

Beat Hüppin

Dummdeutsch-Blog  
2009 – 2012

Der ganz alltägliche Sprachwahnsinn



Edition Lagarto

Dieses Buch wurde auf chlor- und  
säurefreies Papier gedruckt.

1. Auflage 2012

© 2012

Alle Rechte vorbehalten

Titelbild: © Halina Zarmba / Pixelio.de  
Titelgestaltung: Heinz Kasper, [www.printundweb.com](http://www.printundweb.com)

Satz: Heinz Kasper, [www.printundweb.com](http://www.printundweb.com)

Druck und Verarbeitung: E. Kurz + Co., Druck und  
Medientechnik GmbH, Stuttgart [www.e-kurz.de](http://www.e-kurz.de)

Printed in Germany

ISBN: 978-3-9523931-4-7

Herausgegeben von Beat Hüppin, 8855 Wangen SZ  
in Zusammenarbeit mit Edition Lagarto  
[www.edition-lagarto.ch](http://www.edition-lagarto.ch)

## «Dummdeutsch»: Versuch einer Erklärung

Semantischer, syntaktischer und stilistischer Dünnpfiff ist aus der deutschen Gegenwartssprache nicht mehr wegzudenken, sei es im Journalismus, im Dienstleistungssektor, in der Werbung oder in der Business-Sprache. Stilempfinden und Sprachbewusstsein sind Fremdwörter, von Grammatik haben wir eh keine Ahnung, und überhaupt, wen juckt schon Rechtschreibung? Nun, privat darf ja jeder so falsch schreiben, wie es ihm gefällt – das war schon immer so. Nur leider scheint das auch im öffentlichen und semi-öffentlichen Raum immer mehr der Fall zu sein, und dieser Trend ist mittlerweile sogar auch bei Leuten angekommen, die eigentlich von Berufes wegen mit der Sprache zu tun haben.

Der Dummdeutsch-Blog, der im Jahre 2009 ins Leben gerufen wurde, ist ganz der Dokumentierung und satirischen Betrachtung solcher Auswüchse der deutschen Gegenwartssprache gewidmet, die ich unter dem Begriff «Dummdeutsch» zusammenfasse. Der Begriff ist natürlich nicht meine Erfindung. Wie Sie vielleicht wissen, hat der Satiriker Eckhard Henscheid denselben Begriff in den 1980er Jahren schon verwendet. Unter diesem Thema sammelte er hauptsächlich einzelne Wörter oder Wortgruppen aus der Gegenwartssprache, die ihm sauer aufstiessen. Ich übernehme als Hommage an Henscheid den Begriff «Dummdeutsch», ziehe aber den Kreis etwas weiter: bei mir geht es um die Sprachverluderung in Sachen Orthographie, Grammatik, Syntax, Stilistik, Semantik – einfach das gesamte Paket. Ausserdem thematisiere ich auch immer wieder den aufgeblähten, verschleiernenden Sprachgebrauch in Werbung/PR, das sprachliche Imponiergehabe ohne wirklichen Inhalt in der Kader-/Managementsprache und den falschen Fremdwörtergebrauch (dazu gehört auch der inflationäre Gebrauch von englischen Wörtern ohne Erkenntnisgewinn).

Wie jedoch konnte sich – in meiner selbstverständlich rein subjektiven Wahrnehmung – Dummdeutsch, so wie ich es oben definiert habe, in den letzten Jahren derart breit machen? Natürlich konnten die «gewöhnlichen» Leute schon früher nie hundertprozentig richtig schreiben. Das alleine wäre also nicht der Rede wert. Was aber meines Erachtens neu ist, ist die immer stärkere Ausbreitung von falschen und/oder stilistisch schlechten Schreibweisen auch überall, wo «professionelle» Schreiber am Werk sind: im Journalismus und in der Werbung, in Kundendienstabteilungen von allen möglichen Unternehmen, Verwaltungen und Behörden. Weiter fallen die falschen Schreibweisen von «gewöhnlichen» Leuten natürlich auch deshalb stärker auf als früher, weil man früher als Durchschnittsbürger sehr viel weniger Gelegenheit hatte, sich im quasi-öffentlichen Raum schriftlich zu äussern. Und selbst wenn man einmal einen Leserbrief an eine Zeitung abfasste, wurde dieser von der Redaktion vor der Veröffentlichung normalerweise noch redigiert und korrigiert; dies heisst nicht, dass er nachher immer fehlerfrei war, aber mindestens weitgehend. Das ist zumindest bei den seriösen Presseerzeugnissen noch immer so – nicht aber zum Beispiel im Internet. Dort wird ungefiltert veröffentlicht, was die Leute alles so schreiben – und das sieht zu einem grossen Teil halt echt grausig aus!

