Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 12 (1956)
Heft: 5

Rubrik: Nachtrag zur Rundfrage

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

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

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

Download PDF: 12.07.2025

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

Aber auch unter den Werbefachleuten sind gewiß nicht alle im gleichen Maße sprachlich begabt und befähigt, aus dem Werbetext ein kleines Sprachkunstwerk zu machen. Das möchte ich nicht mißverstanden wissen. Es ist keineswegs der Zweck eines Werbetextes, ein Kunstwerk zu sein. Werbetexte sind, genau wie Werbegrafik, Gebrauchskunst. Der gute Werbetext soll der Anzeige Herz und Verstand des Lesers erschließen. Er soll erreichen, daß die Anzeige gelesen wird. Und gute Anzeigen werden wirklich gelesen. Das zeigt sich immer und immer wieder. Am sichersten können reine Textanzeigen ohne ein Bild darauf rechnen, gelesen zu werden.

Hatte ich recht zu sagen, das Bild in der Anzeige werde überschätzt? Damit will ich keinesfalls die Arbeit unser bewährten Grafiker herabwürdigen. Die Überschätzung des Bildes gilt nur im Verhältnis zum Wort, das in seinem Wert und seiner Bedeutung unterschätzt, nein, geradezu gering geachtet wird. Es ist das Aschenputtel der Werbung. Und nur wenige sind es, die im grauen Aschenputtel die Prinzessin erkennen.

Da muß immerhin gesagt werden, daß das Wort in der Zeitungsanzeige und in der übrigen Werbung doch allmählich an Wertschätzung zu gewinnen beginnt. Auch haben wir Werbefachleute, die ihre Tätigkeit zum großen Teil, wenn nicht ausschließlich, dem Wort in der Werbung widmen, und die auch Anerkennung und — Bezahlung finden. Sonst aber muß das Wort immer noch darum ringen, als gleichberechtigt mit dem Bild in der Werbung anerkannt zu werden. H. Behrmann

Nachtrag zur Rundfrage

„Es ist hervorzuheben, daß zahlreiche in der Schweiz gebräuchliche Ausdrücke auch in Süddeutschland verwendet werden, speziell im Schwäbischen. Diesen Hinweis haben Sie ja selbst schon gebracht, auf Seite 82 oben. Meine paar Bemerkungen sollen hauptsächlich die Verwandtschaft der in Süddeutschland und in

der Schweiz gebräuchlichen Ausdrücke illustrieren. Ich beginne mit Seite 83:

„Beißzange" ist auch in Württemberg allgemein gebräuchlich: kein Mensch würde „Kneifzange" sagen.

„Plumeau": Ich weiß nicht, ob dieses Fremdwort im deutschen Hochdeutsch allgemein verwendet wird. Es gibt doch ein schönes deutsches Wort dafür, nämlich „Deckbett".

„Apfelsine" ist nur in Norddeutschland gebräuchlich (vgl. holländisch „sinaasappel"), während man in Süddeutschland allgemein Orange sagt.

Seite 85: Gasthof zum Hirschen
zum Schwanen sagt man auch in Süddeutschland.

Seite 89: „der" Butter sagt man auch im Schwäbischen.

Seite 91: den „Landjäger" (Wurst) kennt man auch im Schwabenland.

„Guetsli", in Basel „Gutsli", heißen im Schwäbischen „Gutsle".

Endlich ein rein schweizerischer Ausdruck: Ein Verein plant einen Sonntagsausflug. Die Anzeige in der Zeitung heißt dann: „Besammlung" um 8 Uhr vor dem Bahnhof. Auf hochdeutsch würde man sagen: „Sammlung" oder „Treffpunkt" oder „die Teilnehmer treffen sich", „versammeln sich" ...

KV

Die von M. L. Wild und M. A. erbetenen Übertragungen schweizerischer Bezeichnungen und Ausdrücke lauten etwa so:

Schweizerisches Hochdeutsch	*Deutsches Hochdeutsch*
Méringue	Sahnenbaiser
Vacherin	Baiser (-schalen)
Landjäger	sind „Dauerwürste", die ungefähr den in Deutschland bekannten „Polnischen Würsten" entsprechen
Cervelat	ist etwas Ähnliches wie die „Bockwurst"
Bonbon	Bonbon
Biecht	Rauhreif
Guetsli	Kekse

Schweizerisches Hochdeutsch	*Deutsches Hochdeutsch*
gluschtig werden	kann ungefähr mit Appetit bekommen wiedergegeben werden
„I bi so gluschtig worde“ und „Es hät mi halt gluschtig g'macht“	entspricht etwa: Es hat mich gereizt
ordeli	gut, anständig

Dr. Susanna Kreyer

Dies und das

Mode-Latein

Vor kurzem ist eine ganzseitige Mode-Anzeige in einer Zürcher Zeitung erschienen. Ihre Schlagzeile hieß: „Costumes/Tailleurs Frühling 1956. Satin peigné, Natté laine, Tweed, Shetland, Leinen, Coton-Jacquard.“ Und im Text wurde das Kleid „Diana“ folgendermaßen beschrieben: „Betont tailliertes Costume von pariserischem Chic. Kammgarn-Satin in schwarz, marengo, marine, mittelgrau und bleu.“ Es gibt — man mag es glauben oder nicht — etwas Bemerkenswertes an dieser Anzeige: daß sie unter anderem auch deutsche Wörter enthält und daß das Verb „taillieren“ deutsch gebeugt worden ist. Das scheint uns gegenüber den „Sacs de dame“ in Luzern, von denen wir berichtet haben, ein großer Fortschritt zu sein! Man hat Grund, die Zukunft der Modesprache blö in blö zu sehen. am

Stradin — oder wie neue Ortsnamen entstehen

Wer den Ofenpaß von Zernez her überquert, wird kurz nach Il Fuorn auf der linken Seite der Straße ein wohlgebautes Haus bemerken, auf dessen Vorderseite das Wappen der Gemeinde Zernez prangt. Darüber steht das Wort: Stradin. Für den Bündner, der seine Heimat wie seinen eigenen Hosensack kennen sollte, heißt die Gegend Buffalora. Wer aber auf der neuesten Ausgabe des betreffenden Blattes der Eidgenössischen Landestopographie das Gebäude sucht, findet daneben die Bezeichnung Stradin, was im Romanischen Wegmacher heißt, weil dieser nämlich dort wohnt... Der Automobilist wird zwar gerne zugeben, daß der Wegmacher die Naturstraße in gutem Zustande hält, aber er wird sicher dem Bündner beistimmen, der wünscht, daß auch die sonst unfehlbare Landestopographie in der nächsten Ausgabe dieses Kartenblattes wieder die alte Bezeichnung Buffalora hinsetze. Pa

Am Ort der Handlung gedreht

Der Film „Und morgen werde ich weinen“ ist durch folgenden Spruch angepriesen worden: „Am Ort der Handlung gedreht — im Innern einer Frauenseele!“ Kommentar überflüssig.