

Unsere Muttersprache in Österreich

Nr. 4/Jahrgang 13

Dezember 2011

Zeitung



- » Die Muttersprache im deutschsprachigen Raum und in anderen Ländern.
- » Dokumentation modischer Verstöße gegen elementare Sprachregeln.
- » Erhaltung und Pflege der deutschen Muttersprache, ihre Befreiung von
- » überflüssigen Anglizismen und Amerikanismen.
- » Förderung des richtigen Erlernens der Fremdsprachen.

» Liebe Sprachfreundin, lieber Sprachfreund!

Unsere INTERESSENGEMEINSCHAFT MUTTERSPRACHE ist als Verein im Mai 2011 **13 Jahre** alt geworden. Eine idealistisch gesinnte kleine Gruppe von Menschen stemmt sich gegen die Flut überschüssiger, modischer und hirnloser Anglizismen im Interesse unserer Muttersprache, unserer Heimat und unserer Kultur.

Darf ich Sie fragen: Was tun Sie?

Dankenswerter Weise unterstützen Sie uns mit Ihrem Mitgliedsbeitrag.

Aber sonst?

Ich weiß, wir haben alle viel zu tun. Ich weiß, dass der Schritt vom Gedanken zum Tun sehr weit ist.

Trotzdem: Ich wünsche mir als Obmann der IGM (und zu Weihnachten wird das wohl erlaubt sein) Ihre Mitarbeit.

Das kann in sehr vielfältiger Weise erfolgen:

- Schreiben Sie Leserbriefe an Zeitungen, Firmen, Institutionen, die unsere deutsche Muttersprache mit hässlichen Anglizismen verunstalten. Senden Sie uns Kopien und Reaktionen.
- Senden Sie uns Anschriften von möglicherweise Interessierten, denen wir unsere Zeitung und Informationsmaterial zusenden werden. Wir zählen rund 600 Mitglieder, aber wir wollen wachsen!
- Kommen Sie zu unseren Veranstaltungen und Sprechabenden.
- Reden Sie mit Freunden, Bekannten über die Anglizismenflut.
- Senden Sie uns interessante Beiträge, die Sie in Zeitungen finden.

Sie sehen: Es gibt viele Möglichkeiten, aktiv mitzuwirken.

Daher mein Weihnachtswunsch: Jedes Mitglied ein Aktivist!

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen und uns „Frohe Weihnachten!“

O.Univ.Prof. Dr. Werner Pfannhauser
Obmann der IG Muttersprache

IG Muttersprache



» Leserbriefe

„Unvergessen betrauern wir...“ oder „Das Trauerspiel um die Sprache“

Ja, wir betrauern wirklich ... den Niedergang der Sprache. Wir sind untröstlich, dass so viele die einfachsten Wörter nicht mehr sinngemäß verwenden können. Es mag ja sein, dass das Formulieren einer Parte schwierig ist, aber die Redaktion der betroffenen Zeitung sollte doch beratend zur Seite stehen. Oder ist meine Annahme richtig, dass die widersinnige Formulierung, die eine Zeit lang inflationär in den Todesanzeigen eines steirischen Kleinformats auftauchte, gerade auf die Beratung durch sprachunfähige Redakteure zurückging?

Zahlreiche Sprachfehler, die täglich in den Medien auftauchen, legen diese traurige Vermutung nahe...

Daher will ich meine Sprachkritik gar nicht an den viel beklagten Rechtschreibsünden festmachen, wie z.B.: „Die angeblich 75.000 reichen Österreicher werden das Budget nicht sanieren können.“ = (Kl.Ztg, Leserbrief, 8.9.2011), es könnte sich ja um einen Tippfehler handeln. Schlimmer schon ist der Grammatik-Abgrund in den man stürzt, wenn man liest: „Ja, er könnte den einen oder anderen Spieler (Singular) wieder nominieren, die bei Constantini in Ungnade gefallen sind.“ (Plural) (Kl. Ztg., 9.9.2011) Natürlich richtig, „..., der ... in Ungnade gefallen ist.“ (!) Oder: „..., dass manche dieser Politiker noch in Amt und Würden sind.“ (Kl.Ztg., 10.9.2011)

Entsetzen erfasst mich bei der Verwechslung von festen Wendungen: „Großbritannien bereitet sich auf die Ankunft von Hurrican „Katja“ ein.“ (Kl.Ztg., 11.9.2011) Natürlich bereitet man sich „vor“, während man sich „einstellt“. Eine besondere Grauslichkeit ist die Verwechslung des Geschlechts, wie z.B., „Das Tal und ihre Bewohner...“ (statt seiner) (TV-Kanal BR, 23.9., 19:30 Uhr, „Das Ostrachtal“; oder von Pronomen: „..., weil Sponsoren keine Politiker oder Beamten mehr zu „Ihnen“ (gemeint ist „sich“) einladen durften.“ (Kl.Ztg., 20.9.2011) Oder: „Auch ihr (Politiker habt Schulden... angehäuft, ohne sich (richtig: euch) einen Gedanken darüber zu machen.“ (Kl.Ztg., 29.9.2011)

Aber unverzeihlich sind Sinnwidrigkeiten, wie: „...unsere extensive Berichterstattung über 9/11.“ (Ö1, „Kulturnachrichten“, 12.9.2011); gemeint war natürlich das Gegenteil, nämlich „intensive“ Berichterstattung... Oder Ö1, „Pasticcio“, 19.9.2011: Goethe hat die Wandteppiche

unglaublich betrachtet.“ Ja, Goethe würde staunen, er hat damals kaum glauben können, aber heute könnte er es sicher nicht glauben, was in Kultursendungen so alles zu hören ist.

Wie heißt es so schön (Kl.Ztg., 20.10.2011) „Ich sehe seinen unverständlichen Gesichtsausdruck noch heute,...) Unverständlich ist es tatsächlich, da doch „verständnislos“ gemeint ist. „Mann wundert sich täglich...“ (Kl.Ztg., 20.10.2011), glauben Sie mir, man wundert sich – leider – wirklich täglich...

Mag. Schwarz Maria Luise, Graz

Sehr geehrte Damen und Herren!

Ich danke herzlich für die Zusendung Ihrer Zeitung, die ich sehr aufmerksam lese.

