

DENGLISCH. SPRACHENWIRRWARR IM ALLTAG UND RATLOSIGKEIT DER POLITIK

Anca-Raluca MAGHETIU, Petra-Melitta ROȘU

University of the West, Timișoara

Aurel Vlaicu University, Arad

„Sprachen [sind] Werkzeuge so notwendig wie der Führerschein und der Umgang mit dem Computer. Der Arbeitsmarkt erwartet dies mehr denn je.“ (Kurt-Jürgen Maaß, Generalsekretär des IfA - Institut für Auslandsbeziehungen)

Demnach ist das Erlernen von Fremdsprachen in Zukunft unumgänglich. Diese Tendenz ist jetzt bereits zu bemerken. Eine Eurobarometer-Umfrage zeigt, dass der Anteil der EU-Bürger, die mindestens eine Fremdsprache beherrschen seit 2001 von 47% auf 56% gestiegen ist. Man hat es als nötig empfunden, diese Voraussetzung für zukünftige Kommunikation, offiziell geltend zu machen. So haben 2002 in Barcelona Staats- und Regierungschefs beschlossen, dass der Unterricht von mindestens 2 Fremdsprachen ab der frühen Kindheit gefordert werden soll.

Mehr denn je empfiehlt sich deshalb eine Verbreitungs- und Pflegepolitik der eigenen Sprache und Kultur. Die ständige Verwendung einer Sprache in Konferenzen und Verträgen, in der Kommunikation mit internationalen Organismen hat in erster Linie eine symbolische Wirkung, diese Sprachgemeinschaft oder dieses Land gewinnt an Prestige und Bedeutung und gleichzeitig wird auch das nationale Selbstwertgefühl der Bevölkerung gestärkt. Dies schafft gleichzeitig eine psychologische Superiorität, man kann sich präzise und exakt ausdrücken und man kann schnell mit Gegenargumenten reagieren, da man kein Übersetzen oder Dolmetschen benötigt.

Eine Sprache, die regelmäßig in Kulturproduktionen präsent ist, hat eindeutig Vorteile bei der Vermarktung, da das kulturelle Prestige des Sprachmutterlandes erhöht wird. Gleichzeitig kann die Werbung und Vermarktung in eigener Sprache abgewickelt werden, was einen ökonomischen Vorteil schafft.

Die Beschäftigung mit einer Sprache weckt das Interesse für Kultur und Land allgemein. Dieses Interesse zieht natürlich einen Profit für Wirtschaft, Tourismusindustrie und Handel nach sich. In seinem Artikel „Sprache als Politikum“ zitiert Ulrich Ammon Barthold C Wittes Slogan „Wer deutsch lernt, kauft eher deutsch.“

Der Generalsekretär des IfA Stuttgart, ist der Meinung, dass „Deutschland [...] es versäumt [hat], zur Weltsprache des 20. Jahrhunderts zu werden.“ Im 19. Jahrhundert hatte Deutsch, Französisch als internationale Sprache schon fast vollständig ersetzt. Wien ist zur zentralen Universitätsstadt Europas geworden. Eliten aus aller Welt sind da ausgebildet worden. Diese Gelegenheit hat man -laut Analytiker- überhaupt nicht ausgenutzt. Heutzutage gilt Englisch als Elitesprache und die Universitätszentren Großbritanniens und der USA setzen Maßstäbe für andere Hochschulen. Das ist Ironie des Schicksals, wenn man bedenkt, dass auch heute noch mehr als 25% der Amerikaner angeben deutsche Vorfahren gehabt zu haben.

Die angestrebte Globalisierung und der Prozess an sich machen nur dann Sinn, wenn sich die Menschen nicht benachteiligt fühlen. Sie müssen sich verstehen und verständigen können und nicht jegliche Unterschiede ausradieren. Die sprachliche Vielfalt muss als Ausdruck kultureller Vielfalt erhalten bleiben. Schließlich ist das Motto der EU „Einheit in Vielfalt“. Der Journalist und Autor Boris Buden behandelt in seinem 2004 erschienenen Buch, „Der Schacht von Babel - Ist Kultur ersetzbar?“, die Sprachen-Problematik in der EU. Zur Zeit sprechen etwa 91 Millionen EU-Bürger Deutsch als Muttersprache, 36 Millionen sprechen Deutsch als erste oder zweite Fremdsprache. Das sichert dem Deutschen einen Verbreitungsgrad von ungefähr 30% in der EU. Dies relativiert den Absolutheitsanspruch des Englischen, das als Muttersprache auch nicht in mehr als zwei EU-Staaten gesprochen wird.

