

# Aufgeschnappt

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Sprachspiegel : Zweimonatsschrift**

Band (Jahr): **58 (2002)**

Heft 1

PDF erstellt am: **21.07.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Rechnung tragen sollte. So könnte ich «Boutique» durchaus tolerieren. (Es gibt allerdings bereits so viele davon, dass es so wenig originell ist wie Pub für Wirtshaus.) Aber warum denn «Boutique No Name» statt «Boutique Zur Meise»? No

Name sagen Kinder und Leute, die nicht Englisch können! In diesem Sinne gibt es in der Spisergasse bereits nachahmenswerte Beispiele: Spätis Boutique, Schuhe Schudel, Café Spisertörli oder eben ganz einfach Leder Locher. Ernst Ziegler

## Aufgeschnappt

---

### Ein Modewort – und die Folgen

Jährlich werden im deutschen Sprachraum Modewörter gesammelt, damit das «Unwort des Jahres» erkürt werden kann. Ich hoffe, dass die Wortschöpfung «Gewinnwarnung» mit Aussicht auf eine negative Nummer eins auf die Liste des Jahres 2001 gesetzt wird.

«Gewinnwarnung» scheint mir eine besonders fiese Kreation. Sie hat sich klammheimlich in den Wortschatz der Wirtschaftspostillen geschlichen und findet seit Wochen gehäuft Verwendung. «Gewinnwarnung» klingt eigentlich ganz harmlos, fast ein wenig zweideutig. Positiv ausgelegt könnte dieses Wort bedeuten: «Achtung, Gewinn im Anzug, freut euch schon mal auf eine fette Dividende!» Verwendung findet derzeit aber nur die negative Variante: «Achtung, um den Gewinn stehts schlecht!»

Wie bei vielen beschönigenden Worthülsen versteckt sich auch hinter dem Wort «Gewinnwarnung» eine an sich wertneutrale Aussage, welche in der Regel jedoch weit reichende Folgen hat. «Gewinnwarnung» wird nämlich meistens mit der Ankündigung von «Personaleinsparungen» verbunden. Die Verbindung von «Gewinnwarnung» und «Personaleinsparungen» ist bereits so selbstverständlich geworden, als würden sie sich automatisch gegenseitig bedingen wie dunkle Wolken und Regenschauer.

So unvermeidlich scheint bei einbrechendem Gewinn das reflexartige Loswerden von Personal schon geworden zu sein, dass sich Firmen, welche «Gewinnwarnungen» herausgeben, gar nicht mehr die Mühe machen, ihre Entscheidung noch speziell zu begründen. Ist doch eh alles klar, oder?!

Bernhard Ott, «Schaffhauser az»