In der Ausgabe September 2011 fiel mir jedoch auf, dass auf Seite 4 in der „Ramsauer Liste“ empfohlen wird anstatt „Team“ das Wort „Gruppe“ zu verwenden und auf Seite 7 in Ihrem Bericht über die Generalversammlung das Wort „Führungsteam“ steht???! (Zu blöd, was???)

Trotzdem für die Erhaltung der Deutschen Muttersprache weiterkämpfen!

Liebe Grüße aus der schönen Südsteiermark!

Ing. Alois Gamperl, Retznei

Redaktion: Herzlichen Dank für Ihre Reaktion. Wir werden/müssen noch genauer auf unsere Texte achten!

Ihr Schriftleiter

Sprachreinigung

Alles spricht heutzutage Englisch, aber lediglich Englisch in 30 Worten ... Wie sich das in der Praxis anhört?

Man ist über eine gute Connection zu einer guten Location gekommen und strahlt vor Glück, wenn man im Rahmen des einen oder anderen Events die bestmögliche Performance erreicht.

Man geht nicht mehr einkaufen, sondern shoppen. Und hüpfert vor Freude, wenn man im sogenannten Sale das eine oder andere Schnäppchen findet. Und so weiter, maximal komme ich zu einer Ausbeute von 30 Worten...

...weiter auf Seite 10

freizeit: In Ihrem Buch sprechen Sie sich gegen die Verwendung von Anglizismen aus. Und trotzdem muss man es auf Ihrer Netzseite im „Online-Shop“ bestellen. Patrick Keck: Da sind wir leider machtlos. Das wurde vom Netzbetreiber so vorgegeben.

freizeit: In welchem Bereich des Lebens fällt Ihnen der Einfluss des Englischen besonders auf? Edi Keck: Sie brauchen nur an Trendsportarten zu denken, die ich Red-Bull-Sportarten nenne.

amerikanische Erfindung und nach dem 2. Weltkrieg zu uns gekommen. Amerikanische Begriffe waren neu und sexy und dienen bis heute dazu, zu protzen und sich aufzuplustern. Als Beispiel fällt mir Fiona Swarovski ein. Sie spricht Deutsch mit Tiroler Akzent und flechtet Englisch und Italienisch ein. Da geht es darum, Internationalität zu verbreiten. Nur weil man Sprachen spricht, heißt das nicht, dass man was zu sagen hat. Es

freizeit: Und wie sehen die aus? Edi Keck: Im Fernsehen werden vor allem US-Serien gezeigt, damit die Zuseher die amerikanische Lebensweise inhalieren. Es ist lächerlich, wenn die Leute stolz mit „Coffee to go“ in Pappbechern auf der Straße spazieren. Und im Radio werden vorwiegend englischsprachige Lieder gespielt. Nicht umsonst gibt es in Frankreich ein Gesetz, das vorschreibt, wie viele heimische TV- und Kino-Filme gezeigt werden müssen. Auch im Radio gibt es eine Vorgabe.

freizeit: Sie sprechen sich aber auch für die Benutzung englischer Worte im Deutschen aus. Wo ziehen Sie die Grenze?

Patrick Keck: Die ist klar dort, wo Worte im Englischen kürzer und prägnanter als im Deutschen sind. Das Wort Sex ist ein ideales Beispiel dafür. Andererseits ist es mir schleierhaft, warum man statt des deutschen Wortes Mode so oft das englische Fashion verwendet.

freizeit: Was ist Ihr Wunsch für die Zukunft?

Edi Keck: Dass sich besonders Pädagogen und Eltern für die deutsche Sprache einsetzen. Es ist auch sehr gut, dass es das Bildungsvolksbegehren gibt, das am 3. November startet. Die deutsche Sprache muss mehr ins Bewusstsein rücken. Da haben auch Politiker eine Funktion. Ich verstehe nicht, warum sie bei Vorträgen nicht auf Simultanübersetzer zurückgreifen und Deutsch sprechen. Wenn jemand in Österreich geboren ist, wird er nie so gut Englisch sprechen wie ein Muttersprachler, außer er wächst zweisprachig auf. Das ist schlecht, weil dabei rauskommt: Hier ist einer mit begrenztem Sprachvermögen, sprich Denkvermögen, sprich hier ist ein Depp.

DIE TÄGLICHE DOSIS ALLTAGSKAUDERWELSCH

Speziell die sogenannte *Shopping- und Lifestyle-Welt* zählt anglizismustauglich zu unseren absoluten Lieblingswelten. Deutschsprachige Modezeitschriften, *sorry, Fashion Magazines*, sind mit englischen Begriffen vollgestopft. Das beginnt mit Berichten von der letzten *Fashion Week*, geht weiter über die *best-dressed VIPs*, den *Pink-Ribbon-Event* und bedeutende Anregungen von *Lifestyle-Expertinnen* bis hin zu *Tipps* für das *Networking*, offensichtlich das neue Zauberwort für Frauen schlechthin. Eine Zeitschrift zum Thema Einrichtung heißt „*Home*“ – warum, weiß niemand; vielleicht, weil die Macher so gut Englisch können. Jeder *Shootingstar* läuft mit seinem *XL-Bag* durch die Straßen der *hippsten Citys*. Am *Women's Day* verraten die *Society Ladys* die *Secrets* der *Top-Caterer* und die intimsten Geheimnisse über ihre *Homemade-Bufferets*. Wer nicht weiß, wie er sich bei den *Top-Events* des Jahres *dressen* soll, informiert sich vorher beim *Promi-Outfit-Check* über die neuesten *Styling-Trends*, die dann beim *Style-Check* noch einmal auf ihre Tauglichkeit überprüft werden können. (...) Im Zweifel wendet man sich direkt an *Fashion Queen* Jil Sander, die den Geist der Mode wie keine Zweite in Worte fassen kann: „Mein Leben ist eine *giving-story*. Ich habe verstanden, dass man *contemporary* sein, *future-Denken* haben muss. Meine Idee war, die *Hand-tailored-Geschichte* mit neuen Technologien zu verbinden. Für den Erfolg war mein *coordinated concept* entscheidend, die Idee, dass man viele Teile einer *collection* miteinander *combine* kann.“

Ein Textauszug aus dem Buch: „Schluss mit der Engländerei“ von Edi und Patrick Keck. Es ist bei „editionatelier“ um 21,90 € erschienen. www.keckundkeck.com



MAN SPRICHT DEUTSCH!

