

Stirbt die deutsche Sprache aus?

Immer häufiger stolpere ich in deutschen Texten in Zeitschriften, Magazinen und Online-Veröffentlichungen über englische Begriffe, die ich für vermeidbar halte. Bin ich zu empfindlich?

Gerade erst las ich in „ada – Brief aus der Zukunft“ der Wirtschaftswoche, dass ein Berliner Startup-Förderprogramm, das die Quote der weiblichen Gründer erhöhen möchte, den – wie ich finde – erklärungsbedürftigen Namen „Ada Female Accelerator“ trägt. Wer weiß schon auf Anhieb, dass Accelerator unter anderem Gaspedal und Beschleuniger heißt und es im Deutschen auch den Akzelerator gibt?

Ich lese von Employer Branding, Corporate Social Responsibility und Hands-on-Approach. Sicher würden mehr Leser verstehen, wovon die Rede ist, wenn sie von der Markenbildung für Arbeitgeber, der sozialen Verantwortung von Unternehmen und der praktischen Herangehensweise läsen. Warum führen immer mehr deutsche Unternehmen Englisch als Unternehmenssprache ein? Wissen die nicht, dass die allermeisten Menschen nur in ihrer eigenen Muttersprache wirklich alles differenziert denken und ausdrücken können?

Wenn wir dann mal etwas ganz auf Deutsch lesen, können wir fast sicher sein, dass die Syntax fremd oder die Aussage so allgemein ist, dass man sich das Lesen hätte sparen können: In wie vielen Unternehmensdarstellungen sind die Firmen nach eigenen Angaben „gut aufgestellt“? Geht es noch ein wenig nichtssagender? Warum haben sich Unternehmen in letzter Zeit so selten zum Beispiel „auf den erwarteten Nachfrageschub mit dem Ausbau ihrer Produktionskapazität sowie ihres Personals vorbereitet“? Damit werden doch auch keine Betriebsgeheimnisse verraten und der Leser bekommt eine Idee davon, welche Herausforderungen dieses Unternehmen gerade meistert.

Und wie oft macht heutzutage etwas „keinen Unterschied“? Ehrlich, ich kann das schon lange nicht mehr hören. An alle: im Deutschen ergeben sich Unterschiede, Dinge unterscheiden sich, sind unterschiedlich oder verschieden, manchmal auch einfach nur „anders“.

Eine andere Entwicklung, die ich ebenfalls für bedenklich halte, ist, dass bereits in Schulbüchern für die fünfte Klasse in einfachen Lese- und Übungstexten bis zu fünf von sechs Kindernamen ausländische sind, von denen ich nicht sofort sagen kann, ob sie Jungen oder Mädchen benennen, und bei denen selbst ich als Leseprofi erst einmal stocke. Zehnjährigen Schülern mit und ohne Leseschwäche wird das Lesen(lernen) mit solchen zusätzlichen Hürden unnötig schwer gemacht. Was soll das?

Verstehen Sie mich nicht falsch: ich freue mich über jede natürliche Weiterentwicklung unserer Sprache. Schließlich entwickeln kluge Köpfe jeden Tag neue Ideen und Dinge, für die wir selbstverständlich neue Bezeichnungen brauchen. Genauso selbstverständlich werden manche Wörter nicht mehr gebraucht, weil es die damit bezeichneten Gegenstände nicht mehr gibt. Wo die deutsche Sprache aber Wörter hat, sollten wir sie nutzen. Ganz nebenbei: die deutsche Sprache ist eine der

wortbildungsfreundlichsten Sprachen überhaupt. Lesen Sie dazu auch
<https://www.baron-texttraining.de/buecher/>

Zeichen (ohne Leerzeichen): 2662

Zeichen (mit Leerzeichen): 3092

Die Autorin:

Gabriele Baron, seit 25 Jahren freiberufliche Texterin sowie Trainerin mit dem Schwerpunkt empfängerorientierte Korrespondenz und Kundenorientierung in der Kommunikation. Autorin u.a. des Bestsellers „Praxisbuch Mailings. Print- und Online-Mailings planen, texten und gestalten.“, mi-Verlag sowie „Glückwunsch! Passende Worte zu Jubiläum, Beförderung & Co.“, Verlag C.H. Beck.

Gabriele Baron, Text & Training, Abt-Walther-Straße 4, 94081 Fürstzell,
Telefon (08502) 9174965, info@baron-texttraining.de, www.baron-texttraining.de