Ulrich Bonse
Diplomkaufmann

Rennebergstr. 17, 26.01.09
50939 Köln-Sülz
Tel. 0221-418046

-Ulrich Bonse, Rennebergstr. 17, 50939 Köln-

Starbuck´s Company Deutschland
Dorotheenstr. 1

45130 Essen

Deutsch statt Denglisch – auch in der Wirtschaft/bei der Produktpalette
(Ihr Produkt-Programm)

Sehr geehrte Damen und Herren,

bin in Köln in Ihrer Filiale auf der Breiten Str. gewesen und habe festgestellt, dass an der Theke dort die Produkte fast alle auf Englisch bezeichnet sind. Muss das sein? Mir scheint, Sie könnten die Absicht verfolgen, Leute, die wahrscheinlich nicht so gut Englisch können (ich selbst brauche mich davon nicht betroffen zu fühlen, obwohl ich auch nicht alle englischen Ausdrücke kannte), vom Besuch Ihrer Lokale auszuschließen.

Also z. B. steht dort eine **Sammlung von etwa 25 Produkten:**

Marble Loaf Cake	Hazelnut Chip Muffin	Chocolate Chip Cookie
Schoko Donut	Lemon Muffin	Rich Chocolate Cookie
Innocent Smoothies	Deluxe Chocolate Chip Muffin	Carrot Cake
Cream Cheese Bagel	Nougat Chocolate Muffin	Chocolate Truffle Cake
Classic Cinnamon Roll	Lemon Loaf Muffin	Raspberry White Cheese Cake
Blueberry Muffin Light	Caramel Brownie	Ham and Cheese Baguette
Wild Blueberry Muffin	New York Cheese Cake	Grilled Vegetable Chiabatta
Hazelnut Chocolate	Classic Donut	Chicken Pesto Focanis

Dann habe ich Ihren **Internet-Auftritt** besucht und dort das gleiche erlebt:

Inspire Me Mug	City Mug	Dann an anderer Stelle:
Coffee Branch Mug	Love Blooms Tumbler	
Delicious Mug	Hugs & Kisses Tumbler	Travel Channel Airports
Logo Mug Cone	Bean Pattern Tumbler	Coming soon
Abbey Mug White	Create Your Own Tumbler	Classic Coffee House
French Press	Logo Tumbler	Mission Statement
Hazelnut Latte Light	Signature Tumbler	Coffee & Farmer Equity Practices
Timer	Networker Tumbler	

- dazwischen irgendwo als „Posten pro memoria“ auch zwei deutsch bezeichnete Produkte!
Diese Art von US-Amerikanern, ihre Sprache fremden Völkern einfach wie selbstverständlich aufzuzwingen, lässt diese unwillkürlich vermuten:

„Die Amis wollen eigentlich nur unser Geld – unsere Kultur, unsere Eigenart, deren vornehmster Ausdruck unsere Sprache ist, gilt ihnen als „pea-nuts“ – sollen wir nicht doch mal überlegen, ob wir mal anderswo unseren Kaffee trinken gehen?“ –

„Peanuts“ – so hat sich sogar ein „linguistic-submissiveness“-höriger deutscher Bankaufsichtsratsvorsitzender vor Jahren einmal auszudrücken beliebt – und ist gerade dabei auf eine Mine getreten (Hilmar Kopper).

Das kritiklose Nachahmen oder „Mitmachen“ US-amerikanischer Finanzusancen hat ganz bestimmt im Weltbankwesen zu der jetzigen Weltfinanzkrise geführt. Dr. Ackermann/Deutsche Bank hat kürzlich gesagt, der Kern des Problems habe in den USA gelegen – wegen der dort herrschenden sorglosen Finanzgesetze – man konnte dort bisher mehrere Häuser bauen – ohne jedes Eigenkapital!

Aber die deutschen Bankvorstände haben eben die USA einfach zu kritiklos nachgeahmt und bei der Entscheidung über eigene Investitionen methodisch keinen Widerstand geleistet. So heißt es dann hinterher: „Mitgefangen – mitgehangen!“ So meinen wir allmählich doch, entschiedenen Widerstand leisten zu sollen, wenn wir auf anderen Gebieten solche amerikanischen Gedankenlosigkeiten mitbekommen.

Der Verein Deutsche Sprache e. V. hat in Deutschland und im Ausland inzwischen etwa 32.000 Mitglieder, die durchaus eifrig sind und schon einiges erreicht haben. So haben wir in Köln z. B. vor einigen Jahren sogar den Zugleiter veranlasst, das Motto der Karnevalssession *„Kölsche un de Kids der Welt fiere Fastelovend“* in „ … ***Pänz der Welt*** …“ umzuändern. „Pänz“ ist ein gewachsenes („uss de Franzosentied“), echt kölsches – und damit deutsches - Wort.

Warum muss denn alles auf „Denglisch“ ausgedrückt werden?