„Schluss mit der Engländerei“ fordern die Werber Edi und Patrick Keck in ihrem neuen Buch, das den Irrsinn des heutigen Sprachgebrauchs beschreibt. Ein Interview über babylonische Sprachverwirrung, Fiona Swarovski und die Lächerlichkeit von „Coffee to go“.

von barbara reiter

Basejumps, Snowboarden, Kitesurfen, Carven – nicht einmal mehr Skifahren ist in Österreich noch möglich. Das ist Sprache für Randgruppen.

freizeit: Wie lautet denn Ihre Hauptkritik?

Edi Keck: Dass es immer mehr Einzelsprachgruppen gibt. Egal, ob unter Ärzten, in der Computerbranche oder in der Werbung – jeder spricht seine eigene Sprache. Wer soll das verstehen? Das verhindert Kommunikation und führt zu einer babylonischen Sprachverwirrung.

freizeit: Sie haben den Großteil Ihres Lebens in der Werbebranche verbracht, wo vorwiegend Englisch gesprochen wird. Hatten Sie die Nase vom Englischen irgendwann voll? Edi Keck: Die Werbung ist eine

ist ja auch ein Irrsinn, dass das österreichische Parlament einen „Pink Ribbon Day“ veranstaltet.

freizeit: Aber Englisch ist eine Weltsprache, die dem internationalen Austausch dient.

Edi Keck: Englisch hat seine Berechtigung vor allem in den Naturwissenschaften, wo verschiedene Nationen zusammenarbeiten. Man muss die Verbreitung der Sprache aber auch politisch sehen. Es geht klar um einen Weltbeherrschungsanspruch und Kulturimperialismus. Der Irak etwa wurde von den USA völlig vereinnahmt. Die freie Marktwirtschaft war dazu da, Freunde von Expräsident Bush und ihre Konzerne mit dem Wiederaufbau zu beschäftigen. Es gibt aber auch sanftere Formen der Engländerei.

Mit freundlicher Erlaubnis der Kurier-Beilage „freizeit“ entnommen!

» Berichte aus: „Deutsche Sprachwelt“

Ausgabe 45/Herbst 2011

Herzlichen Dank an die „Deutsche Sprachwelt“, die uns immer mehrere Exemplare zur Verfügung stellt. Sie können diese gerne – gegen Ersatz der Postgebühr – bei uns anfordern! Ihr Schriftleiter

Deutschland schafft seine Sprache ab

Teil 2: Psychologische Hintergründe der fehlenden Sprachtreue

Umfragen erinnern uns immer wieder daran, dass die Mehrheit des deutschen Volkes die inflationäre Übernahme von Anglizismen ablehnt. Besonders deutlich zeigte dies eine Umfrage der Meinungsforscher von „infratest“ aus dem Jahr 2006. Das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ hatte sie in Auftrag gegeben. 66 Prozent der Befragten waren demnach der Ansicht, dass englische Ausdrücke im Deutschen „im großen und ganzen überflüssig“ seien. Lediglich 27 Prozent empfanden sie als Bereicherung. Sogar 74 Prozent antworteten mit „Ja“ auf die folgende Frage: „Sollten die Deutschen deutsch-englische Mischwörter wie ‚brainstormen‘ oder ‚Automaten-Guide‘ im Sprachgebrauch vermeiden?“

Einer Allensbach-Umfrage vom April 2008 zufolge sind 65 Prozent der Deutschen der Ansicht, dass die deutsche Sprache immer mehr zu verkommen droht. Ein Jahr später veröffentlichte das Institut für deutsche Sprache eine repräsentative Untersuchung zu Spracheinstellungen in Deutschland. Demnach meinen 78 Prozent der Deutschen, dass mehr für die deutsche Sprache getan werden sollte.

Betrachten wir diese Zahlen, dann taucht folgerichtig die Frage auf, wie unter diesen Umständen ein solches Missverhältnis entstehen kann: Einerseits pflücken uns die Medien in zunehmendem Maße Angloamerikanismen auf, andererseits hat sich jedoch noch immer keine Massenbewegung formiert, um sich dagegen aufzulehnen. Immerhin handelt es sich bei den genannten Bevölkerungsanteilen um über 50 Millionen Menschen. Eine Antwort auf diese Frage ist nur möglich, wenn wir den Mut haben, psychologische Hintergründe aufzuspüren.

Nicht nur die vielen „echten“ englisch-amerikanischen Wörter und deren Falschanwendungen (Handy, Beamer, Oldtimer), sondern auch die vielen bizarren pseudo-

englischen Mißbildungen (Mobbing, Slow-Food, Talkmaster) zeugen von einer gewissen Sehnsucht, sich an die Sieger zweier Weltkriege anzulehnen. In einigen Bundesländern müssen sich Polizeibeamte mittlerweile wie amerikanische „Cops“ kleiden. Eine Fernsehserie im ZDF heißt sogar „Die Rosenheim-Cops“.

Hinzu kommt die ständige Berieselung durch amerikanische Filme und Musik sowohl im Fernsehen als auch im Hörfunk. Dies alles führt zu einem völlig verzerrten Amerikabild. Das Volk nimmt an „American Weekends“ teil und besucht Feste mit Cowboy-Hüten, Cheerleaders, Line-dance, Squaredance und American Football. Musikgruppen spielen Stücke, die aus Stilrichtungen wie Soul, Heavy Metal, Country, Blues und Southern Rock zusammengesetzt sind. In Kultur, Wissenschaft, Sprache und Lebensweise gehen wir also eine immer engere Verbindung mit den USA ein; je geringer der Bildungsstand und das Bewusstsein, desto stärker.

