Texte der Blick auf die Eingangsbereiche gelenkt werden, an denen sie sich befinden. So trivial Türen und die sie umgebenden Eingangsbereiche im Alltag auch wirken mögen, kommen doch eine Reihe von Benutzbarkeitshinweisen und Lesbarkeitshinweisen zusammen, die den Eintritt ermöglichen und zugleich regeln. Hausendorf (2022: 114) weist darauf hin, dass Türen „Schwellen des Eintritts markieren, also eine Grenze zwischen Innen und Außen und eine Stelle, an der diese Grenze durchlässig ist. Es gilt also, diese Grenze auch sprachlich zu markieren bzw. deutlich zu machen, was zu beachten ist, wenn diese Grenze passiert werden soll“ (ibd.).

Die Eingangsbereiche von Geschäften und Institutionen unterscheiden sich in der Markierung dieser Schwelle sowohl architektonisch als auch sprachlich stark von den Türen in privaten Häusern. Wie im Folgenden gezeigt werden soll, versuchen Geschäftstüren einerseits einen Sog zu erzeugen, die Kund:innen zum Eintreten zu bewegen, andererseits aber diesen Sog hinsichtlich zeitlicher und personeller Einschränkungen des Eintritts zu regeln. Dieser Zusammenhang soll am Beispiel der Tür eines türkischen Restaurants aus dem Korpus (Abbildung 1) in diesem Abschnitt erläutert werden.

Das Bild zeigt das Restaurant aus der Perspektive eines Fußgängers, der auf einer Geschäftsstraße daran vorbeigeht. Betrachtet man zunächst nur den „gebauten Raum“ (Hausendorf/Schmitt 2016: 27), zeigt sich eine gläserne Tür mit einem ebenfalls gläsernen fest verbauten Rahmen links, beide eingelassen in die Mauern eines Hauses. Der vermutlich aus Edelstahl angefertigte Türgriff zieht sich von oben nach unten nahezu die gesamte Tür entlang. Einerseits wird durch die Tür architektonisch die Grenze eines Raums markiert, andererseits ist sie ein starker Hinweis auf die Eintrittsmöglichkeit in einen Raum. Der Türgriff verweist auf die Möglichkeit des bloßen Drückens, so dass Kund:innen, wie in Geschäften üblich, nicht klingeln müssen, um hereingelassen zu werden. Unterstützt wird dies durch ein neben dem Türgriff angebrachtes Schild mit der Aufschrift „DRÜCKEN“ und darunter „PUSH“. Im Vergleich zu Türen von Privathäusern zeigt sich, dass es durchaus nicht der Normalfall ist, eine Tür durch bloßes Drücken öffnen zu können, und dass sogar dazu ermutigt wird, dies zu tun.



Abbildung 1: Eingangsbereich eines Restaurants (TK-C, anonymisiert)

Zwar markieren Türen eine Schwelle, für Geschäftstüren wie das Restaurant ist aber an solchen Benutzbarkeits- und Lesbarkeitshinweisen zu beobachten, dass sie die Schwelle für den Eintritt der Kund:innen durch Gestaltung und angebrachte Texte vor allem zu verringern versuchen. Ratgeber für die Gestaltung von Schaufenstern weisen entsprechend darauf hin, dass neben der Schaufenstergestaltung auch ein Blick ins Innere ermöglicht werden soll, um die „Schwellenangst“ potenzieller Kund:innen zu reduzieren (cf. Roggendorf 2020). So können die Kund:innen schon vor dem Eintritt entscheiden, ob das Restaurant ihren Vorstellungen entspricht. Damit wird gleichzeitig deutlich, dass das Betreten des Geschäfts durch die Kund:innen nicht selbstverständlich ist, sondern dafür geworben werden muss.² Auch die Texte an der Geschäftsfront zeigen ein solches Werben um Kund:innen: Über der Tür des Restaurants in Abbildung 1

² Die Verglasung ist eine architektonische Maßnahme, gegen die einige Einrichtungen wie Massagesalons oder Spielhallen, die das Innere gerade nicht zeigen wollen oder dürfen, mit der Gestaltung der Räume etwa durch Gardinen oder andere Abdeckungen anarbeiten müssen. Architektonische Benutzbarkeitshinweise sind naturgemäß die dauerhaftesten und müssen zuweilen durch gestalterische Elemente abgeschwächt werden.

ist in aufwendiger Gestaltung ein türkisch anmutender Name angebracht und das Geschäft zugleich durch die Benennung (cf. Auer 2010: 290) der Kategorie Restaurant als solches charakterisiert. Ein kleines standardisiertes Schild links neben dem Türgriff gibt zu erkennen, welche Zahlungsmöglichkeiten in dem Restaurant bestehen. Fragen wie „Was für ein Restaurant ist das?“ und „Wie kann ich dort bezahlen?“ werden so bereits vor dem Eintritt geklärt. Die Schwelle des Eintritts wird also an der Ladentür zu verringern versucht, indem die Art der zu erwartenden Speisen charakterisiert wird, Zahlungsmöglichkeiten angegeben und Einblick in das Geschäft gewährt wird.

Zugleich werden auch Bedingungen für den Eintritt verdeutlicht, dies geschieht i. d. R. in Textform. Im Beispiel wird die Toilettennutzung als kostenpflichtig ausgewiesen, wobei sich dieser Hinweis wohl an Nutzer:innen richtet, die nicht im Restaurant essen wollen und mit dem Entgelt möglicherweise vom Eintritt abgehalten werden sollen. Zudem wird in einem Aushang rechts unten darauf hingewiesen, dass Hunde nicht in das Restaurant mitgenommen werden dürfen. Während also insgesamt für den Eintritt geworben wird, werden für zwei Gruppen per Text Einschränkungen vorgenommen. Dass es sich zumindest beim Ausschluss von Hunden (und damit auch deren Halter:innen) um eine gängige Regelung handelt, zeigt die standardisierte Gestaltung solcher Schilder.

Neben dem Ausschluss von Gruppen muss der Eintritt in Geschäfte auch zeitlich geregelt werden. Eingangsbereiche lassen nämlich nicht nur die Möglichkeit des Zutritts erkennen, sie markieren auch immer die Möglichkeit der Geschlossenheit (cf. Siegert 2010: 153). Folglich muss der Zugang zeitlich geregelt werden, wie Kesselheim (2021: 108) auch für Museumseingänge feststellt: „Die Grenzen der Ausstellung verhindern oder gestatten den Zutritt nicht absolut, sie gewähren den Zugang vielmehr zu bestimmten Zeiten [...].“ Er spricht von einer zeitlichen Konditionierung des Zugangs, der durch die Angabe der Öffnungszeiten geschieht. Ungewöhnlich ist im Korpus das Fehlen der Öffnungszeiten in Textform, wie es im obigen Beispiel der Fall ist. Vielmehr sind die Zeiten i. d. R. sogar recht aufwändig gestaltet, etwa in Form einer Laminierung, und damit dauerhaft angebracht. Die zeitliche Konditionierung des Eintritts muss aber nicht ausschließlich über einen Text geschehen, sondern kann auch auf andere Weisen erkennbar sein: Ist das Geschäft innen beleuchtet und Menschen darin zu sehen, ist das ein Hinweis auf den laufenden Betrieb. Ein bloßes Ausprobieren der Tür (wenn sie nicht ohnehin offen steht) kann ebenfalls Aufschluss darüber geben, ob geöffnet ist oder nicht. Offenheit und Geschlossenheit sind als Zustände dabei nicht als strenge Dichotomie zu sehen: Im Gespräch mit dem Personal könnte sich etwa herausstellen, dass zwar anwesende Gäste noch bedient werden, die Küche aber bereits geschlossen ist, das Restaurant sich also bereits im Prozess der Schließung befindet. Möglicherweise werden auch Stammgäste noch eingelassen, es ist also nur für eine bestimmte Personengruppe geöffnet. Folgt der Kunde jedoch dem Sog, der durch Bebauung und Betextung der Eingänge geschaffen wird, und ist die Tür dann verschlossen, bieten die Öffnungszeiten als Text eine Begründung für die Nicht-Zugänglichkeit und informieren zugleich über alternative zeitliche Zutrittmöglichkeiten.

