





Das Labyrinth der Wörter

Firmenlogo, Schrifttype, Seitenraster sind in Corporate-Design-Handbüchern exakt bis auf den Millimeter definiert. Doch wie sich eine Marke liest und anhört? Das kommt nur selten zur Sprache.

Von Corinna Freudig

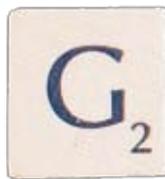
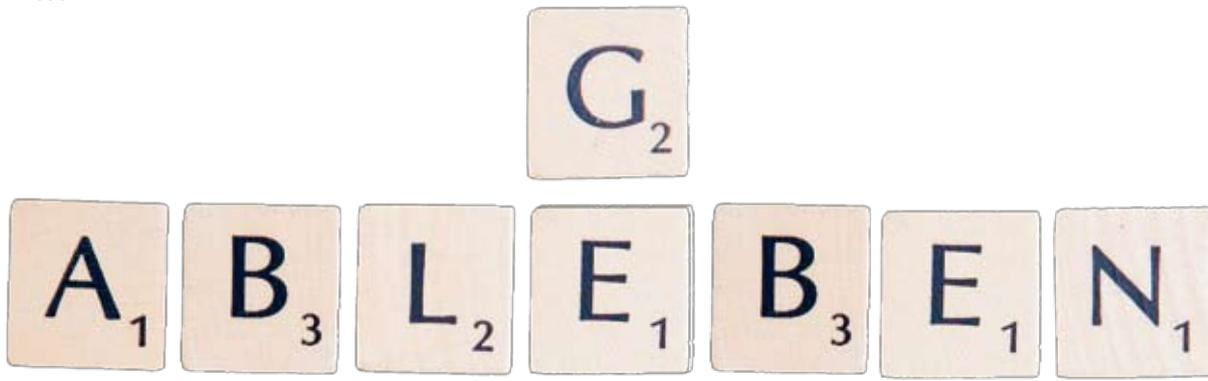
Was ist der Unterschied zwischen der Bibel und dem Bürgerlichen Gesetzbuch? Die Bibel wurde ins Deutsche übersetzt.

Für Freunde guter Sprache hat das Grauen einen Namen: BGB. „Aus einem Verlöbniß kann nicht auf Eingehung der Ehe geklagt werden. Das Versprechen einer Strafe für den Fall, dass die Eingehung der Ehe unterbleibt, ist nichtig.“ Ein Beispiel, zwei Sätze, drei kapitale Stilverstöße - die Passivkonstruktion, die Substantivierung und eine komplizierte Konditionalkonstruktion. Eigentlich ist es sehr einfach, was Paragraph 1297 dem Leser mitteilen möchte: Verliebt, verlobt, entlobt ist straffrei möglich.

Zugegeben, fair ist das nicht. Das BGB ist 115 Jahre alt. Es entstand im wilhelminischen Kaiserreich, als der Preuße Wilhelm II. regierte, der nun wahrlich nicht als Schöngest bekannt war. Doch es ist erstaunlich, wie beharrlich sich Tonalität und Duktus des BGB bis heute halten. Bei Behörden, Verwaltungen und der Politik ist das Papier-Deutsch immer noch gang und gäbe. „Ausgefüllte Anträge sind mitzubringen“, „Mitarbeiter stehen zu Verfügung“, „Geräte auf dem Spielplatz sind bespielbar“, Betrefftexte laufen über sieben Zeilen und Angehörige von Verstorbenen bekommen Bescheide mit „Sterbefallnummern“ – das Wortschatzkästlein deutscher Sprache wird zur Pandorabüchse, wenn der Bürokrat es öffnet: Aus ihr quillt es gekünstelt, gedrechselt, geziert und – das ist am schlimmsten – oft unverständlich.

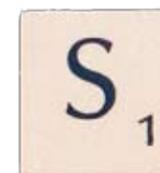
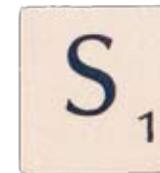
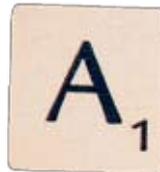
Doch es gibt eine gute Nachricht: Immer mehr Bürokraten erkennen dieses Problem und packen es an. Darunter Wiesbaden. Vor zwei Jahren hat die hessische Landeshauptstadt gemeinsam mit der Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS) das Projekt „bürgerfreundliche Verwaltungssprache“ gestartet. „Gerade Verwaltungen neigen dazu, Briefe in teilweise unverständlichem Amts-