Jens Jessen, der das Feuilleton der Wochenzeitung „Die Zeit“ leitet, meinte zu diesem Phänomen „In den Anglizismen zeigt sich keine Unterlegenheit des Deutschen, wohl aber ein Unterlegenheitsgefühl der Deutschen. ...Wenn man die Deutschen von Amerikanismen abbringen wollte, müsste man sie auch von der Bewunderung für Amerika abbringen“ („Die Zeit“ 31/2007) Weiters: „Es lohnt sich, bei der Psychologie des Sprachimporteure zu verweilen. Es ist nicht der deutsche Selbsthass, der ihn antreibt, wie manche Sprachschützer meinen. Der Sprachimporteure ist vor allem ein Marketingexperte in eigener Sache. Er will angeben mit der frisch erworbenen Kenntnis, er kehrt ins verschmuckte Dorf seines Ursprungs zurück und brilliert dort im Glanze seiner Glasperlen, die er den zurückgebliebenen Landsleuten andrehen will.“

Ein interessanter Aspekt, doch handelt es sich bei den Anglizismenhuberei wirklich nur um die Auswüchse

einzelner Verkäufer und Vermarkter, die uns etwas andrehen wollen? Auch wenn jetzt viele protestieren, an dieser Stelle muß Jessen widersprochen werden. Hilfreich bei der Hinwendung nach Amerika waren und sind der vorausseilende Gehorsam und die Unterwürfigkeit sowie der mangelnde Bürgermut vieler Deutscher. Diese Gegebenheiten hindern sie, sich dem Zeitgeist und somit dem weiteren Sprachverfall entgegenzustellen. Wie oft höre ich schon den Satz: „Ja, die Franzosen – die lassen sich nichts gefallen, die tun etwas!“ Doch auf meine Nachfrage, was sie selbst den unternähmen, ernte ich bloß Schulterzucken und löchrige Ausreden.

Der amerikanische Journalist David Binder äußerte sich im Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ (2/1998) verwundert: „Dabei überrascht mich nach wie vor die Loyalität der Deutschen gegenüber Amerika, die an Unterwürfigkeit grenzt ... Die Ironie liegt darin, dass uns Amerikanern ... die deutsche Ehrerbietung völlig schnuppe sei. Allein das Gegenteil würde uns beunruhigen.“ Der britische Kriegspremier Winston Churchill meinte bekanntlich, die Deutschen habe man „entweder an der Gurgel oder zu Füßen“. Und die „London Times“ schrieb schon im Jahr 1960, bei der Haltung der (West-)Deutschen handele es sich um eine sprachliche Unterwürfigkeit („linguistic submissiveness“). Sie glaubten nicht mehr, so die „Times“ weiter, „dass Deutsch eine der großen Sprachen der Welt ist. Auch ihre Sprache schien 1945 eine Niederlage erlitten zu haben.“ Dieser Zustand hat sich seit dem Befund der „Times“ vor fünfzig Jahren offenkundig nicht verbessert, sondern eher verschlimmert. Durch die Bereitschaft vieler Bürger, die Welt durch die angloamerikanische Brille zu sehen, wächst schleichend

die Verachtung für die Muttersprache und damit das Bedürfnis, sich allmählich aus ihr wegzustehlen. Für diese Menschen ist die Bezeichnung von neuen wie auch von den alten Dingen mit englischen Bezeichnungen ein Zwang.

Sie empfinden das Deutsche offenbar als Nazi-Dialekt und glauben, sich mit Denglisch selbst entnazifizieren zu können; frei nach dem Motto „Lieber ein halber Ami als ein ganzer Nazi“, wie es einst Walter Krämer ausdrückte, Gründer und Vorsitzender des Vereins Deutsche Sprache. Dies ist die moderne (Zeitgeist-) Form des Selbsthasses und der Verleugnung der eigenen Identität. Dabei sollten wir nicht vergessen, dass Selbsthass der Zwillingbruder des Fremdenhasses ist. Diese Menschen sind Opfer und Täter zugleich, denn sie manipulieren, ohne zu begreifen, wem sie gehorchen. Sie fühlen sich als Gut- und Fortschrittmenschen und merken nicht, dass sie Marionetten in einem korrupten System sind. Denn die Angloamerikanismen fallen nicht vom Himmel, sie werden gezielt in unsere Sprache gelenkt. Dahinter verbergen sich wirtschaftliche Interessen und somit das Kapital, das die Politik bestimmt. Und diesem Kapital ist die deutsche Sprache nicht teuer, sondern – viel zu teuer. Es braucht den genormten und verblödeten Verbraucher, den es sich durch eine Teletubby-Sprache schafft.

Können die Bildungseinrichtungen dieser sprachzerstörerischen Entwicklung entgegensteuern oder ist für sie der Zug schon längst abgefahren?

Fortsetzung folgt!

Von Wolfgang Hildebrandt

Endlich Klartext

Zum Beitrag „Deutschland schafft seine Sprache ab“ (Teil 1) von Wolfgang Hildebrandt in DSW 44, Seite 3

Endlich redet jemand Klartext und fragt die Englischpropagandisten unserer Republik nach ihren eigentlichen Absichten. Damit haben Sie mir aus der Seele gesprochen. Zu den Sprachsündern gehören auch Klaus Wowereit mit „Be Berlin“ mit Ex-Ministerin Christa Thoben mit dem teuren englischen Werbespruch für NRW, den sie billiger und besser aus der DEUTSCHEN SPRACHWELT übernommen hätte (nämlich „Land mit Energie“). Eine Leser-Umfrage würde gewiß noch mehr abstoßende Beispiele liefern. Hoffentlich stellen sich die kritisierten Wissenschaftler und Politiker endlich der öffentlichen Diskussion, anstatt auszuweichen, indem sie ihre Kritiker notorisch als deutschtümelnende Deppen von gestern abtun. Das progressive Mäntelchen sollte man den unpatriotischen Meinungsmachern ausziehen. Sie nutzen es als Tarnkappe.

Josef Fliegner, Leverkusen

Deutscher Werberat: Vermeidung von Anglizismen wäre „künstlich“

Deutscher Werberat, 10873 Berlin

Sehr geehrter Herr G.,

...Der von Ihnen gerügte Gebrauch der englischen Sprache in der Werbung ist eine Zeiterscheinung, die der Werberat, die selbstdisziplinäre Einrichtung der Deutschen Werbewirtschaft, nicht unterbinden kann. Der Deutsche Werberat schreitet allerdings dann gegen eine werbliche Maßnahme ein, wenn sie gegen die herrschenden gesellschaftlichen Grundüberzeugungen verstößt. Maßgeblich hierfür ist die inhaltliche Aussage einer werblichen Maßnahme und nicht allein die Verwendung von Anglizismen. Es ist auch nicht die Aufgabe der Werbung, Sprachpflege zu betreiben. Im Übrigen ist die Werbesprache nur die Reflektion dessen, was in der Gesellschaft passiert. Wer ein Produkt bewirbt, der blickt auf die Gesellschaft, ermittelt, wie gesprochen wird, welche Trends dort vorherrschen. Darauf muss man sich spiegelbildlich einstellen. Die Werbung einer Firma spricht spezielle Gruppen an, bei denen sie ein Interesse an ihrem Angebot voraussetzt. Jüngere oder junge Leute etwa pendeln beruflich ständig zwischen Englisch und Deutsch hin und her so dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass schon mit entsprechenden Vokabeln – auch Anglizismen – Ausdruck von Modernität und Zukunftsorientierung durch die werbenden Unternehmen vermittelt wird. Der Werberat befürwortet, dass die deutsche Sprache lebendig und offen gehalten, dass ihre