Die Analyse des Eingangsbereichs hat die Corona-Aushänge bisher außen vorgelassen und so den Normalfall rekonstruiert. Die neu angebrachten Corona-Aushänge analysiere ich im folgenden Kapitel vor diesem Hintergrund.

5 Situiertheit von Corona-Aushängen

Im Folgenden soll beschrieben werden, wie die Corona-Texte sich in den beschriebenen Kontext der Geschäftstüren einfügen und die Konstellation aus Benutzbarkeits- und Lesbarkeithinweisen dabei verändern. Dabei sind zwei Varianten von Corona-Aushängen zu unterscheiden, wie sie auch schon in der Forschung (cf. Kapitel 2.1) beschrieben wurden: Informierende Aushänge geben die Schließung eines Geschäfts oder einer Einrichtung bekannt, seltener auch, dass das Geschäft (offenbar entgegen der angenommenen Erwartung der Rezipient:innen) geöffnet ist. Regulative Aushänge hingegen zielen darauf ab, das Verhalten der Rezipient:innen in den zu dieser Zeit geöffneten Geschäften zu beeinflussen. Das beinhaltet vor allem Abstandsgebote, Personenmengen in den Geschäftsräumen etc. Darüber hinaus verstehе ich darunter solche Aushänge, die Kund:innen oder Lieferant:innen an geschlossenen Geschäften anleiten, Waren abzuholen bzw. Pakete abzugeben. Die beiden Arten von Aushängen werden in diesem Abschnitt jeweils grundlegend charakterisiert und mit Schwerpunkt auf ihre Zeitlichkeit und ihren Ortsbezug untersucht.

5.1 „Aufgrund der Corona-Krise geschlossen“ – Informierende Aushänge als Etablierung des Krisenzustandes

In den informierenden Aushängen wird von den Inhaber:innen mit teils erheblichem kommunikativen Aufwand die Schließung von Geschäften verkündet. Die Aushänge sind i. d. R. in Briefform verfasst („Liebe Kunden“, „mit freundlichen Grüßen“) oder/und überschrieben mit metakommunikativen Einordnungen wie „Wichtige Information“. Die beiden Aushänge in den Abbildungen 2 und 3 geben einen Eindruck von der Informalität vieler Aushänge. Bei den Beispielen handelt es sich lediglich um DIN-A4-Zettel, die im ersten Fall handschriftlich, im zweiten Fall in gedruckter Form die Schließung bekannt geben und begründen. Der Ortsbezug ergibt sich einerseits aus der Wahrnehmbarkeit der Zettel an einem bestimmten Geschäft, auf das sich die Mitteilung der Schließung bezieht, andererseits aus der Wiederholung des Geschäftsnamens auf den Zetteln („ihr [Name] Nagelstudio“, „www.hugendubel.de“), wie es auch am Ladenschild über dem Geschäft zu finden ist, sowie durch Pronomen der ersten Person, die auf die Inhaber:innen der Geschäfte verweisen.

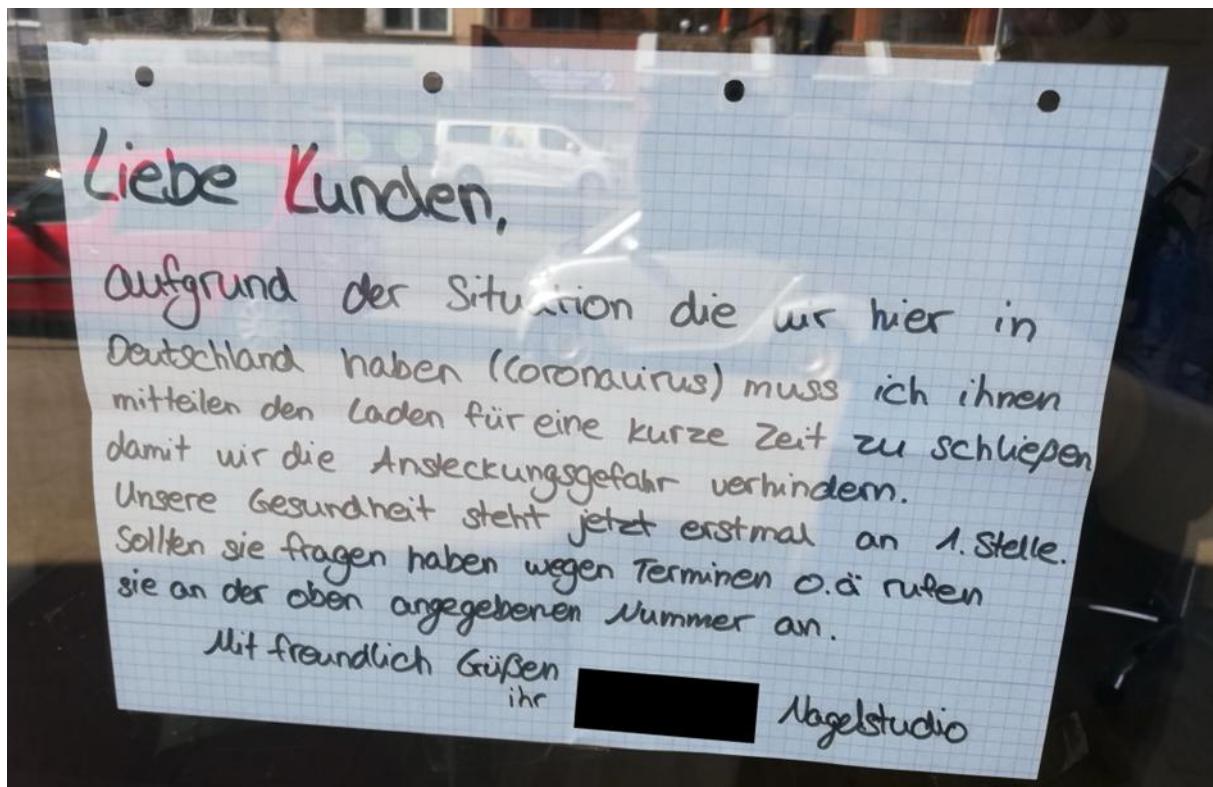


Abbildung 2: Informierender Aushang zur Schließung eines Nagelstudios (TK-H, anonymisiert)



Abbildung 3: Informierender Aushang zur Schließung einer Buchhandlung (TK-C)

Die Schließung des betreffenden Raumes wird durch die Zettel aber als Ausnahmezustand eingeführt, wie sich auf sprachlicher Ebene erstens in den Begründungen der Schließung, zweitens in den mehr oder weniger genauen Zeitangaben zu deren Dauer zeigt. Die Begründungen illustrieren die folgenden Einstiege von Aushängen:

