

CAPITAL-Kolumne 16/2000
Ihre Visitenkarte

Sie kennen die Klage: Die deutsche Sprache werde überfremdet vom Englischen. Merger Mania statt Fusionsfieber, IPO statt Börsengang, Backshop statt Bäcker und Bikestore statt Fahrradladen. Wir seien nicht mehr in der Lage, uns in unserer gewachsenen und wunderbar funktionsfähigen Muttersprache auszudrücken und griffen ohne Sinn und Verstand auf Anglizismen zurück. Und wirklich: Abstruse Beispiele wie "Siemens-Nixdorf: Vereinte Power für Open Enterprise Computing" lassen sich in jeder Zeitung und bei jedem Rundgang durch deutsche Fußgängerzonen finden. Mancher ausländische Besucher fragt sich auf bundesdeutschen "Airports" schon, ob er denn aus Versehen in Atlanta gelandet sei ...

Doch ernsthaft: Ist die Übernahme von Wörtern aus anderen Sprachen so schlimm? Ist "herunterladen" so viel besser als "downloaden"? Vor hundert Jahren war es das Französische, nach dem wir uns streckten – heute ist es das amerikanische Englisch. Viele der uns aktuell beschäftigenden Phänomene kommen nun mal von dort und bringen sozusagen vernünftige Bezeichnungen gleich mit. Das ist normal in Zeiten der Globalisierung und der Erkenntnis, dass der freie Fluss von Waren und Dienstleistungen für uns alle besser ist als das Leben zwischen Zollstationen. Frankreich geht den anderen Weg und versucht krampfhaft, den Walkman "baladeur" zu nennen und den PC "ordinateur". Ob das langfristig klappt, werden wir sehen. Bei Begriffen wie "Internet" und "Browser" jedenfalls scheinen selbst unsere westlichen Nachbarn aufgegeben zu haben.

Die Werber sagen, englische Ausdrücke wirken prägnanter, aktueller und emotionaler. Und die Sprachhistoriker weisen darauf hin, dass auch scheinbar deutsche Wörter wie der Keks von "cakes" kommt und die Bluse von "blouse". Wenn wir uns zum Essen setzen und Spargel mit Avocados und Tomaten, dann Spanferkel mit Natursoße und abschließend Topfenockerln mit Kompott und vielleicht noch einen Kaffee zu uns nehmen, haben wir nicht nur gut gespeist, sondern gleichzeitig beim Bestellen durchgehend Wörter verwendet, die fremden Ursprungs sind.

Trotzdem sei nicht abgeleugnet, dass der allzu heftige Gebrauch des Englischen in bestimmten Kontexten albern wirkt. Und damit komme ich zum Punkt. Das Problem ist gerade angesichts des globalen Mediums Internet mit Englisch als Lingua franca kein grundsätzliches, sondern ein individuelles. Wenn Menschen oder Unternehmen aufgesetzt jung wirken wollen durch Anglizismen, ist das wie der Oberlehrer, der sich die Haare grün färben lässt, um gut anzukommen. Wenn Redner imponieren wollen durch Kaskaden von englischen Fachwörtern, machen sie sich eher lächerlich. Wir brauchen Sprachgefühl, Sensibilität und Bildung, um Sprache als unsere wichtigste Visitenkarte gut einsetzen zu können. Wir müssen unsere Muttersprache glänzend beherrschen (und mehrere Fremdsprachen natürlich auch), um souverän mit Fremdeinflüssen umgehen zu können. Es geht hier um Selbstvertrauen, Identität und Umgang mit der Geschichte zugleich, denn wir Deutschen scheinen – wie schon am Deutschlandpavillon auf der EXPO spürbar – angesichts unserer Nazivergangenheit eher geliebt als geachtet werden zu wollen. Das führt leicht zu Anbiederung – und die war noch nie gut für bilaterale Beziehungen.

Nur aus dem Geben und Nehmen zwischen selbstbewussten Partnern entstehen Kreativität und Mehrwert. Schauen Sie ab Ende August mal in den neuen Duden mit seinen 5000 Neuwörtern, und Sie werden verstehen, was ich meine. Wenn wir spannende neue eigene Begriffe prägen wie “Gutmensch” oder “Warmduscher” (inzwischen mit fast 1000 Synonyma vom “Frauenverstehrer” bis zum “Festnetzbenutzer”), können wir mit “Free-TV” und “Push-up-BH” durchaus gut leben.

Was man übrigens merkt an dieser Thematik: wie vielschichtig die Visitenkarte Sprache unser Sein und Bewusstsein transportiert. Sie alle kennen den Moment, wenn ein von fern angebeteter Mensch zum ersten Mal den Mund aufmacht und härtesten Dialekt von sich gibt oder wenn ein gut wirkender Bewerber keinen Satz zu Ende bringt, weil sein Hirn nur Chaos zu produzieren scheint.

Wir sollten uns dieser Tatsache sehr bewusst sein in schriftlicher und gesprochener Sprache. Sprache enthüllt alles – ob Zynismus oder echtes Fühlen, ob geistige Flachheit oder Komplexität, ob Beliebigkeit oder starke Persönlichkeit.

Und wie oft werden die einfachsten Grundregeln vergessen: Aussagekräftige und plastische Wörter verwenden! Verben bevorzugen – und zwar im Aktiv! Einfache, kurze Sätze bilden! Bejahen statt verneinen! Schnell zur Sache kommen! Anschauliche Vergleiche und Beispiele heranziehen!

Das sollten viele Politiker befolgen, und das allgemeine Interesse an Politik würde schnell größer. Aber auch jeder Geschäftsführer oder Vorstand sollte sich daran halten. Denn ich habe noch nie wirklich verstanden, warum man die Begeisterung für einen Erfolg in dem Satz “Der Bereich hat sich durchaus überdurchschnittlich entwickelt” verstecken muss. Oder dass der Ausdruck “Unsere hoch gesteckten Erwartungen wurden nicht vollumfänglich erfüllt” den Tatbestand eines totalen Fehlschlages transportieren soll.

Ein Stück mehr Ehrlichkeit und Emotion täte der eigenen Glaubwürdigkeit gut und würde den Zuhörern bzw. Lesern ermöglichen, mehr von der Lebendigkeit und Spannung unseres Berufslebens mitzubekommen. Und ein Stück mehr Souveränität im Umgang mit dem Fremden ließe uns Deutsche im Welthandel mit dem Kulturgut Sprache weitaus besser dastehen.