Integritätskraft (!) nicht unterschätzt wird. Dazu gehört, dass derjenige, der sich mit seinen Waren und Dienstleistungen bewirbt, das Recht und die betriebswirtschaftliche Pflicht hat, auf die jeweils aktuellen Sprachgewohnheiten Rücksicht zu nehmen, sonst wird er seine Zielgruppen nicht erreichen, weil dort eine künstliche Sprache außerhalb des Alltags nicht akzeptiert wird.

Im Übrigen möchten wir darauf verweisen, dass die Verwendung der englischen Sprache – sollte sie einmal tatsächlich überflüssig sein – zuvorderst dem werbenden Unternehmen selbst Schaden zufügt. Eine werbliche Botschaft, die von den Adressaten nicht verstanden bzw. akzeptiert wird, wirkt sich in diesem Sinne also unmittelbar negativ für das werbende Unternehmen aus. Es kann davon ausgegangen werden, dass solche Maßnahmen dann in Zukunft auch nicht mehr geschaltet werden. Dies ist jedoch eine Entscheidung, die allein die werbenden Firmen zu treffen bzw. zu vertreten haben. Der Werberat jedenfalls kann nicht allein an der formellen Tatsache, dass in englischer Sprache geworben wird, Anstoß nehmen.

Gleichwohl danken wir für Ihren Hinweis und verbleiben mir freundlichen Grüßen.

Katja von Heinegg

Volkswagen mit Schluckauf

Mit dem VW „up!“ fährt das Unternehmen die Sprache an die Wand

Up! Verzeihung, aber dieser Name ist zum Aufstoßen. Up! Sprachlich schlecht gefedert holpert der neue Volkswagen (VW) über die Zunge. Up! Wer möchte eigentlich ein Auto haben, das so heißt? Up! Davon bekommt man beim Lesen Schluckauf. Up! Oder Sodbrennen? Up! Wie wird sich ein Auto mit einem solchen Namen erst fahren? – „Willkommen bei up!“ begrüßt der Netzauftritt des Wolfsburger Autobauers seine Besucher. Up! Darauf klicken wir.

„Download the up! Racing game!“ werden wir aufgefordert. Up! Das tun wir nicht. Statt dessen sehen wir uns die Ausstattungsbezeichnungen des Ups an: „take up!“

„move up!“ und „high up!“: Anscheinend muß dieser „Up!“ englisch ausgesprochen werden, also „ab!“. Die Ausstattungen gibt es allerdings nicht in deutscher Übersetzung. Wir reimen sie und also selbst zusammen, etwa: „Rad ab!“, „Spiegel ab!“ und „Auspuff ab!“.

Das klingt nicht gerade verlockend. Auch die Sonderausstattung ist offenbar nur für englischsprachige Kunden gedacht, etwa „city box“, „cool & sound“ und das „Infotainmentsystem“ „maps + more“. Das Lenkrad befindet sich jedoch auf der linken Seite.

Mit diesem neuen Auto rast Volkswagen der deutschen Sprache davon, überfährt gleich mehrerer rote Sprach-

ampeln und fährt den Ruf der Marke an die Wand. Wenn die Verantwortlichen bei Volkswagen einmal die Luft anhielten und über ihren sprachlichen Missgriff nachdächten, wer weiß, ob dann der Schluckauf verschwände? Up? (dsw)

Schlecker: Unsere Kunden haben niedriges Bildungsniveau

Anton Schlecker
Im Schleckerland, Talstraße 14
89579 Ehingen (Donau)

1. September 2011

Sehr geehrter Herr Dr. W.,
zunächst vielen Dank für Ihre engagierte, durch die kleine Unterschriftensammlung bekräftigte Zuschrift, die unser neues Unternehmensmotto „**For you. Vor Ort.**“ kritisiert. Persönlich kann ich das nachvollziehen, denn als Geisteswissenschaftler fühle auch ich mich im privaten Sprachgebrauch der Stiltugend der Latinitas verpflichtet und sehe die Bestrebungen des Vereins Deutsche Sprache mit großem Wohlwollen. Um jedoch die Position des Unternehmens Schlecker zu verstehen, lade ich Sie ein, Ihre Perspektive zu wechseln und die Sache aus unternehmerischen Blickwinkel zu betrachten.

Schlecker hat nach einem neuen Unternehmensmotto gesucht. Dieses Motto sollte die durchschnittlichen Schlecker-Kunden, die niederem bis mittlerem Bildungsniveau zuzuordnen sind, ansprechen. Wir haben renommierteste Marketing- und Marktforschungsagenturen beauftragt, unter diesen Gesichtspunkten eine optimale Parole für uns zu finden. Der so zustande gekommene Vorschlag „For you. Vor Ort.“ machte am Ende vor allem das Rennen, weil er beim für unsere Haupt-Zielgruppen repräsentativen Testpublikum am besten abschnitt. Dies lag nicht zuletzt daran, dass er durch sein provokant kalauerndes Denglisch im Gedächtnis hängen bleibt und gleichzeitig kontroversen Gesprächsstoff liefert. Mit einer rein deutschen, sprachrichtigen Formulierung würden diese Effekte verloren gehen. Wir geben Ihnen zweierlei zu bedenken: Zweck eines Werbespruch ist nicht, einen Beitrag zur Bereicherung oder Reinhaltung der deutschen Sprache zu liefern; die Zielgruppe unseres Werbespruchs sind auch nicht die vielleicht 5% der Bevölkerung, zu denen Sie und Ihre Mitunterzeichner

Gedenkt dem Genitiv!*

O guter, edler Genitiv, wie fern bist
du entschwunden!
Mit Dativ und Verhältniswort hat man
Ersatz gefunden,
zum Beispiel: Wir gedenken „an“,
statt wir gedenken „wessen“.
Das predigte ich meinem Sohn.
Auch der hat's nicht gefressen.