- (1) Aufgrund der weltweiten Corona-Epidemie und der Vereinbarung zwischen der Bundesregierung und den Regierungschefinnen und -chefs der Länder müssen in Niedersachsen alle Spielhallen ab Dienstag, 17.03.2020, 06:00 Uhr vorerst schließen.
(Spielhalle, TK-H, alles ab „ab Dienstag“ in roter Schrift)
- (2) Liebe Gäste, aufgrund der Corona Pandemie haben wir zum gegenseitigen Schutz vorerst geschlossen.
(Eiscafé, TK-C)
- (3) Aufgrund der Corona-Krise bleibt unser Laden VORLÄUFIG geschlossen.
(Copyshop, TK-N)

Es gibt hauptsächlich drei teils miteinander kombinierte Begründungen: Der Verweis auf die entsprechende Verordnung des Landes (cf. auch Reershemius/Ziegler 2021: 270), auf die Gesundheit aller als Priorität über dem Geschäftsbetrieb und/oder auf den gegenwärtigen, krisenhaften Zustand. Auf die Gesetzeslage, die zur Schließung zwingt, verweist Beispiel (1). Neben der Nennung der Verordnung oder in diesem Fall der „Vereinbarung“ werden auch die politischen Verantwortlichen aufgeführt. Bemerkenswert ist der gelegentlich als Alternative anzu treffende Hinweis auf die Priorisierung der Gesundheit aller, die sich die Geschäftsinhaber:innen teils auch selbst auf die Fahnen schreiben und sich damit als Urheber:innen der Schließung inszenieren. Das Eiscafé in Beispiel (2) begründet die Schließung bspw. mit dem „gegenseitigen Schutz“. Es zeigt sich entsprechend ein großes Spektrum hinsichtlich der Verantwortung für die Schließung von einer Fremdzuweisung („die Bundesregierung“) bis hin zu einer eigenständigen Entscheidung, unabhängig davon, dass ohnehin ein gesetzlicher Zwang bestand.

Allgemeiner wird schließlich in allen drei Belegen auf die Corona-Pandemie als Krisenzustand verwiesen. In den typisch schriftsprachlich orientierten Einstiegen wird mittels einer mit „aufgrund“ eingeleiteten Präpositionalphrase eine Bezeichnung für die Pandemie eingeführt. In der Regel handelt es sich dabei um Komposita mit *Corona* als Determinans und *Krise* sowie *Pandemie* oder verwandte Bezeichnungen als Determinatum. Viele der Lexeme entstammen dem medizinischen Bereich (*Corona*, *Covid-19*, *Pandemie*, *Epidemie*), häufig ist jedoch auch schlicht von der „(Corona-)Krise“ die Rede. Zuweilen wird der gegenwärtige Zustand auch zu *Corona* (oder orthographischen Varianten wie *Korona* oder *Corana*) gekürzt („wegen Corona“). Die Nennung des Virus unterbleibt darüber hinaus in einigen Fällen, etwa in einleitenden Phrasen wie „aus gegebenen Anlass“, „aufgrund der derzeitigen Situation“ oder „aufgrund der aktuellen Lage“. Damit wird beim Leser das Wissen um die Situation vorausgesetzt. Mit diesen Lexemen wird ein temporärer, allgemein bekannter Krisenzustand etabliert. Die Begründungen lassen sich insofern aus der Perspektive der Diskursanalyse als Konstruktionen einer Krise verstehen, wobei der Sprache in diesem Prozess eine entscheidende Rolle zukommt: „Als solche sind sie [die Krisen, M. D.] insbesondere sprachlich geprägt, denn Sprache ist das einzige Medium, mit dem wir uns über Entitäten wie ‚Krisen‘ differenziert verständigen können. Sprache ist *das* Medium, durch das wir erfahren, was zu einem Zeitpunkt X als ‚Krise‘ wahrgenommen wird.“ (Wengeler/Ziem 2010: 335, Hervorheb, i. O.).

Die Aushänge sind neben medialen Diskursen und den gesetzlichen Regelungen ein weiterer Baustein der Krisen-Konstitution, wobei der Zustand der Krise hier in seiner Auswirkung auf das jeweilige Geschäft thematisiert wird. Das Lexem *Krise* ist dabei bereits in seiner Wortbedeutung als temporäres Übergangsphänomen zu verstehen. Medizinisch definiert es sich laut DWDS (s. v. *Krise*) als ein „entscheidender Wendepunkt im Verlauf einer akuten Krankheit“. Auch die Lexeme *Pandemie* und *Epidemie* bringen einen temporären Charakter mit sich. Eine Epidemie definiert das Robert-Koch-Institut (RKI) beispielsweise als „zeitlich und räumlich begrenzt“ (RKI 2015: 34, ähnlich die Pandemie, cf. ibd.: 99). Auch die Verweise auf die „Situation“ oder die „aktuelle Lage“ heben den gegenwärtigen Zeitpunkt gegenüber vorhergehenden und nachfolgenden Zeiträumen heraus. Man kann daher in Anlehnung an die Forschung zur Destinationswerbung, die die Reisezeit in die Dimensionen *prä-*, *on-* und *post-trip* einteilt (cf. Messner 2023: 118), von der Prä-Pandemie, der (Corona-)Pandemie und der Post-Pandemie sprechen. Die Post-Pandemie wird im Korpus zuweilen gegen Ende der Texte als ein gewünschter Zustand nach der Pandemie eingeführt. Dabei scheint, wie die folgenden Beispiele (4) bis (6) zeigen, implizit auch die Prä-Pandemie auf:

- (4) Wir hoffen, dass wir alle schon bald wieder zur gewohnten und liebgewonnenen Normalität zurückkehren dürfen und können.
(Restaurant und Bar, TK-H)
- (5) Wir [...] freuen uns Sie nach der Krise wieder in unserem Salon begrüßen zu dürfen.
(Friseursalon, TK-H)
- (6) Wir freuen uns, Euch sobald wie möglich wieder top motiviert und vor allem gesund im Studio antreffen zu können !
(Fitnessstudio, TK-H)

Typischerweise wird die Post-Pandemie mit den zukunftsbezogenen Verben *hoffen* (4) oder *freuen* (5 und 6) eingeführt und inhaltlich an die jeweiligen Geschäfte angepasst (etwa „in unserem Salon begrüßen“ oder „gesund im Studio antreffen“). Die Post-Pandemie erscheint dabei als ein Zustand der ersehnten Normalität, der wiedererlangt werden soll. Zu beachten ist dabei auch das Adverb *wieder* in allen drei Belegen, mit dem laut DWDS (s. v. *wieder*) ausgedrückt wird, „dass etw. (nach einem gewissen Zeitraum) erneut geschieht, ein früherer Zustand, Tatbestand von neuem besteht“. Damit wird auch deutlich, dass Prä- und Post-Pandemie im Wesentlichen derselbe („Normal-“)Zustand sind, der durch die Corona-Pandemie unterbrochen wird. Die nahezu obligatorische Begründung in den Belegen ist auch ein Hinweis darauf, dass Routinen vor der Pandemie, wie sie in Kapitel 4 herausgearbeitet wurden, durch die Schließung durchbrochen werden. Der Krise des nicht möglichen Zutritts ins Geschäft muss also eine Rechtfertigung folgen.