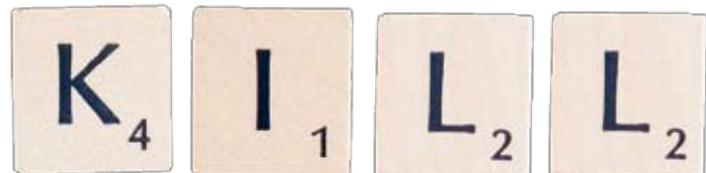
deutsch zu schreiben. Die Bürgerinnen und Bürger verstehen diese Schreiben häufig nicht und fühlen sich nicht ernst genommen“, erklärt Oberbürgermeister Helmut Müller. Er wolle Briefe, wie man sie an Freunde schreibt: in einer Sprache, die nicht gestelzt ist, die nicht so viele Substantive hat und bei der Sätze nicht über eine halbe Seite gehen. Wiesbadens Sprachbegleiter und Wortbereiter auf dem Weg zu mehr Klartext ist Lutz Kuntzsch, Leiter der Sprachberatung der GfdS. Ein Leitfaden, der an 5.000 Mitarbeiter der Stadtverwaltung gegangen ist, ist fertig, Schulungen finden statt, Standardbriefe werden bürgerfreundlicher überarbeitet. „Wiesbaden ist keine Ausnahme“, freut sich der Sprachwissenschaftler. „Immer mehr Kommunen packen das Thema an.“ In Sachsen-Anhalt ist sogar auf Landesebene, beim Justizministerium, ein Wort-Wechsel im Gang: In seinem Auftrag formulieren Fachleute von der Universität Halle-Wittenberg das Nachbarschaftsgesetz in klare Sprich-Worte um. Nicht nur, weil man in Sachsen-Anhalt besonders nett ist, sondern weil just dieses Gesetz eine besonders hohe Zahl von Streitigkeiten nach sich zieht. Je eindeutiger formuliert, so das Kalkül der Landespolitiker, umso mehr Entlastung für die Behörden.

Doch es ist keinesfalls nur die öffentliche Hand, die mit der guten Sprache nicht so recht herausrückt. Die Bürokratenschreibe ist nicht nur in der Amtsstube, sondern auch in den Firmenzentralen zu Hause. Das betrifft vor allem Unternehmen mit komplexen Produkten oder Dienstleistungen: Banken, Versicherungen, Beratungsgesellschaften, Technologieunternehmen. Ihre Kundenkorrespondenz ist oft so verwirrend, dass der Empfänger sprach- und verständnislos zurückbleibt. Der Versicherungskonzern ERGO, nach Firmenangaben auf dem Weg zu Deutschlands bester Versicherung, möchte das besser und seinem Namen damit alle Ehre machen. Schließlich bedeutet ergo auf Lateinisch „also, folglich und deshalb“. „Versichern heißt verstehen“, lautet die 2010 gestartete Werbe- und Image-Kampagne des Düsseldorfer Unternehmens, zu der eine Onlineplattform zu dem Teilprojekt „Klartext“ gehört. Hier ist durchaus Selbstkritik zu hören und zu sehen – beispielsweise in einem Spot, in dem sich ERGO-Mitarbeiter



gegenseitig Kundenbriefe vorlesen und sie nicht verstehen. Dort verspricht Joachim Fensch, Bereichsleiter Kundenbetreuung Leben bei dem Versicherungsunternehmen: „Wir werden unser Versicherungschinesisch abschaffen. Wir werden das nicht überarbeiten können. Wir werden es abschaffen müssen.“ In einer Online-Kundenwerkstatt können Ergo-Kunden übrigens auch selbst „erwörtern“, wie die jährlich 40 Millionen versandten Schriftstücke besser werden.

Eine Schreib-Kraft aus Passion ist Markus Ruppzig. Der Partner der österreichischen Sprach-Agentur wortwelt wird für seine Kunden zum Wortwelten-



bummler auf der Suche nach den richtigen Wortwerten. Austria Airlines gehört zu seinen Kunden, McDonald's Deutschland, Telekom Austria und die PwC-Gesellschaften Deutschland, Österreich und der Schweiz. Eines sei besonders auffallend, so der Wortwerker aus Salzburg: „Der Sprachverfall von Werbetexten über die Alltagskorrespondenz bis hin zu Rechtstexten. Sind Image-Folder und Kundenmagazin noch ansprechend getextet, verflacht die Sprache in Kundenmails und Begleitschreiben. Der Stil ist meist bürokratisch und es wird am freundlichen Wort gespart. In den AGB oder im Arbeitsvertrag tun sich dann alle Abgründe der deutschen Sprache auf.“