Claus Ritterling, Leipzig

*Richtig wäre: „Gedenkt des Genitivs!“

gehören (nämlich promovierte Akademiker, Philologen und andere reflektierte Sprachverwender) – sondern die übrigen 95%. Die Funktion eines Werbespruchs ist es, in dieser breiten Masse der Bevölkerung nachhaltig positive Aufmerksamkeit zu erregen.

Wir nehmen Ihren Protest also mit Sympathie zur Kenntnis, müssen Ihnen aber gleichzeitig mitteilen, dass wir aus den dargelegten Gründen „For you. Vor Ort.“ nicht infrage stellen und bitten dafür um Ihr geschätztes Verständnis.

Mit freundlichen Grüßen

Florian Baum M.A.

(Leiter Unternehmenskommunikation)

Naja. Jedem das Seine!

Ihr Schriftleiter

Herrn Florian Baum, Fa. Schlecker

Betrifft: „For you. Vor Ort“

Auf Grund des „Mordversuches“ an unserer Muttersprache werde ich es in Hinkunft jedenfalls vermeiden, bei Ihrer Firma auch nur das Geringste zu kaufen.

Sie haben sich ganz offenbar dem niedrigen Bildungsniveau Ihrer wichtigsten Kundschaft hervorragend angepasst!

Dr. Peter Mussi

Klagenfurt

„Wer auffallen will, schreibt deutsch“

Ein großes Rostocker Modehaus greift die Anti-SALE-Aktion der DSW auf

Zu einem Dauerbrenner hat sich die Anti-SALE-Aktion entwickelt, welche die DEUTSCHE SPRACHWELT im Frühjahr 2009 ins Leben gerufen hat (siehe DSW 35). Das unsägliche, massenhafte SALE ist leider immer noch nicht aus unseren Städten verschwunden. Nun können wir uns jedoch über einen schönen Erfolg in Rostock freuen, der über die Stadtgrenzen hinaus Beachtung fand.

Das „Modehaus Nikolaus“, das in Rostock mehrere Filialen unterhält und mit ihnen das Stadtbild prägt, griff zum Sommerschlussverkauf im Juli dieses Jahres die Anti-SALE-Aktion auf. Dazu hängte es in seine Schaufenster rote Plakate. Auf diesen ist ein großes, durchgestrichenes „SALE“ zu erkennen. Darunter steht „SCHLUSS mit dem Ausverkauf der deutschen Sprache – VERKAUF“. Einem DSW-Leser, der durch die Stadt bummelte, fiel das selbstverständlich sofort auf, er ging in eine Filiale und beglückwünschte die Verkäuferin. Diese entgegnete: „Es kommen öfter Leute in den Laden und finden das Schild ganz toll.“

Den Einfall, die SALE-Welle zu durchbrechen, hatte Kathrin Schreiber, eine Dekorateurin im „Modehaus Nikolaus“. Sie erzählt, dass es seit Jahren ablehnende Rückmeldungen von Kunden gebe, die sich an dem Wort „SALE“ stören und nichts damit anfangen können. Daraufhin durchsuchte die Schaufenstergestalterin das Netz – und entdeckte unter www.deutsche-sprachwelt.de den Aufkleber der DEUTSCHEN SPRACHWELT. Dieser regte sie zu den Schaufensterplakaten an. Kein Wunder, dass auch bald das Fernsehen des Norddeutschen Rundfunks (NDR) aufmerksam wurde und in seinem „Nordmagazin“ berichtete. Der Moderator kommentierte: „Wer wirklich auffallen will, der schreibt wieder deutsch.“ Das meinen wir auch und hoffen, dass diese beispielhafte Aktion zahlreiche Nachahmer findet!

Unseren Original-Aufkleber können Sie mit Hilfe des Bestellschein auf Seite 5 oder über eine Nachricht an bestellung@deutsche-sprachwelt.de anfordern. Aufgrund der weiterhin großen Nachfrage haben wir vor kurzem wieder 5.000 Stück nachdrucken lassen. Wir geben sie kostenlos ab, freuen uns jedoch über Spenden

zur Deckung der Druck- und Versandkosten. Und falls Sie einmal in Rostock weilen sollten, danken Sie bitte der sprachbewussten Geschäftsführung, wenn Sie beim „Modehaus Nikolaus“ einkaufen, und richten Sie bitte herzliche Grüße von der DEUTSCHEN SPRACHWELT aus. (dsw)

%SALE%

Wenn ich in unser Kaufhaus geh,
gibt's ein Wort, das ich nicht versteh:
Ich lese Dutzend Male
Das groß geschriebene SALE.

In leuchtend roter Farbe glänzt
– geheimnisvoll prozentbekränkt –
zum Gruße das fatale
und nebulöse SALE.

Im Schuhgeschäft. Im Modeshop
Ist alles, was ich sehe tipptopp.
Und jedes der Regale
zieren mindestens zehn SALE.

Kein renommiertes Handelshaus
läßt heute dieses Wörtchen aus.
Sogar die Bankfiliale
schmückt jetzt ein fettes SALE.

Die Kirche stets im Dorf blieb,
denn Tradition ist allen lieb.
Jedoch die Kathedrale,
erzählt man, mache SALE.

Und überall und immerfort
verwirrt mich dieses blöde Wort
beim Schreiben der Vokale
von Halle an der SALE.