### **Rechtschreibreform und Dummdeutsch**

Obwohl die Rechtschreibreform (oder besser Reformen) nicht das zentrale Thema dieses Buchs ist, muss doch festgehalten werden, dass sie zur allgemeinen Verwirrung von professionellen und «gewöhnlichen» Schreibern stark beigetragen hat. Manche Fehler, die mir heute alltäglich auffallen, wären früher höchstens sehr vereinzelt aufgetreten und sind in ...

*Allgemeine Hinweise:*

- *In den kursiv gesetzten Originaltextabschnitten sind alle Fehler tel quel übernommen worden, auch da, wo ich auf ein verdeutlichendes «sic!» verzichtet habe!*
- *Auslassungszeichen in Zitaten (...) habe ich häufig weggelassen, wo dies der besseren Lesbarkeit der Originaltextabschnitte förderlich war.*

**Ackermann-Versand:** Kalauert in seinem Slogan:

*Das Echte leben.*

Was haben wir gelacht. (Wahrscheinlich ist mit dem «Echten» das hundertprozentig «naturechte» Kuhfell mit Zebra-Dessin gemeint, welches Ackermann im Angebot hat.)



**Adel Abdel-Latif, Dr. med.:** Wird vom «Blick am Abend» als Kolumnist zu medizinischen Themen beschäftigt, aber nicht etwa wegen seiner herausragenden journalistischen oder medizinischen Kompetenzen (welch letztere ich hier auch gar nicht in Frage stellen möchte), sondern wohl in erster Linie, weil er einmal (vor langer Zeit) Mister Schweiz war.

Jedenfalls ist auch dieser Dr. med. nicht gefeit vor falscher Konstruktion von Relativsätzen, wie in folgendem Abschnitt:

*Die chronische Autoimmunerkrankung, bei welcher Antikörper gegen körpereigenes Gewebe gebildet werden und in der Medizin mit dem sogenannten Namen «Lupus erythematoses» geschmückt wurde, soll hier näher erklärt werden.*

Was ist denn ein «sogenannter Name»? – Und nochmals ein ähnlicher Relativsatzfehler bzw. Anakoluth:

*Der Organ-Lupus, unter welchem Lady Gaga offenbar leidet resp. genetisch vererbt bekommen hat (...)*



**Akkordeon, kreischendes:** Der «Landanzeiger» berichtet über ein Akkordeonkonzert, welches in der Turnhalle Dorf in Oberentfelden über die Bühne gegangen ist:

*Van Halens «Jump», «Go West», «Pet Shop Boys», «Gilbert o Sullivan-Hits», gehören nicht zu den traditionellen Akkordeonstücken.*

Kann es sein, dass der Schreiberling nicht sehr viel von Popmusik versteht? Ich wusste gar nicht, dass alle diese Lieder von Van Halen sind. Anders ausgedrückt: Pet Shop Boys sind eine Band, nicht ein Song, und beim letzten ist mir nicht ganz klar, ob Gilbert O'Sullivan gemeint ist oder Gilbert & Sullivan.

*Von gequält wimmernden Klängen über stampfende Bässe bis hin zu kreischenden Soli.*

Das hingegen hätte ich gerne gehört. Kreischende Soli auf dem Akkordeon? Das → Kreischen ist ja normalerweise innerhalb der Musiker-Gemeinplätze eher der E-Gitarre vorbehalten!



**Akzeptanz:** Aus einem Text von WBG<sup>1</sup>:

*Verschiedene indische Curries sind an Akzeptanz und Beliebtheit durchaus nachvollziehbar.*

Wie meinen?

Zum Stichwort «akzeptieren» ausserdem gleich noch dies aus der Mediaplanet-Themenzeitung «Spenden»:

*Akzeptieren kann ich die Krankheit bis heute nicht. Ich habe aber gelernt, sie anzunehmen.*

OK, und was ist genau der Unterschied zwischen «akzeptieren» und «annehmen»?



---

<sup>1</sup> WBG steht für Werben – Beraten – Gestalten. Bei dieser Agentur, oder wie man das immer nennen will, können unter anderem Gastrobotriebe eine Art Publireportage oder besser gesagt «bezahlte» Gastrokritik buchen, die dann im unverkennbaren WBG-Stil verfasst und zum Beispiel im «Züritipp» auf der Seite «Essen & Geniessen» veröffentlicht wird.