“Walnuss Baguette mit Honigschinken” – das sah ich in Köln an der Breiten Str. als ziemlich einsames Produkt mit deutscher Bezeichnung. Sollte das eine „Schwalbe, die den Sommer macht“, sein? Einige andere, etwas versteckte Produkte sah ich auch mit deutscher Bezeichnung – insgesamt aber macht alles den Eindruck, als wolle Starbuck´s doch in der ganzen Welt nach demselben „Schema F“ verfahren, offenbar „damit der deutsche Kunde, der eine Weltreise macht, auch in Sidney qualitativ genau den gleichen „Caramel Brownie“ bekommt wie in Köln“! Sind wir aber ein Volk von Weltreisenden?

Ich hoffe auf Ihr Verständnis für diese Argumente, sehr geehrte Damen und Herren, so dass Sie doch darüber nachdenken, wie Sie Ihre Produktpalette auf Deutsch ausdrücken können! Wahrscheinlich kommt das auch Ihrem Umsatz zugute! Jedes Volk möchte für seine Kultur – insbesondere seine Sprache - Verständnis erleben!

Freundliche Grüße!

gez. Ulrich Bonse, VDS

S. unten meine Antwort auf die Reaktion von Starbuck´s Deutschland/Thorsten Iding:

Ulrich Bonse
Diplomkaufmann

Rennebergstr. 17, 10.02.09
50939 Köln-Sülz*
0221/418046 (Fax /7594206)
ubonse@web.de; www.ubonse.de*
(*ruhig mal ansteuern – „Goldkörner“!)

-Ulrich Bonse, Rennebergstr. 17, 50939 Köln-

Herrn

Torsten I d i n g

Starbuck´s Coffee Deutschland
Spezial-Kundendienst

„Nicht die gleiche ´Denglisch´-Sauce weltweit!“

Fax 0201-8707 800

45130 Essen

Deutsch statt Denglisch – US-Firmen halten sich nicht daran
(Mein Schreiben vom 26.1., Ihre Antwort v. 30.1.09)

Sehr geehrter Herr I d i n g ,

Sie antworteten, viele der von Ihnen verwandten englischsprachigen Begriffe seien *Teil Ihres weltweiten Servicekonzepts*. Ihre Gäste könnten weltweit *unter dem betreffenden Begriff das gleiche Getränk in der gleichen Größe bestellen.*

Auch solche feststehenden Begriffe wie *„Mission Statement“* oder *„Coffee Master“* sind Ihre Unternehmenssprache, die Sie nicht in die Sprachen der jeweiligen Länder anpassen.

Sie hoffen, dass ich bei einem zukünftigen Besuch und daraus folgender Unzufriedenheit Ihnen mein *„Feedback“* mitteilen würde.

Ich schließe aus dieser Antwort, dass Starbuck´s von vornherein beschlossen hat, alle gefühlsduseligen Anpassungsgedanken souverän von sich zu weisen und vor allem eines im Sinn zu haben: „Make money“ und „salve lucrum“ (freudiger Gruß an den Gewinn!), wie es die grundsätzlich imperialistisch vorgehenden alten Römer taten. Und die Völker, die Starbuck´s erleben, haben – „Vogel friss oder stirb!“ – sich mit dieser Einstellung einfach abzufinden!
Wie kann man sich denn auch gegen "englische Soße überall“ wehren wollen! Wir sind eben die „Weltweiten“ – wer davon nicht berauscht sein will, soll es eben bleiben lassen! - 2 -

Wir Deutschen haben aber etwas gegen die ´Denglisch´-Überflutung, die, wie Sie überzeugend dartun, vortrefflich Ihrem Firmenegoismus entgegenkommt. Alles weltweit gleich! **„We earn money – success - worldwide!“**

Hierzu noch eine Kostprobe aus der deutschen Literatur, die zeigt, dass **„weltweite Einerleiheit“** eben doch nicht das Wahre ist – und dass sich die Völker, die Sinn für die eigenen Werte bewahrt haben, zu denen vor allem die eigene Sprache gehört, durchaus gegen eine solche Einstellung wehren sollen („Dreizehnlinden“ von Friedrich Wilhelm Weber, Prolog):

...„Lass das Klimpern, lass das Leiern,
o es schafft dir wenig Holdes,
Bess´res Klingen, bestes Klingen
scheint das Klingen mir des Goldes….

Denn das große Ziel der großen
Zukunft ist die Einerleiheit,
Schrankenloseste Bewegung
ist die wahre Völkerfreiheit.

Alter Uhu, gelber Neidhart,
mag´s dich ärgern und verdrießen,
dennoch grünt ein reicher Garten,
wo der Menschheit Rosen sprießen:…

Und die Nachtigall im Busen,
sie wird jubeln, sie wird klagen,
jeden Lenz, solang´ auf Erden
Rosen glüh´n und Herzen schlagen!“

Diese Dinge sollte Starbuck´s Deutschland ruhig noch einmal überlegen, wenn die Firma weiter in Deutschland verkauft!

Mit freundlichem Gruß

gez. Ulrich Bonse

PS: Wir haben nichts dagegen, weiterhin das „Volk der Dichter und Denker“ zu bleiben! UB