» IFB Verlag Deutsche Sprache

Schulze-Delitzsch-Straße 40, 33100 Paderborn, Tel. +49(0)5251-310602, info@ifb-verlag.de



Gerd Schrammen

Ich spreche gern Deutsch Über die misshandelte Muttersprache

3. Auflage, 281 Seiten, 14,20 EUR, ISBN 9787-3-931263-81-2

„(...) Schrammen hält das Eintreten für die Muttersprache nicht für gefühlsselige Schwärmerei, er jammert auch nicht über den Zustand der deutschen Sprache, sondern führt gezielte Hiebe gegen das hässliche Denglisch und dessen Verbreiter. Schwätzer und Sprachverderber in Werbung, Medien, Politik und Wirtschaft werden genussvoll vorgeführt und mit beißendem Spott überzogen. (...)“ *Bocholt - Borkener Volksblatt*



Rudolf Bartzsch †, Markus Schröder und Reiner Pogarell

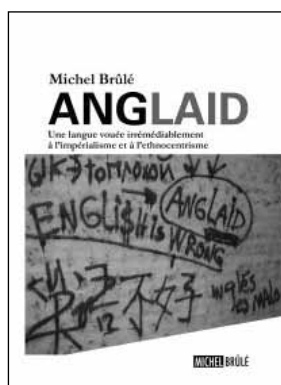
Wörterbuch überflüssiger Anglizismen

8. erneut überarbeitete und erweiterte Auflage

260 Seiten, 11,20 EUR, ISBN 978-3-931263-87-4

Ein Wörterbuch überflüssiger Anglizismen? Ein Wörterbuch, in dem lauter überflüssige Dinge stehen? Ja. Ein Wörterbuch, randvoll mit Dingen, die die deutsche Sprache nicht braucht? Ja. Das Kleinod der Wörterbuch-Landschaft ist bereits in der achten Auflage erschienen. Das zeigt zum einen, wie wichtig dieses Buch ist und zum anderen, wie gern es gelesen wird. Und wer es nicht lesen mag, der verschenke es eben, denn an überflüssigen Anglizismen mangelt es unserer aktuellen Gegenwartssprache nicht!

„Eine Hilfe dazu kann das Wörterbuch überflüssiger Anglizismen sein, das, alphabetisch geordnet, hervorragende Hilfen dafür gibt, dass man sich so ausdrückt, dass man tatsächlich von 100% verstanden wird.“ (*idea Spectrum*)



Michel Brûlé

Anglaid

Die englische Verdrängung – Polemik über eine Herrschaftssprache

Aus dem Französischen übersetzt von Kurt Gawlitta

ca. 230 Seiten, 14,20 EUR, ISBN 978-3-931263-95-9

Nur wenig hört man in Europa von den schweren macht- und sprachpolitischen Auseinandersetzungen in Kanada. Diese werden – für uns sehr ungewöhnlich – scharf, polemisch und verletzend geführt. Die Gürtellinie gilt nicht immer als die unterste Schlaggrenze.

Ein wichtiger Kopf in diesem Streit ist der Frankokanadier Michel Brûlé. Sein Buch

Anglaid sorgte letztes Jahr für Aufsehen, teilweise für Empörung.

Mit Unterstützung der Regierung Québec können wir nun dem deutschsprachigen Publikum diese sehr bissige Polemik in der Übersetzung vorlegen. Sie verschafft einen spannenden, manchmal erschreckenden Einblick in einen weltweiten Sprachenkampf.

...Fortsetzung von Seite 2

Was mich daran stört?

Mich stört, dass es sich in neun von zehn Fällen um Leute handelt, die von der englischen Sprache möglicherweise auch der deutschen Sprache (!), keine Ahnung haben. Radebrechen (Speak broken English!) ist „in“ geworden! Irgendwer sollte die Initiative ergreifen, beispielsweise die „Kronen Zeitung“!

Dkfm. Alfred Pertl

Auch andere Leser äußern Gefühle des Zorns und der Ohnmacht in Anbetracht des öffentlichen Sprachverfalls. So schreibt **Herr Georg Datenböck** aus St. Martin/M.: „Bin ich wirklich der einzige, den die ‚denglische Seuche‘ in allen Rundfunk- und Fernsehsendern des gesamten deutschen Sprachraumes unsäglich nervt? Vierundzwanzig Stunden hindurch, ohne Ausnahmen, englischsprachige Dauerberieselung. In der Werbung wird man ebenfalls immer mehr mit lächerlichem Pseudo-Englisch zugemüllt, man versteht den Inhalt der Botschaften oft nicht mehr. Ob diese Tatsache den Auftraggebern der teuren Werbung bewusst ist? Den Werbeagenturen, den Urhebern, ist diese Sprachverhöhnung und Verblödung sichtlich gleichgültig. Warum aber den bezahlenden Firmen? Diese Werbebotschaften kommen in der breiten Masse kaum mehr an, der Erfolg ist fraglich. Am Ende zahlt diesen Unsinn der Kunde. Wie lange lässt sich eine Sprachgruppe von rund hundert Millionen Menschen eine derartige Missachtung ihrer Würde und die Zerstörung ihrer kulturellen Identität zumuten? Ließe sich amerikanisches oder englisches Publikum derartig Quälendes und Geisttötendes, Stunde für Stunde, Tag und Nacht, ohne Widerspruch bieten?

Haben wir unser Selbstbewusstsein bereits zur Gänze verloren?“

Wiener Sprachblätter, Sep. 2011

Liebe Leser!

Was hat Ihnen gefallen? Was hätten wir besser machen können? Worauf sollten wir stärker eingehen? Schreiben Sie uns, wir freuen uns auf Ihre Meinung! Auch wenn wir nicht jeden Brief beantworten und veröffentlichen können, so werten wir doch alle Zuschriften sorgfältig aus. Bei einer Veröffentlichung behält sich die Redaktion das Recht vor, sinnwährend zu kürzen. Auf diese Weise wollen wir möglichst viele Leser zu Wort kommen lassen.

Schreiben Sie bitte an:

IG Muttersprache, Postfach 43, 8047 Graz

Umso höhere Anerkennung sollten wir, denjenigen zollen, die hier Widerstand leisten. Hier ist das Kleine groß, das Entlegene nah. So berichtet unser Bezieher **OStR Prof. Mag. Heinrich Kolussi** (Wien) über das nach 1945 immer noch einzigartige deutsche Schulwesen in Rumänien: In keinem anderen von Deutschen bewohnten Staat außerhalb des geschlossenen deutschen Sprachraumes sei es möglich, vom Kindergarten bis zur Reifeprüfung nahezu sämtliche Gegenstände auf deutsch unterrichtet zu bekommen. Dies werde in Rumänien fortgesetzt, obwohl die Zahl der Siebenbürger Sachsen, Banater Schwaben und anderen Deutschen seit 1988 auf ein Zehntel geschrumpft sei. Nun wird das Angebot in der Mehrzahl von jungen Rumänen angenommen. 2003 wurde eine Mittelschülerverbindung „Audacia Napocensis“ zu Klausenburg (Cluj) und 2005 die „Aquila Varadinensis“ zur Großwardein (Oradea) gegründet. Laut § 1 der Satzungen dieser christlichen rumänischen Studentenverbindungen für Schulen mit deutscher Unterrichtssprache ist Deutsch ihre Verkehrssprache. Dieser Passus wurde von den rumänischen Behörden genehmigt.

