

- 1. „Auf das Wort eines Pfadfinders ist immer Verlass.“ – (Baden-Powell)

Der Verfasser will sich mit der Zitierung in den Kopf- und Fußzeilen nicht „aufs Podest heben“, sondern diese Regeln wieder bekanntmachen – und ...
... will daran gemessen werden!

Ulrich Bonse
Diplomkaufmann

Rennebertstr. 17, 28.11.2006
50939 Köln-Sülz
0221/418046; Fax /7594206
ubonse@web.de; www.ubonse.de
lb\Denglisch\sunsetZugspitze-11.06
(*ruhig mal ansteuern – „Goldkörner“!)

-Ulrich Bonse, Rennebergstr. 17, 50939 Köln-

Herrn Chefredakteur

Jost Springensguth

„Kölnische Rundschau“- Stolkgasse 25-45

>>“Nieder mit Denglisch!“ <<

50667 Köln

Leserbrief zu: „Sunset auf der Zugspitze“ (Reiseseite, KöRu v. 28.11.2006)

Warum kann man nicht einfach „Sonnenuntergang auf der Zugspitze“ sagen? Es hätte durchaus in die 3 zur Verfügung stehenden Zeilen gepasst. Aber nein – auch die Rundschau muss sich wieder das dünne Mäntelchen des durchsichtigen Prestigestrebens umlegen – „*mer sin doch wer – mer künne Englisch!*“ Unsere deutsche Sprache hat die meisten Bedeutungsschattierungen von allen Sprachen und damit die besten Möglichkeiten, sich darin treffend auszudrücken!

Außerdem verstehen die wenigsten Deutschen die englischen Werbesprüche – wie jenen von Douglas: „**Come in and find out!**“ Die Deutschen fassten sich an den Kopf und fragten sich:

„Wie kann ein Geschäft, das verkaufen will, seinen potentiellen Kunden empfehlen, reinzukommen und – womöglich schnellstens – wieder nach draußen zu finden? Denen fehlt doch wohl ´ne Ecke Film! Oder ist etwa wieder so ein übler Trick dahinter, der den Käufern unversehens das Geld aus der Tasche ziehen soll?“

Oder etwa „**Body bag**“, Artikel in einem Ledergeschäft! Soll heißen „am Körper getragene Tasche“ – aber der amerikanische Sprachgebrauch sieht darin „Leichensack“! Oder „**Gift shop**“ – am Flughafen: „Verkaufen sie einem da etwa Nikotin und Coffein in konzentrierter Form? Vielleicht sogar Cannabis?“ Oder „**Spring 2002**“ (Frühlingsreklame an der Fassade von Schuhhaus Kämpgen in Köln an der Schildergasse) – als wir vom Verein Deutsche Sprache die Passanten befragten, sagten die: „Dat weed woll ene Turnschuh- or Trimm-Dich-Reklame sinn ...“. So gibt es Beispiele in Fülle.

Die Muttersprache ist der wichtigste Ausdruck der Kultur eines Volkes! Sprechen Sie also Deutsch – und pfeifen Sie auf Denglisch! Franzosen jedenfalls haben mehr Sinn für ihre kulturelle Eigenart – zuvörderst für ihre Sprache!

Mit freundlichem Gruß
gez Ulrich Bonse