

Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 8 (1952)
Heft: 11

Artikel: Mehr oder weniger?
Autor: G.Sch.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-420268>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.01.2025

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

Sechs Jahr lang hät mes schwer beraubt,
dr Sieger hät sich alls erlaubt."

Jeder Berner wird lachen darüber, daß „bi eus“, „in eufre“, „müend“, „hät“ und „gnah“ berndeutsche Formen sein sollen! („bi üs, i üser, müeße, het, gnoh“ sagen wir in Bern).* — Aus Nummer 20 führen wir fünf „dröhnende“ Zeilen an, die mit ihrer Rechtschreibung und ihrem Mischmasch von Mundart und Schriftsprache für sich selber sprechen. Das Gedicht ist überschrieben: „'s isch Fride worde.“

„Jez isch doch entli, entli Fride
für eufri bösi Welt beschide;
denn fröndi Flügger nüme dröhned,**
und unter Trümmer nüme stöhned
Verschütteti in ihrem Bluet — . . .“

Auch Nummer 25 führe man sich noch zu Gemüt:

„Im tüßchte Herz freu ich mich sehr,
daß Gottes Wohlgefalle
und Liebi groß isch wie=nes Meer
zu'n Menschenkinder alle . . .“

Otto von Greyerz würde diese Sprache vielleicht „frommes Großratsdeutsch“ nennen. — Auch der in Nummer 32 wiederholte „schweizerdeutsche“ Reim „Baum: kaum“ ist recht erbaulich!

Wäre es nicht viel besser, die Sonntagschulleiter würden die Kinder statt solcher Stümpereien einfach biblische Worte der Verheißung und Erfüllung oder die Weihnachtsgeschichte oder die Worte zu alten Weihnachtliedern aussagen lassen?

Jakob Amstutz,
Pfarrer in Frauenkappelen (Bern)

Mehr oder weniger?

Eine Berliner Meldung von United Press berichtet von einem russischen Sperrverbot an der deutschen Ostseeküste mit den Worten: „Die neue Sperrorder soll Schiffen verbieten, sich diesen Küstenstreifen auf

* Und ist es wahr, daß in der Schweiz „niemer richtig Geld verdient“? Die Behauptung bezieht sich offenbar nur auf den ersten Vers! „Sieger“ ist weder bern- noch sonst schweizerdeutsch. St.

** Was für Vögel sind „Flügger“? St.

mehr als 600 Meter zu nähern.“ Ein Muster salopper Agentursprache. Gemeint ist offenbar, daß Schiffe nicht auf weniger als 600 Meter an die Küste herankommen dürfen. Im Hintergrund spukt die Vorstellung, daß ein Schiff sich nicht noch mehr nähern dürfe, wenn es auf 600 Meter herangekommen ist. Daraus wurde dann das sinnverkehrende Verbot, sich „auf mehr als 600 Meter zu nähern“. E. Sch.

Kulturpropaganda oder Weinpropaganda?

Diese Frage stellt die „Nation“ (1.10.52) am Schlusse ihrer Mitteilung:

„Da jammern die westschweizerischen Winzer ständig über den schlechten Weinabsatz, und ein Walliser Nationalrat beschwört den Patriotismus der Deutschschweizer, damit sie mehr einheimischen Weißwein trinken. Verschiedene staatlich subventionierte Stellen geben viel Geld für Weinpropaganda aus. Aber in deutschschweizerischen Zeitungen wird diese Propaganda vielfach auf eine merkwürdig unpsychologische Art gemacht. So wenn letzte Woche im „Berner Tagblatt“ eine besondere Reklameseite über das welsche Weinland erschien, mit Inseraten von Kurorten, Restaurants usw. und einem unterhaltsamen Aufsatz von CSZ über das Jahr des Winzers im Wallis, aber alles in französischer Sprache! (Sogar das zum deutschsprachigen Oberwallis gehörende Leukerbad wird nur als „Coèche-les-Bains“ vorgestellt!) Eine zweckmäßige Werbung soll aber — nicht nur aus Höflichkeit — die Kunden wenn immer möglich in ihrer Sprache ansprechen. Über fremdsprachige Texte gleitet ja der Leser allzu leicht hinweg, ohne den Inhalt in sich aufzunehmen; dies auch, wenn ihm die betreffende Sprache nicht ganz unvertraut ist. Es gehört ins gleiche Kapitel ungeschickter Werbung, wenn sich die alljährlich auf dem Bärenplatz in Bern stattfindende Waadtländer Wein- und Sauser-Woche auf großem Transparent „Quinzaine du moût et des vins vaudois“ nennt. Ganz bestimmt wissen viele biedere Einheimische nicht, daß mit „moût“ Sauser gemeint ist. Man fragt sich unwillkürlich, ob den Deutschschweizern mit solcher Reklame eigentlich der Wein oder die französische Sprache mundgerecht gemacht werden soll. Kulturpropaganda oder Weinpropaganda?“ H.

In der zweiten läge Schwäche, in der ersten Anmaßung — was schlecht zusammenpaßt. St.