Die temporäre Schließung der Geschäfte wird in vielen Fällen von Verweisen auf dauerhafte Alternativen begleitet.

- (7) Wir sind aber weiterhin für Sie da! Sie erreichen uns telefonisch zu ausgewiesenen Service-Zeiten und auch per E-Mail.
(Versicherung, TK-H)
- (8) Unser exklusiver TOSH Online-Shop **www.tosh.de** hat weiterhin rund um die Uhr für euch geöffnet [...].
(Schmuckgeschäft, TK-C, Hervorheb, i. O.)

(9) In unserem Online-Shop unter c-a.com sind wir jedoch rund um die Uhr für Sie da.

(Modekette, TK-C)

Kleinere Geschäfte geben als Ausweichmöglichkeit Telefonnummern oder E-Mail-Adressen an (siehe auch Abbildung 2), über die entweder weiter die gewohnten Leistungen erbracht werden oder zumindest Beratung angeboten wird. Die in Beleg (7) zitierte Versicherung verweist auf die mögliche Beratung per E-Mail oder Telefon zu den Service-Zeiten, die darunter ausgewiesen werden. Eine Schneiderin kann ihre Dienste dagegen zwar während des Lockdowns nicht mehr durchführen, bietet aber telefonische Hilfe beim Stricken an. Größere Ketten verweisen vorwiegend auf ihre Online-Shops, etwa in (8) und (9), wonach die Shops „weiterhin“ und „rund um die Uhr“ verfügbar seien. Der Adverbkonnektor *weiterhin*, der in diesen Konstruktionen vermehrt verwendet wird, ist hier temporal zu verstehen und verdeutlicht das im Kontrast zur temporären Schließung andauernde Angebot der Beratung in telefonischer Form, per E-Mail oder im Online-Shop. Bei den Online-Shops wird zudem die Entgrenzung der Öffnungszeiten durch Zusätze wie „rund um die Uhr“ oder „24/7“ betont.

Die Krise als Übergangszustand zeigt sich zusätzlich in der Signalisierung der Geltungsdauer der Texte, die zugleich ein Ende erwarten lassen. Das geschieht in den informierenden Aushängen in sprachlicher **und** materieller Form. In den sprachlichen Angaben wird darüber hinaus die epistemische Einstellung der Produzent:innen markiert. Dabei zeigt sich eine Skala von großer Ungewissheit bis hin zu konkreten Datenangaben, wie die folgenden Beispiele illustrieren:

(10) Liebe Gäste, wir haben wegen Schutz vor Corona-Virus unser Betrieb für unbestimmte Zeit geschlossen. Ihr Team von [Name der Gaststätte].

(Gaststätte, TK-N)

(11) Wir sind auf Grund der Corona-Krise, bis einschließlich 19.4., behördlich geschlossen – ob dies verlängert wird, können wir leider noch nicht mit Gewissheit sagen.

(Friseursalon, TK-H)

(12) Geschlossen bis zum 18.04.20

(Escape-Room, TK-C)

Beispiel (10) nutzt die für diese Texte typische Formulierung „bis auf weiteres geschlossen“, eine weitere häufige Variante ist „vorübergehend geschlossen“, seltener auch „vorläufig“ oder „auf unbestimmte Zeit“. Teils wird auch ein Datum angegeben, ab dem die Schließung gilt, während das Ende der Maßnahmen ungewiss bleibt. In Beispiel (11) wird zwar ein Enddatum genannt, im Nachsatz aber ebenfalls ein ungewisses Ende der Maßnahmen in Aussicht gestellt. Häufiger sind knappere Formulierungen wie „bis voraussichtlich den 18.04.2020 geschlossen“.³ Die dritte Möglichkeit ist die Angabe eines Datums ohne sprachliche Hinweise auf die epistemische Einstellung wie in Beispiel (12).

Die Annahme einer kurzzeitigen Geltung der Maßnahmen spiegelt sich auch in der bereits angesprochenen Materialität der Texte wider. Oftmals handelt es sich um DIN-A4-Zettel, teils auch kleinere Formate, die außen oder innen an der Geschäftstür angebracht wurden und höchstens durch eine Klarsichtfolie vor äußeren Einflüssen geschützt wurden. Hochwertigere

³ Dass die Daten in den Angaben sich unterscheiden, hängt wohl damit zusammen, dass einige Geschäfte bis Freitag, andere bis samstags oder sonntags geöffnet sind und der entsprechende Tag als Enddatum genannt wurde.

Beschilderungen finden sich nur ausnahmsweise, entweder an Copyshops, bei denen die Herstellung von Schildern zum Berufsbild gehört, oder bei teureren Geschäften wie Juwelieren. Selbst bei global agierenden Ketten wurden zwar offenbar zentral Texte produziert und den Filialen zur Verfügung gestellt, diese aber dann vor Ort nur ausgedruckt und an die Schaufenster geklebt. Die Materialität spiegelt also bei den Corona-Aushängen nur zu einem geringen Grad die Qualität der Waren des Geschäfts wider, vielmehr verweist sie mit Domke (2014: 238) „auf eine begrenzte Dauer der Kommunikation und damit inhaltlich auf eine eingeschränkte Gültigkeit des Mitgeteilten“. Deutlich wird dies auch, wenn man die Aushänge mit Auer (2010: 286) als Ensemble betrachtet, i. e. als „mehrere Schilder/Inschriften/Zettel/Aufkleber, die in unmittelbarer Nähe zueinander stehen, also mit einem Blick wahrgenommen werden können, und die sich inhaltlich aufeinander beziehen“. Ein inhaltlicher Bezug besteht vor allem zu den regulären Öffnungszeiten, die durch die Corona-Aushänge als Neuankömmlinge innerhalb der Textsammlungen an den Geschäftstüren temporär außer Kraft gesetzt werden. Der Bezug der Texte aufeinander ist an der räumlichen Nähe zueinander erkennbar: Die Aushänge befinden sich ebenso wie die Öffnungszeiten meist im Eingangsbereich und werden direkt darunter, darüber oder daneben angebracht. Selten überlappen sich Corona-Aushänge und Öffnungszeiten, die Öffnungszeiten sind dabei aber immer noch mindestens partiell erkennbar. Die Überlappung ist eine Form der (Über-)Schichtung von Texten, was nach Auer (2010: 287) „eine Trennung zwischen einem früheren (primären) und einem späterem (sekundären, tertiären ...) Zeichen“ impliziert.



Abbildung 4: Informierender Aushang zur Schließung eines Friseursalons unter den Öffnungszeiten (TK-N)

Durch kurzlebiges Material und die geringe Gestaltung der Texte wird in solchen Ensembles zugleich die kurzfristige Geltungsdauer der Corona-Aushänge gegenüber den dauerhaft gültigen Öffnungszeiten deutlich, wie das folgende Beispiel eines Friseursalons in Abbildung 4 zeigt. Der Salon informiert darüber, dass „Vorrübergend 2 Wochen Geschlossen“ sei. Der Aushang selbst ist eine handschriftliche Notiz mit orthographischen Abweichungen auf einem einfach gefalteten Zettel und wurde von innen, vermutlich mit Klebestreifen, an der Tür angebracht. Er kontrastiert dadurch stark mit den darüber angebrachten Texten, die per Laminierung auf der Fensterscheibe aufgeklebt sind. Möglicherweise weist Handschriftlichkeit einen Text gegenüber gedruckten und räumlich nahen Texten wie in diesem Fall grundsätzlich als neuer und dringlicher aus. Ein ähnlicher, aber seltenerer Fall liegt vor, wenn bestehende, gedruckte Öffnungszeiten wie in Abbildung 5 handschriftlich korrigiert werden.