Offiziell pladiert die EU für die Gleichwertigkeit aller Amtssprachen als gleichrangige Arbeitssprachen. In der externen Kommunikation fällt aber der vorwiegende Gebrauch von Englisch und Französisch auf. Die EU Wirtschaftsdatenbanken und die Ausschreibungen der Kommission erscheinen auf Englisch und Französisch. Der deutsche Bundestag erkennt in der Bevorzugung dieser zwei Sprachen eine deutliche Benachteiligung deutscher Betriebe, die die Texte immer übersetzen lassen müssen. Um nun auf Boris Buden zurückzukommen, muss gesagt werden, dass sein Vorschlag der „wechselseitigen Übersetzungen“ berechtigt und eine Überlegung wert zu sein, erscheint. Alles andere wäre seiner Meinung nach kontraproduktiv.

Die Übersetzungspraxis von der Buden spricht, soll „als eine ständige, wechselseitige Übersetzung verstanden werden. Das Wichtigste dabei ist, dass durch die Auseinandersetzung mit dem Fremden in der Übersetzung eine Sprache nicht verunreinigt, sondern eher bereichert wird.“

Als Finnland seine Ratspräsidentschaft in der EU antrat, weigerte es sich das EU Drei-Sprachen-Regime anzuerkennen, welches besagte, dass bei informellen Ministeratstreffen die Teilnehmer für ihre Ausführungen zwischen Englisch, Französisch und Deutsch wählen konnten. Fortan sollten nur noch Englisch und Französisch zugelassen werden. Der damalige Bundeskanzler Schröder reagierte prompt auf diese Entscheidung: Deutschland weigerte sich an den Ministeratstreffen teilzunehmen, bis die alte Regelung wieder hergestellt war. Die finnische Präsidentschaft gab schließlich nach und die Deutsch-Blockade wurde aufgehoben. Interessant zu bemerken ist, dass die deutsche Öffentlichkeit auf Schröders Entschlossenheit nicht nur positiv reagierte. Es wurde ihm vorgeworfen, dass Deutschland, mit seiner belasteten Vergangenheit wieder seine „Machtpolitik“ demonstrieren wolle. Im internationalen Kontakt wird in Deutschland nicht sehr viel Wert auf Sprache und Sprachverbreitung gelegt, ganz im Unterschied zu anderen Ländern wie z.B. Frankreich, Großbritannien oder Spanien.

Eine gute Gelegenheit für die Verbreitung der deutschen Sprache war mit der Öffnung Osteuropas 1989/90 geboten. Deutsch war die verbreitetste westliche Fremdsprache im ehemaligen kommunistischen Gebiet, doch die osteuropäischen Politiker und Beamten mussten schon beim ersten Kontakt mit der EG feststellen, dass man in Brüssel nur mit der englischen oder der französischen Sprache etwas erreichen kann.

Mehr noch, deutsche EU-Beamte haben berichtet, dass ihnen in den Sondierungsgesprächen von Warschau, Prag oder Budapest von ihren Vorgesetzten verboten wurde die deutsche Sprache zu verwenden. Außerdem verlangte man bei internen Stellenausschreibungen der EU-Kommission für den Ostblock grundsätzlich nur englische und französische Sprachkenntnisse.

Für den starken Einfluss des Englischen auf das Deutsche in den vergangenen Jahrzehnten, ist der Begriff „Denglisch“ eingeführt worden. Laut einer Internet-Enzyklopädie ist „Denglisch“ ein Kofferwort, das aus „Deutsch“ und „Englisch“ gebildet wurde. Es wird pejorativ gebraucht; ein Hauptgegner des Gebrauchs des Denglischen in der Öffentlichkeit ist der „Verein Deutsche Sprache“.