Wiener Sprachblätter, Sep. 2011

„Ein Projekt zur Förderung der deutschen Sprache in Tschechien „Sprechtime“ (umgangssprachlicher Ausdruck für „Wir sprechen Deutsch“) wurde am Dienstag in Prag gestartet.

Außenminister Karel Schwarzenberg sagte, die österreichischen Firmen hätten in Tschechien bedeutende Positionen, wobei man nicht erwarten könne, dass man bei ihnen ohne Deutschkenntnisse irgendwelche hohen Posten erreichen könnte.“

Meldung aus: Kleine Zeitung

Liebe Sprachfreunde!

Wertes Mitglied, wir haben von zahlreichen Zahlscheinen Beschwerden erhalten, dass sie nicht heim zur IG Muttersprache geschickt wurden. Ausgefüllt natürlich und mit dem **Jahresbeitrag** von € 20,- für 2011 versehen. Deshalb weinen diese Zahlscheine so bitterlich! – Sie möchten heim.

Vielleicht können Sie dabei helfen?

Danke!

Drei große und wichtige Bitten an Sie:

- ✗ Bitte schreiben Sie Ihren Namen auf dem Erlagschein deutlich, eine Nachforschung ist mit erheblichen Kosten verbunden!
- ✗ Wenn Sie Ihre „Zeitung“ gelesen haben, bitte diese nicht zum Altpapier legen! Sie haben doch sicher Freunde und Bekannte, denen Sie „unsere“ Meinung zum Thema „Denglisch“ zutrauen; geben Sie denen unsere Zeitung! Kostenlose Nachbestellungen: Tel. 0316/30 20 26 oder Postfach 43, 8047 Graz
- ✗ Protestieren Sie bei Presse, Rundfunk und Geschäften gegen Anglizismen! Der ORF-Kundendienst (Tel. 01/870 703) nimmt Ihren Protest höflichst entgegen. Probieren Sie es!

Die Schriftleitung

Ausschneiden und faxen bzw. falten und senden

Unsere Marke findet großen Anklang bei Mitgliedern und auch bei Briefmarkensammlern. Wir mußten eine vierte Lieferung bestellen. Bitte senden Sie uns einfach diese Bestellkarte per Post oder Fax (0316/30 20 26)



Sammler-Objekt!

Zahlung mittels beigefügten Erlagscheines.

Ich bestelle Stück **Briefmarken**

„**Denglisch Halt**“ zum Preis von **1,50 €/Stück**.

7 Cent-Ergänzung kostenlos dabei!

(Selbstkostenpreis, inkl. Versand)

Versandadresse, bitte in das Feld eintragen:

Falzkante

An IG
Muttersprache
Postfach 43
8047 Graz

bitte
ausreichend
frankieren

Liebe Mitglieder: Wichtig, bitte lesen!

- » Dieser Ausgabe liegt wieder ein Faltblatt bei. Bitte annehmen! Bei weiterem Bedarf an Werbemitteln rufen Sie uns an!
- » Bitte schreiben Sie Leserbriefe an Zeitungen, Firmen, etc. in Ihrer Muttersprache mit hässlichen Anglizismen verunstalten.
- » Senden Sie uns Kopien und Reaktionen! Senden Sie uns auch Ihre eigenen Ideen! Senden wir unsere Zeitung und Informationsmaterial zu!
- » Wir zählen rund 600 Mitglieder, aber wir wollen wachsen! Kommen Sie zu unseren Veranstaltungen und Stammtischen! Reden Sie mit Freunden und Bekannten über die Anglizismenflut!
- » Senden Sie uns interessante Beiträge, die Sie in Zeitungen finden!
- » **Wir bitten Sie weiters, uns Änderungen Ihrer Anschrift bekannt zu geben, da Sie sich damit die Zusendung unserer Zeitung sichern! Bitte schreiben Sie Ihren Namen auf dem Zahlschein deutlich.** Es gibt sonst Probleme bei der Beitragserfassung!

Wichtiger Termin!!!

**Ausserordentliche Generalversammlung
am Dienstag, dem 6. Dezember 2011
16.30 Uhr, Landhaus Jöbstl**

Danke!

Es besteht die Möglichkeit, Beiträge oder Spenden über Internet zu überweisen
(auch aus dem EU-Ausland: SWIFT-BIC-CODE: RZSTAT2G IBAN: AT 14 3800 0000 0843 0753)

Liebe Stammtischfreunde:

Unsere Treffen finden jeweils am 1. Dienstag im Monat, um 16.30 Uhr im „Landhaus Jöbstl“, Rudolfstraße 59 in Graz-Waltendorf (Linie 61 ab Schillerplatz; Fahrplan Tel. 887 411) statt. Parkplätze sind reichlich vorhanden!

Bitte rufen Sie uns zur Sicherheit an (0316-30 20 26), es kann Verschiebungen geben!

Nächste Stammtisch-Termine: 10. Jänner, 2. Februar, 6. März 2012

o. Univ.-Prof. Dr. Werner Pfannhauser

Sie erreichen uns unter:

www.muttersprache-graz.at • e-Post: muttersprache@pfannhauser.at

Fernruf und Fax: 0316/30 20 26 • Postfach 43, 8047 Graz-Ragnitz

Impressum:

Eigentümer/Herausgeber/Verleger: Verein „Interessengemeinschaft Muttersprache in Österreich Graz“, Tel. und Fax 0316/30 20 26, Postfach 43, A-8047 Graz-Ragnitz.

Obmann: o. Univ.-Prof. Werner Pfannhauser, A-8081 Heiligenkreuz am Waasen,

Internetz-Leitseite: <http://www.muttersprache-graz.at>, muttersprache@pfannhauser.at

Bankverbindung: Raiffeisenlandesbank Stmk, BLZ 38000, Kto. 8.430.753

Druck: Reha-Druck, **Schriftleitung:** Helmut Heiter

Die inhaltliche Verantwortung für namentlich gezeichnete Beiträge liegt beim Autor.

Blattlinie: Umfassende Information im Sinne der Vereinssatzung