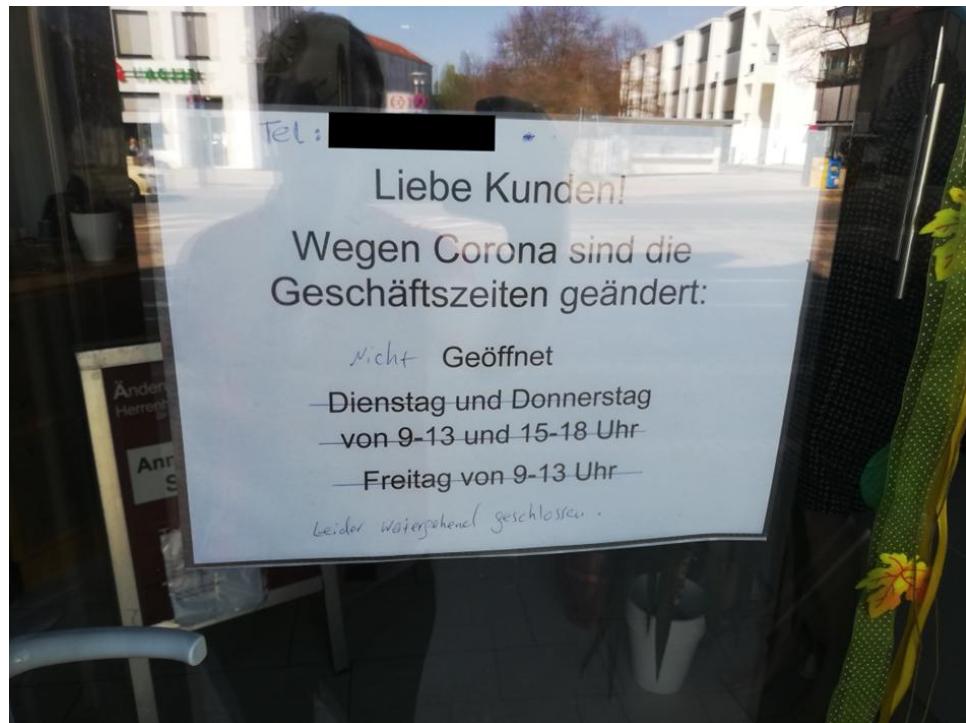


Abbildung 5: Überschriebene Öffnungszeiten einer Schneiderei (TK-H, anonymisiert)

Das Wort *geöffnet*, das die Öffnungszeiten einleitet, wird vorn durch ein handschriftliches „Nicht“ erweitert, die Öffnungszeiten durchgestrichen und durch „leider weitergehend geschlossen“ ergänzt. Diese Lösung ist vermutlich deshalb so selten, weil nach der Pandemie die Schilder erneuert werden müssten. Auch hier wird allerdings deutlich, dass die handschriftlich angebrachten Änderungen jünger und damit aktueller sind als die zuvor auf relative Dauerhaftigkeit angelegten gedruckten Hinweise. Durch den Unterschied von Hand- und Druckschrift in einem Text wird dessen Genese sichtbar und damit das für die Textkommunikation spezifische Problem der Editierung deutlich: Der Normalfall von Texten ist Dauerhaftigkeit, Veränderungen nach der Veröffentlichung müssen entsprechend i. d. R. als solche erkennbar sein, wie auch explizite Editierungshinweise in Social-Media-Postings (cf. Döring 2023: 185) und die Beitragshistorien in Wikipedia-Artikeln (cf. Storrer 2018: 406) zeigen. Zugleich wird durch die Editierungshinweise der Unterschied von neuerer und älterer Information verdeutlicht (wiederum eine Form der Überschichtung) und damit die Rezeption erleichtert.

5.2 „Nur mit Einkaufswagen in den Markt!“ – Neuregelung von Routinen der Raumnutzung

Regulative Schilder dienen der Steuerung (cf. Hausendorf/Kesselheim 2008: 148–151) des Rezipienten in Hinblick auf Verhaltensregeln, die durch die Corona-Pandemie notwendig wurden. Das betrifft zu Beginn der Pandemie noch nicht das Tragen von Masken, sondern vor allem Abstände der Kund:innen zueinander und daraus folgende Beschränkungen, wie viele Personen gleichzeitig im Geschäft sein dürfen. Die Texte zeichnen sich gegenüber den informierenden Aushängen durch eine eher knappe und direkte sprachliche Gestaltung aus, wie die Beispiele in den Abbildungen 6 und 7 illustrieren.



Abbildung 6: Regulativer Aushang mit Regeln für das Betreten einer Apotheke (TK-H)



Abbildung 7: Regulativer Aushang zum Verzehr von Eis vor einer Eisdíele (TK-N)

Aufforderungen werden knapp und sehr direkt unter Zuhilfenahme von unterschiedlichen sprachlichen und typographischen Hervorhebungsmitteln realisiert, selten sind dagegen in der Frühphase der Pandemie Piktogramme. Ein frequentes Mittel ist die Iteration von Ausrufezeichen und die Schreibung zentraler Wörter in Majuskeln („STOPP!!!“). Farblich dominiert bei Hervorhebungen die Farbe Rot, ebenso finden sich Unterstreichungen wie in dem Aushang in Abbildung 7. Letzterer ist einer der Fälle, in dem alle Wörter hervorgehoben werden und dies auch mehrfach geschieht (Farbe, Unterstreichung, teils Majuskeln). Das könnte der Tatsache geschuldet sein, dass auch andere Texte im Eingangsbereich um die Aufmerksamkeit der Rezipient:innen buhlen (cf. Kapitel 4) und daher ebenfalls aufmerksamkeitsheischende Elemente aufweisen. Regulative Aushänge werden zuweilen auch in mehreren Versionen ausgehängt, was m. E. wiederum der Verstärkung der Botschaft dient. Abbildung 8 zeigt zwei identische Hinweise, die darauf hinweisen, dass der Supermarkt nur mit Einkaufswagen betreten werden darf. Der rechte Zettel wurde handschriftlich verfasst und weist zusätzlich iterierte

Ausrufezeichen auf. Das legt nahe, dass er später und als Verstärkung der Botschaft angebracht wurde, die offenbar allein nicht ausreichend beachtet wurde.



Abbildung 8: Mehrfachaushang an einem Supermarkt (TK-H)

Die Aushänge sind gleichzeitig offensichtlich nur für kurze Zeit angebracht. Die sich daraus ergebende kurzfristige Geltungsdauer wird aber im Gegensatz zu den informierenden Aushängen höchst selten in sprachlicher Form verdeutlicht (etwa unter Angabe eines Datums), sondern nur durch die wenig haltbare Materialität signalisiert.