Dabei sind es genau diese Texte, die eine große Breitenwirkung erzielen: die Absage an einen Bewerber; die Mitteilung, dass sich ein Liefertermin verschiebt; der Hinweis, dass sich im Haftpflichtversicherungsrecht etwas geändert hat oder dass eine Bank zwei Fonds verschmilzt. Dabei wollen die meisten Unternehmen – eigentlich – alle das Gleiche: verständlich und prägnant sein, freundlich und sympathisch, kurz und konkret, besonders und erkennbar. Dass eine brillante Wortographie allerdings mehr ist als das orthographische

100. Todestag: Konrad Duden

Er war Standardsetzer und Regulierer aus Passion: Konrad Alexander Friedrich Duden, der „Vater der Deutschen Rechtschreibung“. Der 1829 in der Nähe von Wesel geborene Hauslehrer, der später zum Gymnasialdirektor aufstieg, war schon in seinen frühen Berufsjahren ein Reformator. So schaffte er 1859 am Soester Gymnasium den damals noch üblichen Hebräischunterricht ab und ersetzte ihn durch Englisch. Nach seinem Wechsel ins thüringische Schleiz, 1869, erlebte er die deutsche Sprachverwirrung. Denn Schulen, Dienststellen und Verlage hatten im damaligen zersplitterten Deutschland – das Deutsche Reich wurde erst 1871 gegründet – alle ihr persönliches Regelwerk zur Orthographie. Eine einheitliche Regelung zu schaffen, wurde fortan zu Dudens Mission. 1880 veröffentlichte er sein „Vollständiges Orthographisches Wörterbuch der deutschen Sprache“, das 27.000 Stichwörter enthielt. Es hatte 187 Seiten und kostete eine Mark. 1901 einigten sich die Kultusminister auf eine einheitliche Rechtschreibung, die 1903 amtlich wurde. Während der Arbeit an der 9. Auflage starb Duden am 1. August 1911. Die aktuelle Auflage des Wörterbuchs ist die 25., sie enthält 135.000 Stichwörter. Zu den 7.000 Neuaufnahmen von 2009 gehören zum Beispiel „twittern“ oder „hartzten“. Gestrichen wurden unter anderem „Entkleidungskünstlerin“ und „Kolonialbeamter“.

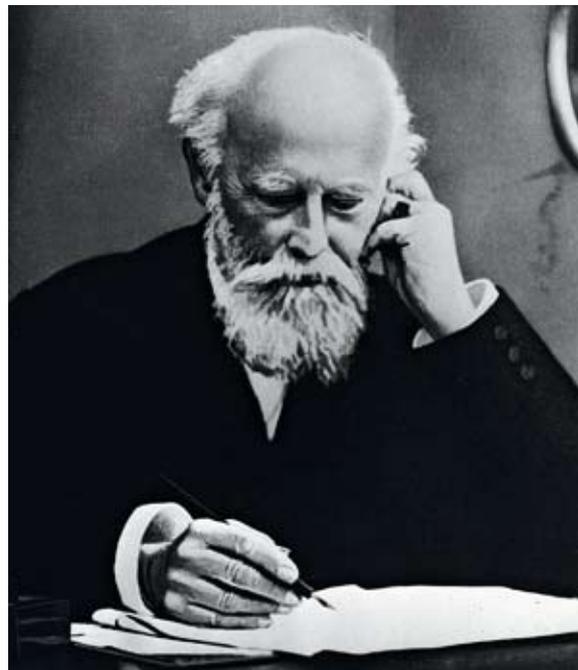
Schlusskorrektorat nach Konrad Duden, scheint nicht bekannt zu sein. Sonst wäre der Sprache nicht so häufig nur ein Nebensatz im Gesamtpaket der Corporate Identity gewidmet.

„Unternehmen ist oft nicht bewusst, dass sie bares Geld verschenken, wenn sie ihre Sprache vernachlässigen“, sagt Ruppig. Für die Statistik Austria haben er und seine Kollegen einen Standardbrief neu getextet. Statt der üblichen 30.000 Rückfragen gibt es jetzt nur noch 10.000 – eine Einsparung von etwa 300 Arbeitstagen. „Jeder Text, den der Kunde nicht liest oder nicht versteht, ist rausgeworfenes Geld“, sagt Ruppig. Und verloren ist der Leser schnell: 80 Prozent von ihnen, so be-



sagen Studien, steigen bereits nach der Überschrift und den ersten Zeilen aus; nämlich dann, wenn sie keinen persönlichen Nutzen erkennen, Texte unverständlich oder zu lang geschrieben sind.