Der zunehmende Einfluss des Englischen auf die deutsche Sprache stellt schon für viele eine Bedrohung dar, die Pessimisten malen sich „Sprachuntergangsszenarien“ aus, man spricht von „Verhuzung“ und „Verfall“ der Sprache, sogar von „Sprachverwirrung“, „kultureller Selbstaufgabe“ und „Charakterlosigkeit des Deutschen“. Für andere ist die Situation doch nicht so aussichtslos: es gab ja schließlich zu allen Zeiten und in allen geographischen Räumen Sprachkontakt oder Sprachmischung.

Vielleicht wegen der politischen Rolle der Vereinigten Staaten und Großbritanniens, vielleicht aber auch wegen der Macht der Medien verspürt man den englischen Einfluss auf das Deutsche mehr und stärker denn je. Anglizismen gehören zur Alltagssprache dazu, um nicht verklemmt oder langweilig zu wirken. Welche Ausmaße der Gebrauch von Anglizismen im Deutschen tatsächlich genommen hat, lässt sich vor allem an Reaktionen überraschter, ausländischer Touristen erkennen. Am Düsseldorfer *Airport* gelandet, fragt sich ein polnischer Gastwissenschaftler: „Bin ich hier in Chicago oder wo?“.

Walter Krämer, Vorsitzender des „Vereins Deutsche Sprache“, meint, dass „der moderne Modell-Germane joggt, jumpt, trekkt, walkt, skatet, oder biket, fun und feelings hat, moods und moments, sorrows und emotions. [...] Deutsch zu sprechen, ist vielen Deutschen ganz offensichtlich lästig oder peinlich“ [Krämer, 2002]. Man kann sagen, dass viele technische und wissenschaftliche Neuerungen heute ihre Geburtsstätte in den USA haben. Früher hat man dafür aber deutsche Wörter erfunden und nicht einfach die englischen übernommen: *Flugzeug* für *airplane*, *Fließband* für *assembly-line*. Andere Wörter wurden eingebürgert: *shawl* wurde zu *Schal*, *cakes* zu *Kekse*.

Eine Untersuchung des Instituts für Deutsche Sprache Mannheim (IDS), hat ergeben, dass von 1000 als „kommunikativ relevant“ ermittelten Neuwörtern ungefähr 40% Anglizismen, 40% deutsche Bildungen und 20% Hybridbildungen aus einem englischen und einem deutschen Bestandteil (z.B. *Eventkultur*, *Bungeespringen*) sind.

Männer assoziieren Deutschland mit dem Geburtsort guter Autos, zum Beispiel Volkswagen oder BMW. Trotzdem spricht man in dieser Branche von *Airbags* und *Crash-Tests* und die Autos sind *getunt*. Frauen sprechen von *Beauty-Produkten*, *Stylisten*, von *Moisturizing-Cream* statt *Feuchtigkeitscreme*, *Antiaging-Creme* statt *Antifaltencreme*. Unsere Kinder sind die *Kids*. Verkaufsprodukte gibt es in *Limited Edition* und nicht in *limitierter Ausgabe*. Studienabschlüsse sind nichts Wert, wenn sie nicht *Bachelor* oder *MBA* heißen. Urlaub ist nur halb so schön wenn man nicht *jettet* oder *cruist*, oder sich ein *Wellness-Wochenende* gönnt.

Die sog. Anglizismen (die heutzutage auch Amerikanismen genannt werden, da sie aus dem amerikanischen Englisch stammen) findet man in allen sozialen, geographischen und kulturellen Teilbereichen der deutschen Gesamtsprache, in fast allen Bevölkerungsschichten und in verschiedenen Lebens-, Arbeits- und Kulturgebieten. Den Ausgangspunkt ihrer Verbreitung findet man im Expansionsbestreben Großbritanniens und der USA, die in ihrem Vorhaben eine zivilisatorische Mission sahen. Sie ideologisierten die englische Sprache. Der Kontakt mit dem Englischen mache eine Gesellschaft wirklich modern, während das Benutzen anderer Sprachen Stillstand und Traditionalismus bedeute. „Any educated person on the face of the globe is in a very real sense deprived if he does not know English“, so eine britische Quelle, bezogen auf die Bevölkerung früherer britischer Kolonien.