**All-in-one-PC/Entertainment-Center:** Wurde von einem bekannten Detailhändler zu Spottpreisen verramscht. Da der betreffende Detailhändler bei dieser Sonderaktion aber offenbar etwas überrannt wurde, sah er sich zu folgendem Statement als ganzseitige, bunte Anzeige (alles andere als billig!) im «Tages-Anzeiger» genötigt:

*Liebe Kunden, wir bedauern ausserordentlich den Ausverkauf des All-in-one-PC/Entertainment-Center! Persönliche Bestellungen dieses Artikels nehmen wir in den nächsten Tagen in jeder Filiale entgegen. Unsere Bestellmengen orientieren sich stets nach bestem Wissen und Gewissen an Hand unserer bisherigen Erfahrungen.*

Fangen wir mal mit den einfacheren Dingen an: des Centers (Genitiv-s)! Was sollen «persönliche Bestellungen» sein? Gibt es auch unpersönliche Bestellungen? Kann eine Bestellmenge ein Wissen/Gewissen haben? Kann man sich «an Hand von etwas orientieren» oder vielleicht doch nur «an etwas»? Lauter so schwierige Fragen! Aber weiter:

*Da die Nachfrage die Vorräte unmittelbar nach der Ladenöffnung um ein Vielfaches überstieg, gingen zahlreiche Kunden leer aus.*

Geht's noch komplizierter? Mein Vorschlag: «Da bei Ladenöffnung viel zu wenige von diesen Schrott-PCs in den Läden standen, gingen zahlreiche Kunden leer aus.» Geht doch?!

*Gerne hätten wir allen Interessenten einen solchen PC verkauft. Liegt es doch im ureigensten Interesse eines Detailhändlers, den Kunden die gewünschten Produkte zu verkaufen, statt jene zu enttäuschen.*

Man beachte den wunderbaren doppelten Hyperlativ. Nicht im *eigenen* Interesse (selbst das wäre wohlgemerkt schon redundant, denn dass ein Detailhändler nur in seinem eigenen Interesse handelt, ist eh klar), nicht im *ureigenen* Interesse, nein, sogar im *ureigensten* Interesse. Das einzige, was sicher im



«ureigensten Interesse» des Detailhändlers liegt, ist, dass er so viel Ramsch wie möglich zu billigstem Einkaufspreis möglichst teuer absetzen kann.

Die Wendung «statt *jene* zu enttäuschen» klingt nach eher verkrampftem Versuch, ein Missverständnis zu vermeiden. Hätte man das ganz normale Pronomen *sie* eingesetzt, würde doch wohl kaum jemand gedacht haben, es seien die Produkte, welche enttäuscht werden (statt der Kunden).

*Das Verkaufspersonal hat deshalb gestern in den Filialen die Kundendaten der jeweiligen Interessenten aufgenommen, um diesen bei einer Nachlieferung dennoch die Chance eines Erwerbs zu ermöglichen.*

Was heisst genau «der *jeweiligen* Interessenten»? Vorschlag: das Wort ersatzlos tilgen. Und statt «Erwerb» (typischer Marketing-Euphemismus) kann man doch gleich «Kauf» sagen. Aber das Beste: «die Chance eines Erwerbs zu ermöglichen». Können wir das mal überdenken? Auf Deutsch heisst «Chance» eine Möglichkeit. Also: die Möglichkeit eines Kaufs ermöglichen. Heisst: vielleicht habe ich dann mal irgendwann die Möglichkeit, allenfalls wirklich so einen PC kaufen zu «dürfen». Na, danke für Obst. (ganz nebenbei gesagt müsste es heissen: «die Chance *auf* einen Erwerb»)

*Für Sie als Kunde ist eine solche Bestellung unverbindlich.*

«Für Sie als Kunden», wenn schon. Wir beherrschen der Akkusativ!

*Wir werden versuchen, die Kundenwünsche mittels spezieller Nachlieferungen im Nachhinein bestmöglich zu erfüllen.*

Warum «spezielle» Nachlieferungen? Und was sind «Nachlieferungen im Nachhinein»? Gibt es auch schon Nachlieferungen im Voraus? Mein Fazit: diese ganzseitige Anzeige wirft insgesamt doch sehr viele Fragen auf.