Bei der Sprachberatung der GfdS halten sich die Anfragen von Unternehmen noch in Grenzen. Auf „etwa fünf bis zehn Prozent“ schätzt Kuntzsch den Anteil der deutschen Manager, die die GfdS überhaupt kennen. Er fände es gut, wenn sich der Anteil der professionellen Nutzer erhöhen würde. Denn von privater Seite landen oft die immer gleichen Fragen bei ihm – oder Beschwerden. Ein Klassiker ist die über den „Verfall der deutschen Sprache“. Seine Antwort: „Sprache verändert sich – das war im Mittelalter so und das ist heute nicht anders.“ Der Darmstädter Germanistikprofessor Rudolf Hoberg, im Hauptvorstand der GfdS, pflichtet dem bei: „Würde Goethe in die heutige Sprachwelt kommen, würde er sich einige Tage lang die Augen reiben und die Ohren reinigen, dann aber wäre er erfreut, wie viel Neues und Interessantes hinzugekommen ist. Denn aus klugem Traditionsbewusstsein war er Neuem gegenüber immer offen.“



Doch zurück zur guten Unternehmenssprache und der dazugehörigen Gretchenfrage: Kann man Schreiben lernen? Markus Ruppzig sagt entschieden: „Ja. Ob man einen Punkt oder Beistrich setzt, ob ‚wir Ihnen Unterstützung und Begleitung bieten‘ oder ob ‚wir Sie unterstützen und begleiten‘, wie wir die ‚Konjunktivitis‘ vermeiden – das ist ein Handwerk, das man lernen kann man. Schließlich geht es nicht um Literatur oder Qualitätsjournalismus.“

In der Praxis scheitert es manchmal aber nicht nur daran, dass die Sprachbotschaft nicht angekommen ist, sondern dass sie nicht angenommen wird. So manchem graust es davor, ungewöhnliche Dinge zu sagen, dafür aber gewöhnliche Worte zu nehmen – wie es der Philosoph Arthur Schopenhauer eingefordert hat. „Experten haben Angst, inkompetent zu wirken. Dabei hat sich der Kompetenzbegriff in den letzten Jahren gewandelt: Als fachkundig gilt heute, wer komplizierte Themen

in einfachen Worten erklären kann“, sagt Ruppzig. Spezialisten, die sich bisweilen nicht nur um ihre Kompetenz sorgen, sondern sich manchmal auch durch eine ausgeprägte Eitelkeit auszeichnen, an eine andere Schreibweise zu führen, erfordert allerdings äußerstes Fingerspitzengefühl.

Das brauchen auch die zwei Redaktionsstäbe der GfdS: Bereits seit 1966 gibt es den Redaktionsstab Bundestag für Parlamentarier, seit 2009 einen zweiten für das Bundesjustizministerium. Dessen Aufgabe: Rechtstexte sprachlich überprüfen und modernisieren. Aus dem „Lichtbild“ ist so mittlerweile auch im Justizministerium ein „Foto“ geworden. Die Mitarbeiter des Stabes sind allesamt Sprachwissenschaftler – und Juristen. „Für die Akzeptanz ist das unumgänglich“, sagt Andrea-Eva Ewels, Geschäftsführerin der GfdS. Bis Ende dieses Jahres soll eine erste Statistik vorliegen, wie viele der Verbesse-



Hape Kerkeling über die deutsche Sprache

„Wenn ich heute einen DVD-Player anschließen muss, lese ich grundsätzlich nur die italienische Gebrauchsanweisung. Sie ist immer um ein Drittel kürzer als die deutsche und ist gerade deshalb immer unmissverständlich. ... Die italienische Sprache nennt meist zuerst das Ergebnis und beschreibt dann den Weg dorthin. Man könnte es gewissermaßen als eine ergebnisorientierte Sprache bezeichnen. Die deutsche Sprache beschreibt dagegen zuerst den umständlichen Weg, und dann kommt das Ergebnis. Ein ganz lapidares Beispiel: das Wort „Kartoffelsalat“. In letzter Konsequenz ist das ein Salat. Das nennt der Italiener zuerst. Der Weg zum Salat führt über die Kartoffel. Das käme also erst hinterher. Ergebnis: Salatkartoffel, Insalata di patate. Der Deutsche denkt also von hinten her. Italiener denken von vorne. Deutsch klingt technisch, ist aber eine zutiefst romantische Sprache. Genau wird das Deutsche vor allem da, wo andere Sprachen und Völker nicht mehr ganz so genau hinschauen. Beispiele: Die Wörter „Wesen“, „Heimat“, „Gemütlichkeit“, „Heimweh“, „Zwielicht“, „Gestalt“, alles Wörter, die in keiner romanischen Sprache wortwörtlich übersetzt werden können. „Zwielicht“ übersetzt der Italiener mit „Dämmerung“, „Gestalt“ mit „Form“ und „Heimweh“ mit „Nostalgie“. Aber eine zwielich-