Einen starken anglo-amerikanischen Spracheinfluss findet man besonders in der Jugendsprache und dadurch gelangt er auch in die Allgemeinsprache. Weitere Bereiche wo das Englische fast unentbehrlich erscheint sind Handel, Industrie, Wissenschaft, Technik, vor allem die Informationstechnologie (man sagt: „The language of good science is bad English.“), Werbung, Freizeit- und Unterhaltungsindustrie, der gesamte Medienbereich und natürlich die Presse. Hier ist die Anzahl der Anglizismen seit 1945 bis in den 1990er Jahren unglaublich gestiegen. Im Falle von manchen Fachzeitschriften und populärwissenschaftlichen Magazinen ist ihr Anteil so hoch, dass man schon fast von einer Mischsprache sprechen könnte. Es stellt sich nun natürlich die Frage nach dem Verständnis dieser vielen Anglizismen beim Zielpublikum. Untersuchungen ergaben, dass manchmal sogar die Hälfte der verwendeten Anglizismen vom Durchschnittsadressaten gar nicht oder nicht richtig verstanden werden, vor allem im Bereich der Werbung. Paradoxerweise verwenden die Medien im Umgang mit den Menschen, die sie für ihr Anliegen gewinnen wollen, eine Sprache, die viele dieser Menschen oft nicht verstehen. Als aussagekräftig können folgende Beispiele angeführt werden:

Miles & More führt ein flexibleres Upgrade-Verfahren ein: Mit dem neuen Standby oneway Upgrade-Voucher kann direkt beim Check-in das Ticket aufgewertet werden. (Lufthansa)

Der Shootingstar unter den Designern bekam Standing ovations für die supercoolen Outfits mit den trendigen Tops im Relax-Look. (ein Modemagazin)

Der letzte Gig der Band zeigt einmal mehr, dass der Trend zum Crossover geht, diesem ausgeflippten Sound-Mix aus Metal und Rap, der seine Fans unter weißen Unterschichtkids hat und zunehmend in die Charts gelangt. (frei nach einem Nachrichtenmagazin)

Praktische Erfahrungen im Total Quality Management und/oder Business Process Re-engineering haben unsere Senior Berater/innen als externe Consultants oder in einem in-house-Team erworben. (eine Stellenanzeige der „Wirtschaft“)

Durch die Verwendung der Anglizismen gewinnt die Aussage nicht an Präzision, an neuen Ausdrucksmöglichkeiten, an eine bessere Verständlichkeit ist gar nicht zu denken, also warum muss man seine Englischkenntnisse (die vielleicht manchmal gar nicht richtig vorhanden sind) in jedem einzelnen Satz demonstrieren? So gesehen kann man natürlich das Anliegen derer verstehen, die das Deutsche pflegen wollen und sich gegen den massiven Import von Anglizismen einsetzen.

Die Wichtigkeit mancher zu Internationalismen gewordenen Anglizismen muss natürlich anerkannt werden; dennoch hinterlässt der zu häufige, der Situation nicht angepasste Gebrauch von Anglizismen manchmal den Eindruck von Protzerei und Wichtigtuerei. Dies lässt sich auch aus einer RTL-Umfrage erschließen. Diese hat ergeben, dass die aktuellen Berufsbezeichnungen wie *Facility-Manager* (Hausmeister), *Front-Office Manager* (Empfangsherr), *Housekeeping Assistant* (Zimmermädchen), *Customer-Adviser* (Kundenberater), *Travel Management Assistant* (Reiseberaterin), einen Versuch darstellen die Tätigkeiten aufzuwerten. Die meisten verstehen diese Bezeichnungen überhaupt nicht und die Ironie daran ist, das selbst die Angestellten ihren Beruf nicht aussprechen können. Das Meiste bleibt also mehr Schein als Sein.

