Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 30 (1974)
Heft: 3

Rubrik: Das Deutsche im Sog des Englischen

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: 13.07.2025

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

Das Deutsche im Sog des Englischen

Englisch-Mode (Vgl. Heft 2, S. 63)

Im ETH-Bulletin Nr. 84 fand sich wiederum eine träfe Bemerkung des Redaktors, Prof. Dr. Roman Bach, und zwar in einem Hinweis auf die vom Betriebswissenschaftlichen Institut der ETHZ herausgegebene Zeitschrift „io" (= Industrielle Organisation):
„Eines finde ich in der „io" sehr schade: Titel und Texte [der Artikel] sind mit englischen Wörtern gespickt. Ich habe für diese Mode bisher noch nie eine Begründung gehört, die ich gelten lassen könnte, und wie ich sie erkläre, darf ich der Höflichkeit wegen nicht sagen."
Einer der Titel heißt z. B. „Cost-Benefit-Analysen". Dafür gibt es den guten deutschen Ausdruck „Kosten-Nutzen-Analyse".

Ein Dichter spricht

Gemüt? O pfui, welch emotionaler Begriff!
Früher — entsinnt man sich? — war dies Wort ein Ehrentitel der deutschen Sprache. Keine andre enthielt es. Es war unübersetzbar. Auch heute gibt es, nun aber umgekehrt, Wörter, die schwer übertragbar sind. Wie soll man auch Happening, Hearing, Establishment, Party, Go-in, Love-in, Teach-in und Sit-in verdeutschen? Wohl war es gut, nach der langen Vereinsamung Bräuche und Anschauungsweisen der übrigen Welt zu studieren und anzunehmen, was richtig und heilsam schien. Doch sogleich schoß der Deutsche über das Ziel hinaus und verfiel einer maßlosen Fremdländerei. Wenn er vorher sich abgekapselt und hochmütig auf sich selbst beschränkt hatte, überbot er sich jetzt in serviler und äffischer Nachahmung. Mit dem fremden Wort kamen fremde Begriffe und fremde Verhaltensweisen herein. Unmerklich und unwillkürlich war die eigene Denkart auf dem Wege der Sprachunterwanderung „manipuliert" und „umfunktioniert".

Aus „Klage um Deutschland" von Friedrich Franz von Unruh

Schwierige Lektüre

Da finde ich in meinem Briefkasten eine sechzehnseitige sogenannte Eröffnungszeitung, die mich mit dem neuen „Holiday Inn" in Regensdorf bekanntmachen will. Hier sollen Amerikaner ein Stückchen Heimat finden, wofür der Name sorgt, denn in den Vereinigten Staaten verheißt er dem Autofahrer ein höchst komfortables und recht wohlfeiles Motel. Nun darf aber eine Gaststätte den Namen nur führen, wenn der Besitzer eine Lizenz erworben (und wahrscheinlich teuer bezahlt) hat. Der Name verpflichtet nicht weniger als die sprichwörtliche Noblesse. Er scheint die Redaktion der Eröffnungszeitung aber auch bewogen zu haben, ihren Text mit so vielen englischen Wörtern zu spicken, daß der urchige Schweizer zwar versteht, was er in der „Schmitte-Stube", sprich „Schmitte-Grill", verzehren kann, nämlich Salat vom „Märit-Wage" und die Suppen „us em Suppehafe", im übrigen aber vor etwelchen Rätseln steht. Es wird ihm ein „Innkeeper" vorgestellt, ein ehemaliger Eishockey-Fan, der hier als „Boß" waltet; er erfährt, daß die „We-try-harder"-Leute, auch „Avis-people" genannt, hier

„on request" sind; daß Air-Condition vorhanden ist; daß ein funkelndes und blitzendes „Switchboard" den Concierge ersetzt.
Der Holiday-Inn-Grundsatz lautet „World Unterstanding through Tourism", und auf einem Bild sieht man zwei Herren, von denen der eine vor der „Peace Flag" dem andern zur erfolgreichen Absolvierung des „Innkeeper Course" gratuliert. Der Leser wird über die Symbiose zwischen dem „Know how" eines gastronomischen Unternehmens und einer Hotelgesellschaft unterrichtet, und er lernt, daß der „Hotel-Shop" nichts anderes ist als Großmutters Lädeli im neuen Gewand. Auch die Holiday-Inn-Story wird ihm vorgesetzt, worunter die Entstehungsgeschichte des berühmten amerikanischen Motels zu verstehen ist. Es gibt einen „Starlight-Room" einen „Pool Snack" und einen „Derby Pub", kurz alles, was dem Englischsprachigen unumwunden sagt, worum es sich handelt. Sogar die Inserate kann er leicht verstehen — im Holiday Inn schlafen Gäste „happy" im „Happy-Bett" (obwohl „happily" seinem grammatischen Gefühl eher entspräche), und die Pub Guvnors offerieren ihm eine „happy hour two for one".
Holiday Inn will, wie es heißt, einen Beitrag an die Völkerverständigung leisten. Bei der Eröffnungszeitung wurde nur leider nicht beachtet, daß es dabei auch so etwas wie sprachliche Schwierigkeiten geben kann. Es ist gut und schön, touristische und gastronomische Annehmlichkeiten aus Amerika zu übernehmen, aber muß deshalb auch die deutsche Sprache amerikanisiert werden? *Ursula von Wiese*

Sprachform bei Radio und Fernsehen

Vor einiger Zeit ist bei den Verantwortlichen des Schweizer Radios die Frage erneut aufgetaucht, wie wohl in den vielen Mundartsendungen die Wiedergabe der Familien- und auch Ortsnamen vorzunehmen sei, mundartlich oder hochsprachlich, wobei bei mundartlicher Nennung erst noch erhebliche Unterschiede bestehen, Unterschiede die von hochdeutscher Lautung bis zu völlig veränderter, daher unverständlicher Aussprache gehen.
Da nun die Nennung von Namen nur sinnvoll ist, wenn man sie auch verstehen kann, und zwar jedermann, drängt sich im Grunde ganz von allein eine Handhabung auf, die beim Hören des gesprochenen Namens auch auf die geschriebene Form schließen läßt.
Wir drucken hier daher einen in der „Tat" erschienenen launigen Aufsatz von Felix Bluntschli ab und bitten unsere Leser, sich zu dieser Angelegenheit zu äußern. *teu.*

Wie sind Familien- und Ortsnamen in Mundartsendungen wiederzugeben, Herr Wäffu vo Burdlef oder Herr Wefel vo Burgdorf?

So zwischen Uri Geller und Alexander Solschenizyn haben die Leute doch noch andere, überaus erstaunliche Sörgelchen und Problemchen. Eines davon beschäftigt zum Beispiel eine Zürcher Radioabteilung, die sich gemäß bei uns üblichem Sprachgebrauch erlaubt hat, einen Sportler namens Hagmann als „Hagme" zu erwähnen. Folge: seitenlange Protestschreiben.
Nun, der neue Zürcher Zoodirektor existiert sogar in drei Sprachvarianten. Die einen nennen ihn Weilenmann, die andern Weilemaa, die dritten Wiile-