tige Gestalt, die Heimweh hat, ist doch etwas ganz anderes als eine dämmrige Figur, die unter Nostalgie leidet. ... Meine These lautet: Wir Deutschen wollen es gerne so genau haben, so perfekt, weil unsere Sprache so unscharf ist. Die Italiener können sich ihr ganzes Chaos erlauben, weil ihre Militärsprache keinen Platz für Missverständnisse lässt.“

Auszug aus der Dankrede von Hape Kerkeling, der 2010 den Medienpreis für Sprachkultur der Gesellschaft für deutsche Sprache erhalten hat.



rungsvorschläge der GfdS übernommen wurden – bisher schätzt Ewels den Anteil auf „35 bis 50 Prozent, was wir gar nicht schlecht finden.“

Neben der Angst des Experten vor dem vermeintlichen Kompetenzverlust ist oft die Zeit ein hemmender Faktor guter Sprache. Denn Botschaften in aller Kürze und Dichte auf den Punkt zu bringen, ist zeitraubend. Das wusste schon Altmeister Goethe, der sich in einem langen Brief mit dem Satz „ich habe leider keine Zeit gehabt, mich kurz zu fassen“ entschuldigt haben soll.

Dass Substanz und Quantität in der Tat nicht zwei Seiten derselben Medaille sind, beweisen viel eindrucksvoller aber folgende Zahlen. Die EU-Verordnung zum Handel mit Robbenerzeugnissen hat 3.026 Wörter, die US-Unabhängigkeitserklärung 1.323 und die Zehn Gebote 68. Das Johannes-Evangelium beginnt mit „Im Anfang war das Wort“ – eindeutig ein Singular.

T₁ G₂ R₁ Ü₁ N₁

O₂

A₁

D₁

C₄

H₂

A₁

N₁

G₂

E₁

O₂

M₃

E₁

B₃

E₁

Z₃

U₁

G₂



Drei Fragen an ...

Andrea-Eva Ewels, Geschäftsführerin der Gesellschaft für deutsche Sprache in Wiesbaden

Bis Herbst vorigen Jahres waren Sie Nachrichtenschreiberin beim ZDF und Unidozent. Sie sind promovierte Sprachwissenschaftlerin und auch Betriebswirtin. Was hat das alles mit der GfdS zu tun?

Die Kombination bringt vielleicht ganz gut zum Ausdruck, was die GfdS mit ihren 20 Mitarbeitern, die fast alle Sprachwissenschaftler sind, auszeichnet: Wir bauen eine Brücke zwischen Sprachwissenschaft und praktischer Anwendung. Wir verstehen uns als Sprachforscher, Sprachbeobachter und Sprachkritiker. Diese Arbeit umfasst auch die Vermittlung dieser Entwicklungen – zum Beispiel durch unsere Sprachberatung für Privatpersonen, Behörden und Unternehmen.

Wenn vom „Verfall der deutschen Sprache“ die Rede ist, werden immer wieder die Anglizismen gescholten. Zu Recht?

Prinzipiell kann man das nicht so sagen. Vielen Mutmaßungen zum Trotz beträgt der Anteil der Anglizismen nur etwa drei Prozent des deutschen Wortschatzes. Sie werden allerdings recht häufig eingesetzt, sodass die Realität und die gefühlte Realität auseinanderklaffen. Anglizismen sind nicht per se des Teufels, es kommt immer darauf an, wie und wo man sie anwendet.

Einige Ihrer Projekte sind vermutlich bekannter als die GfdS selbst – Sie erstellen zum Beispiel die jährlichen Vornamen-Hitlisten und begleiten die Wahl zum Wort des Jahres. Welche Kriterien legen Sie an letzteres an?

Aktualität, Signifikanz, Verbreitung und gerne auch eine sprachliche Besonderheit. Das Wort 2010 bringt das gut zum Ausdruck: „Wutbürger“. Mittlerweile gibt es kaum ein Kabarettprogramm, in dem der „Wutbürger“ nicht auftaucht – und was uns besonders freut: Mit „Gutbürger“ und „Mutbürger“ gibt es bereits eine Reihe von Ableitungen. Aber die Jury hat hart diskutiert: „Stuttgart 21“, die Nummer zwei, ist nur mit hauchdünnem Abstand auf dem zweiten Platz gelandet.