Die Texte setzen Routinen außer Kraft, die in der Prä-Pandemie (cf. Kapitel 4) nicht verbalisiert werden: Man kann ein Geschäft normalerweise betreten, ohne die dort bereits Anwesenden zu zählen, man muss keinen großen Abstand zu ihnen halten und man muss Supermärkte nicht mit einem Einkaufswagen betreten. Geht man wie bereits ausgeführt davon aus, dass gestaltete Räume Hinweise darauf geben, wie sie zu nutzen sind (cf. Hausendorf/Kesselheim 2013: 12), ist schon die Größe der meisten Geschäfte ein Benutzbarkeitshinweis in der Hinsicht, dass die Anzahl der Personen größer sein kann als die in der Pandemie übliche Menge von zwei bis drei Personen. Es gibt zudem außerhalb der Pandemie keine spezifischen Hinweise auf die Begrenzung der Personenzahl im Geschäft. Diese Routinen, die uns vor der Pandemie nicht beschäftigt haben, werden durch die Aushänge in dieser Zeit außer Kraft gesetzt und durch neue ersetzt: Nur drei Besucher pro Geschäft, Abstand halten, (später) nur mit Maske eintreten etc. Jedes Geschäft verdeutlicht diese neuen Routinen eigens, was mit der unterschiedlichen Umsetzung der Abstandsregelungen durch die Geschäfte zu tun haben dürfte, aber auch mit der notwendigen Gewöhnungszeit.⁴ Auer (2010: 275) beschreibt eine wesentliche Funktion der

⁴ Interessant ist auch der Blick auf die Gegenwart: Aktuell findet sich etwa in manchen Arztpraxen der Hinweis, dass das Tragen einer Maske nicht mehr notwendig sei. Diese Routine war in der Pandemie ab einem bestimmten Moment so etabliert, dass der Abschied von dieser Maßnahme selbst wieder mit einem Text verkündet werden musste. Umgekehrt werden manche Überbleibsel der Pandemie, wie Abstandsmarker auf dem Boden, mit Rückgriff auf die Lesbarkeitsquelle der Vertrautheit nur noch als historisch und damit als nicht mehr gültig empfunden.

ortsgebundenen Schrift im öffentlichen Raum wie folgt: „[S]ie macht vor allem solche Räume les- und damit nutzbar, die nicht durch das routinemäßige Zusammenleben Ortskundiger gekennzeichnet sind.“ In der Pandemie werden die Kund:innen in gewisser Weise auch an vertrauten Orten für einen kurzen Zeitraum zu Ortsunkundigen. Die Verwendung von Schrift wird notwendig, weil die „routinehaften Handlungen ausnahmsweise nicht möglich sind, also eine Sondersituation eintritt (der Aufzug bleibt stecken, die Straße ist blockiert)“ (ibd.: 275). Eine solche, deutlich drastischere Sondersituation stellt auch die Pandemie dar. Die Aushänge sind insofern als eine Reaktion auf einen Ausnahmezustand zu verstehen.

5.3 Regulative Aushänge schaffen neue Räume

Einen Sonderfall bilden regulative Aushänge, die an verschlossenen Geschäften hängen. Sie lassen sich mit Domke (2019: 177) als Texte verstehen, die dazu beitragen, einen Ort als einen Raum mit bestimmten Eigenschaften zu verstehen. Alternativ zum Normalfall werden die Geschäftsräume als Verzehrräume, Abholräume und Lieferwege ausgezeichnet.

Ein Beispiel für die Sperrung von Verzehrräumen und den gleichzeitigen Hinweis auf alternative Räume sind Eisdielen, die im ersten Lockdown Eis zum Mitnehmen verkaufen durften, das aber nicht vor dem Geschäft verzehrt werden durfte. Mehrere Geschäfte weisen darauf hin, dass das Eis nicht vor der Eisdiele, sondern nur in einem Umkreis von 50 Metern Entfernung davon verzehrt werden durfte. Das bereits besprochene Beispiel in Abbildung 7 verlangt diese Entfernung vom Geschäft ebenso wie die Tafel in Abbildung 9. Interessant ist dabei, dass der Abstand von 50 Metern nirgendwo markiert wird und lediglich die gesetzliche Vorgabe übernommen wurde.



Abbildung 9: Regulativer Hinweis zum Verzehr von Eis vor einer Eisdiele auf einer Tafel (TK-H)

Die Texte definieren einen neuen Verzehrraum in 50 Metern Entfernung, zugleich wird in Abbildung 9 durch die Markierung rechts von der Tafel der bisherige Verzehrraum symbolisch abgesperrt. Die Markierung wird in diesem Fall durch Paketband vorgenommen, das auf Zerbrechlichkeit hinweist, in dieser Rolle aber provisorisch (und damit wieder nur für eine Übergangszeit) den bisherigen Verzehrraum für ungültig erklärt. Im Laufe der Pandemie haben sich architektonische Lösungen für diese Aufgaben entwickelt: Plexiglasscheiben hielten Einzug und Restaurants schoben Tische auseinander, „neue Raumkonzepte“ (Hausendorf 2020: 197) wurden entwickelt. Im Korpus dieses Beitrags übernehmen jedoch fast vollständig Texte und indexikalische Zeichen wie Pfeile die Aufgabe der Steuerung der Kund:innen im und am Geschäftsraum.

Die Abbildungen 10 und 11 zeigen, wie eine Pizzeria, die ihre Ware in der Pandemie auch zum Abholen anbot, die Kund:innen dabei mit Hinweisen an der Ladenfront von der Eingangstür bis zu einem (hier nicht sichtbaren) Fenster leitete, an dem dann die Abholung erfolgte.



Abbildung 10: Fensteraufschrift mit Hinweisen zur Abholung von Speisen an einer Pizzeria (1) (TK-N)



Abbildung 11: Fensteraufschrift mit Hinweisen zur Abholung von Speisen an einer Pizzeria (2) (TK-N)

In Abbildung 10 wurde in weißer Farbe an der Eingangstür „AUSGABE RECHTS AM FENSTER“ auf die Tür geschrieben, wodurch deutlich wird, dass die architektonischen Gegebenheiten eine Abholung an der Geschäftstür nahelegen. Ein weiterer Hinweis weiter rechts auf dem Fenster (Abbildung 11) verweist erneut per Pfeil nach rechts mit der Angabe „AUSGABE PIZZA“. Folgt man den Pfeilen, gelangt man zum Fenster, an dem die Ausgabe erfolgte. Ein anderes Restaurant markiert den Ort der Abholung, einen unscheinbaren Hauseingang neben dem Restaurant, mit einem weißen DIN-A4-Blatt mit der Aufschrift „HIER AUSGABE“. Die Hinweise sind auf eine Lektüre in Abwesenheit der Textproduzent:innen

angelegt, zugleich verweist ihr wenig dauerhafter Charakter darauf, dass es sich um eine provisorische Lösung handelt. Sie setzen die gewohnten, prä-pandemischen Wege der Kontakt-aufnahme (z. B. am Tresen) außer Kraft.

Das gilt ebenso für einen dritten Typ von regulativen Aushängen, der sich speziell an Lieferant:innen richtet. Da die Post nicht mehr wie gewohnt an der Theke abgegeben werden kann, werden entweder andere, noch geöffnete Geschäfte als neue Lieferpunkte angegeben oder spezifische Anweisungen gegeben, wo die Post abgelegt werden soll. In Abbildung 12 ist auf der Fensterscheibe ein Zettel angebracht, der Lieferanten:innen bittet, die Post „unter der Tür“ einzuschieben, wobei dies offenbar ein so ungewöhnlicher Platz für die Post ist, dass zusätzlich mit einem Pfeil darauf verwiesen wird. Auch andere Hinweise für Lieferant:innen arbeiten mit Pfeilen und verweisen deiktisch nach rechts oder links auf umliegende Geschäfte. Auffällig ist dabei, dass die Lieferant:innen mit eigenen Aushängen adressiert werden und nicht etwa mit den Kund:innen auf einem Zettel angesprochen werden.