Das gleiche Phänomen ist auch in Zeitungen anzutreffen. Die Zeitschrift *Focus* nennt in seiner Internetausgabe das Finanzblatt *Focus-Money*. Ein Artikel vom 18.03.2007 trägt begründet einen englischen Titel, weil dieser auch den darin beschriebenen Film bezeichnet. Nicht genug aber, dass nirgends eine Übersetzung des Titels steht, es erscheinen auch sonst Anglizismen, die, wenn man bedenkt dass der Film und der Artikel sich an Lehrer wenden, manchen Schwierigkeiten bereiten dürften, schließlich sind nicht alle Englischlehrer. So wird von *Gang-Rivalitäten* (Bandenkriege) und kostenlosem *Screening* (der Film wird also kostenlos ausgestrahlt) gesprochen. Auf der Internetseite der Zeitschrift kann man außerdem noch über *Top-Events* und *Specials* lesen.

Die *Welt* schreibt in einem Artikel vom 18.03.2007 über *Killerspiele*, *Zeitkillern* (*Zeittöter*) und *Spielen mit Zeitlimit* (*Zeitbegrenzung*). *Der Stern* schreibt über Hostessen in knappen *Outfits* und Boxprofis beim *Medizin-Check*, während die *Bild-Zeitung* über *Stalker* berichtet. Dagmar Schütte hat festgestellt, dass nur nicht-kommerzielle Anzeigen, wie Todesanzeigen weniger Anglizismen aufweisen.

Bei RTL wird nach den *Lifestyle-Tipps* über die *VIPs* berichtet. Das Punkt12 Team hat nicht den *süßen*, sondern „*cute Knut*“, den Bären, besucht, wahrscheinlich weil die Alliteration gut klingt. Schwer erziehbare Jugendliche werden auf ein *Erziehungscamp* geschickt und die Schüler aus der *daily soap* „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“, bemühen sich eine *Chillout-Zone* (*Entspannungsraum*) auf die Beine zu stellen. Später am Abend kann man bei „Deutschland sucht den Superstar“ nicht *wählen*, sondern *voten* und gewinnen. Der Gesang eines Kandidaten *berührt* nicht, sondern *toucht* die Jury, diese ist von den Auftritten nicht *begeistert*, sondern *geflasht*. Überhaupt sind alle *Sendungen Shows*, alle *Spiele Games* und alle *Wettbewerbe Contests*.

Einen Teil der aus dem Englischen übernommenen Begriffe kann man auch als Modeerscheinung ansehen. Man sagt eben nicht mehr „Mon Dieu“, sondern „My God“, nicht mehr „rendez-vous“, sondern „date“. Früher war der lateinische und französische Einfluss auf das Deutsche ausgeprägter, heute ist die englische Sprache an der Macht. Das kann sich in 20-30 Jahren wieder ändern. Erste Anzeichen dafür lassen sich bereits in neuen Werbekampagnen erkennen. So lädt McDonald's die Kunden nicht mehr mit dem Slogan *Every time a good time*, sondern mit dem deutschen Spruch *Ich liebe es* ein. Indem der TV Sender Sat 1 nicht mehr mit *Powered by emotion*, sondern mit *Sat 1 zeigt's allen* wirbt, hat er dem Englischen den Rücken gekehrt und ist zurück zu den deutschen Wurzeln.

Literaturverzeichnis

1. Hötzl, M., Die Revolution neu erfinden, 2005, www.kontakt.erstebankgroup.net/report/stories/Boris+Buden_Interview/de. [10.11.2006]
2. König, E., *Das Deutsche: Von der Weltsprache zu einer europäischen Sprache unter vielen*, 2004, www.bgdv.be/gm59/Koenig.pdf [30.03.2007]
3. Krämer, W., *Gefährden Anglizismen die deutsche Sprache? Modern Talking auf Pseudo-Englisch*, 2002, www.detlev-mahnert.de/debatte [3.04.2007]
4. Sick, Bastian, *Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod*, Köln, Kiepenheuer & Witsch GmbH, 2005.
5. Stark, Franz, *Sprache als Instrument der Außenpolitik*, in: Die Zukunft der deutschen Sprache, hrsg. von Helmut Glück, Leipzig: Klett, 2000.
6. URL: <http://www.bild.t-online.de> [14.04.2007]
7. URL: <http://www.focus.de> [18.03.2007]
8. URL: <http://www.ifa.de> [4.11.2006]
9. URL: <http://www.stern.de> [22.03.2007]
10. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Denglisch> [5.04.2007]
11. URL: <http://www.welt.de> [31.03.2007]