Abbildung 12: Aushang mit Hinweis zum Posteinwurf (Bekleidungsgeschäft, TK-C)

Die Aushänge verdeutlichen, dass Pizza an einem benachbarten Hauseingang abgeholt und Pakete in einem Geschäft nebenan abgegeben werden müssen. Typisch für die pandemiebezogenen Texte ist, dass es sich hierbei um eine krisenhafte Situation handelt, bei der abweichend von den sonstigen Routinen eine kurzfristig geltende neue Lösung gefunden werden muss. Erst wenn sich erwies, dass die Regeln langfristiger gelten, wurden auch dauerhaftere Lösungen für den Infektionsschutz in Form von gestalterischen und baulichen Elementen im Raum umgesetzt. Der prekäre Charakter der Materialität der Zettel kann zu diesem Zeitpunkt auch als eine Hoffnung gelesen werden, dass die Pandemie bald enden soll.

7 Fazit

Ziel des Beitrags war es, die Aushänge der Corona-Pandemie hinsichtlich ihrer räumlichen und zeitlichen Situierung zu untersuchen: Wie geben die Texte zu erkennen, inwiefern sie sich auf den sie umgebenden Raum und auf ihre Zeitlichkeit beziehen? Dies geschieht, wie gezeigt wurde, je nach Funktion der Aushänge in unterschiedlicher Weise. Die vorrangig informierenden Aushänge, die auf die Schließung der Geschäfte hinweisen, thematisieren sehr viel stärker ihre Zeitlichkeit. Zum einen verorten sie sich in der Corona-Pandemie als einer zu dieser Zeit allgegenwärtigen Krise und begrenzen damit auch ihre Gültigkeit auf diesen Krisenzustand. Die Schließung wird also als Ausnahme markiert und die Pandemie gegenüber dem Normalfall, der Prä- bzw. Post-Pandemie, abgegrenzt. Zugleich geben die Texte auch sprachlich und materiell Hinweise auf die Geltungsdauer des aktuell geltenden (und zu dieser Zeit bisher einzigen) Lockdowns. Zum einen werden Daten angegeben, wobei Unsicherheitsmarker deren Gewissheit einschränken („voraussichtlich bis“). Zum anderen handelt es sich bei den Zetteln i. d. R. um einfache Papiere, die mit Klebestreifen angebracht werden, nicht um aufwändig gestaltete Schilder wie es bei der Angabe von Öffnungszeiten üblich ist. Der Ortsbezug beschränkt sich bei den Texten auf den Geltungsbereich der Schließung, das jeweilige Geschäft, und wird lediglich durch den Geschäftsnamen und den Ort der Anbringung deutlich.

Die regulativen Aushänge dienen stärker der Beeinflussung der Handlungen der Rezipient:innen. Diese sollen Abstand halten, Einkaufswagen nutzen oder nur bis zu einer bestimmten Anzahl in das Geschäft eintreten. Die Texte sind sehr knapp gehalten und geben außer durch ihre prekäre Materialität, die eine geringe Geltungsdauer impliziert, kaum Hinweise auf ihre Zeitlichkeit. Dagegen findet sich in ihnen ein stärkerer Ortsbezug, indem entweder Regeln für die Nutzung des jeweiligen Raumes, an dem der Text angebracht ist, aufgeführt werden, oder die Eigenschaften und Funktionen des Raums redefiniert werden. So ist der Verzehr von Waren nicht mehr überall erlaubt und die Abholung von Bestellungen in Restaurants, die vorher oft gar nicht möglich war, muss über improvisierte Abholräume an und neben den Geschäften verdeutlicht werden. Die Orientierung der Kund:innen im Raum wird häufig schlicht durch Substantive oder einfache Nominalphrasen mit Pfeilen und/oder deiktischen Ausdrücken ermöglicht („Abholung hier“).

Im Ergebnis zeigt sich eine Verschränkung von zeit- und raumbezogenen Lesbarkeitshinweisen, die die Corona-Aushänge als Krisentexte ausweisen. Es lässt sich entsprechend die These vertreten, dass die Aushänge nicht nur der Überbrückung der „unter Infektionsverdacht“ (Hausendorf 2020: 198) stehenden Nähekommunikation dienen, sondern dass sie die Aufgabe haben, grundlegende Nutzungsritualen für die betreffenden Räume zeitweilig außer Kraft zu setzen oder neu zu regeln. Damit unterscheiden sie sich von den an den Eingangsbereichen angebrachten Texten, die auf Dauerhaftigkeit angelegt sind (Öffnungszeiten), und weisen Ähnlichkeiten zu Notizen bei kurzer Abwesenheit („Bin gleich wieder da“) auf. Zukünftige Forschung sollte solche Krisenkommunikation des Alltags stärker daraufhin in den Blick nehmen, welche Routinen damit außer Kraft gesetzt werden und welche sprachlichen und semiotischen Mittel dafür verwendet werden. Die Einarbeitung neuer Routinen in die Bebauung und Gestaltung von Geschäften, wie sie in der Corona-Pandemie gut zu beobachten war, stellt ebenfalls ein Desiderat der Forschung dar. So dürfte auch die stärker etablierte Karten- gegenüber der Bargeldzahlung zu neuen Praktiken der Bezahlung und dabei auch zu baulichen Veränderungen

(fest verbaute Kartengeräte) und neuer Beschilderung im Kassenbereich führen („Kartenzahlung erst ab 10 Euro“).

Literaturverzeichnis

- Adamzik, Kirsten (2016): *Textlinguistik: Grundlagen, Kontroversen, Perspektiven*. 2., völlig neu bearbeitete, aktualisierte und erweiterte Neuauflage. Berlin/Boston: De Gruyter.
- Androutsopoulos, Jannis (2020): „Die Sprachlandschaft im Dispositiv der Pandemie“. *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur* 16/02–03: 290–299. doi: 10.46771/978-3-96769-102-3_26.
- Auer, Peter (2010): „Sprachliche Landschaften. Die Strukturierung des öffentlichen Raums durch die geschriebene Sprache“. In: Deppermann, Arnulf/Linke, Angelika (eds.): *Sprache intermedial: Stimme und Schrift, Bild und Ton*. Berlin/New York, De Gruyter: 271–300. (= *Jahrbuch 2009 des Instituts für Deutsche Sprache*). doi: 10.1515/9783110223613.271.
- DW (2021): Thurau, Jens/Bosen, Ralf: „Chronologie: Corona in Deutschland“. *Deutsche Welle*: dw.com/de/chronologie-ausbreitung-des-coronavirus-in-deutschland/a-58003172 [27.11.2024].
- DWDS: dwds.de/wb [27.11.2024].
- Döring, Mark (2023): „Schon Pläne für Donnerstag?“ Zeitlichkeitshinweise in Social-Media-Postings von Hochschulen“. In: Pappert, Steffen/Roth, Kersten Sven (eds.): *Zeitlichkeit in der Textkommunikation*. Tübingen, Narr: 177–202. (= *Europäische Studien zur Textlinguistik* 24).
- Domke, Christine (2014): *Die Betextung des öffentlichen Raumes: Eine Studie zur Spezifik von Meso-Kommunikation am Beispiel von Bahnhöfen, Innenstädten und Flughäfen*. Heidelberg: Winter. (= *Wissenschaft und Kunst* 26).
- Domke, Christine (2019): „Meso-Kommunikation zwischen Stadt/Netz: Zur Struktur alternativer Kommunikationswege“. In: Hauser, Stefan/Opiłowski, Roman/Wyss, Eva Lia (eds.): *Alternative Öffentlichkeiten: Soziale Medien zwischen Partizipation, Sharing und Vergemeinschaftung*. Bielefeld/Berlin, Transcript/De Gruyter: 167–190. (= *Edition Medienwissenschaft* 35).
- Fix, Ulla (2008): „Nichtsprachliches als Textfaktor: Medialität, Materialität, Lokalität“. *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 36/3: 343–354.
- Hausendorf, Heiko (2010): „Interaktion im Raum. Interaktionstheoretische Bemerkungen zu einem vernachlässigten Aspekt von Anwesenheit“. In: Deppermann, Arnulf/Linke, Angelika (eds.): *Sprache intermedial: Stimme und Schrift, Bild und Ton*. Berlin/New York, De Gruyter: 163–198. (= *Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache* 2009). doi: 10.1515/9783110223613.163.
- Hausendorf, Heiko (2020): „Geht es auch ohne Interaktion?“. *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur. Themenheft: Corona. Essayistische Notizen zum Diskurs* 16/2–3: 196–199.
- Hausendorf, Heiko (2022): „Fix und fest“: Angebrachte und unangebrachte Texte“. In: Bock, Bettina M./Pappert, Steffen/Škerlavaj, Tanja (eds.): *Grenzgänge: Eine Spritztour durch Text-, Stil- und Zeichengefälle: Festschrift für Ulla Fix*. Berlin, Frank & Timme: 111–121.
- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang (2008): *Textlinguistik fürs Examen*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. (= *Linguistik fürs Examen* 5).

- Hausendorf, Heiko/Kesselheim, Wolfgang (2013): *Können Räume Texte sein? Linguistische Überlegungen zur Unterscheidung von Lesbarkeits- und Benutzbarkeitshinweisen*. Zürich. (= SpuR-Arbeitspapier 02). zora.uzh.ch/id/eprint/84555/1/SpuR_Arbeitspapiere_Nr02_Aug 2013.pdf [27.11.2024].
- Hausendorf, Heiko et al. (2017): *Textkommunikation: Ein textlinguistischer Neuansatz zur Theorie und Empirie der Kommunikation mit und durch Schrift*. Berlin/Boston: De Gruyter. (= Reihe Germanistische Linguistik 308).
- Hausendorf, Heiko/Schmitt, Reinhold (2016): „Interaktionsarchitektur und Sozialtopographie: Basiskonzepte einer interaktionistischen Raumanalyse“. In: Hausendorf, Heiko/Schmitt, Reinhold/Kesselheim, Wolfgang (eds.): *Interaktionsarchitektur, Sozialtopographie und Interaktionsraum*. Tübingen, Narr Francke Attempto: 27–54. (= Studien zur deutschen Sprache 72).
- Hausendorf, Heiko/Schmitt, Reinhold (2018): „Sprachliche Interaktion im Raum“. In: Deppermann, Arnulf/Reineke, Silke (eds.): *Sprache im kommunikativen, interaktiven und kulturellen Kontext*. Berlin/Boston, De Gruyter: 87–118. (= Germanistische Sprachwissenschaft um 2020). doi: 10.1515/9783110538601-005.
- Hausendorf, Heiko et al. (2015): „Ko-Konstruktionen in der Schrift? Zur Unterscheidung von face-to-face-Interaktion und Textkommunikation am Beispiel des Editierens fremder Beiträge in einem Online-Lernforum“. In: Krafft, Ulrich/Gülich, Elisabeth/Dausendschön-Gay, Ulrich (eds.): *Ko-Konstruktionen in der Interaktion*. Bielefeld, Transcript: 111–138. (= Sozialtheorie).
- Kesselheim, Wolfgang (2021): *Ausstellungskommunikation: Eine linguistische Untersuchung multimodaler Wissenskommunikation im Raum*. Berlin/Boston: De Gruyter. (= Reihe Germanistische Linguistik 312). doi: 10.1515/9783110572933.
- Messner, Monika (2023): „Zwischen Alltagszeit und Urlaubszeit, zwischen Imagination und Zurückerinnern – Zeitlichkeit in der Destinationswerbung“. In: Pappert, Steffen/Roth, Kersten Sven (eds.): *Zeitlichkeit in der Textkommunikation*. Tübingen, Narr: 111–144. (= Europäische Studien zur Textlinguistik 24).
- Pappert, Steffen/Roth, Kersten Sven (eds.) (2023): *Zeitlichkeit in der Textkommunikation*. Tübingen: Narr. (= Europäische Studien zur Textlinguistik 24).
- Opiłowski, Roman (2022a): „Text und Stadt in der Pandemie. Zur funktionalen Klassifikation von öffentlichen Texten in der Coronakrise“. *Oxford German Studies* 51/1: 106–135. doi: 10.1080/00787191.2022.2066862.
- Opiłowski, Roman (2022b): „Zentrale und periphere Mittel der Multimodalität im funktionalen Stadtdiskurs über die Pandemie des Coronavirus“. In: Jakosz, Mariusz/Kałasznik, Marcelina (eds.): *Corona-Pandemie: Diverse Zugänge zu einem aktuellen Superdiskurs*. Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht: 289–307. doi: 10.14220/9783737015127.289.
- Reershemius, Gertrud/Ziegler, Evelyn (2021): „Soziolinguistische Perspektiven auf Praktiken des Semiotic Landscaping in Zeiten der Coronavirus-Pandemie. Ein Stadt-Land-Vergleich“. *Linguistik Online* 110, 5/21: 259–292. doi: 10.13092/lo.110.8146.
- RKI (Robert-Koch-Institut (ed.)) (2015): *RKI-Fachwörterbuch Infektionsschutz und Infektionsepidemiologie*. Berlin: DBM. rki.de/DE/Themen/Infektionskrankheiten/Fachwoerterbuch_Infektionsschutz.pdf?__blob=publicationFile&v=5 [27.11.2024].

- Roggendorf, Ute (2020): *Schaufenstergestaltung – So bleiben Ihre Kunden stehen*. ladenbau.de/ratgeber/schaufenstergestaltung-so-bleiben-ihre-kunden-stehen/ [27.11.2024].
- Siegert, Bernhard (2010): „Türen. Zur Materialität des Symbolischen“. *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung* 1/1: 151–170. doi: 10.25969/mediarep/18431.
- Storrer, Angelika (2018): „Web 2.0 – das Beispiel Wikipedia“. In: Birkner, Karin/Janich, Nina (eds.): *Handbuch Text und Gespräch*. Berlin/Boston, De Gruyter: 398–418. (= *Handbücher Sprachwissen* 5).
- Wengeler, Martin/Ziem, Alexander (2010): „„Wirtschaftskrisen“ im Wandel der Zeit. Eine diskurslinguistische Pilotstudie zum Wandel von Argumentationsmustern und Metapherngebrauch“. In: Landwehr, Achim (ed.): *Diskursiver Wandel*. Wiesbaden, Springer: 335–354. (= *Interdisziplinäre Diskursforschung*).