

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

Der Verfasser möchte sich mit den Kopf- und Fußzeilen nicht „aufs Podest heben“, sondern diese Regeln sollen wieder bekannt werden, und er will daran gemessen werden!

Ulrich Bonse
Diplomkaufmann

Rennebergstr. 17, 14.09.06
50939 Köln-Sülz*
0221/418046 (Fax /7594206)
ubonse@web.de; www.ubonse.de*
lb\Bi\Deutschnicht Denglisch-9.06
(*ruhig mal ansteuern – „Goldkörner“!)

-Ulrich Bonse, Rennebergstr. 17, 50939 Köln-
Herrn Chefredakteur

Jost Springensguth
„Kölnische Rundschau“
Stolkgasse 25-45
50667 Köln

„Allergisch gegen Denglisch!“

Leserbrief "**We energize your business**" - KölnMesse-Werbespruch (8.8.06 KöRu)

Der „denglische“ Werbespruch „We energize your business“, mag er auch noch so „weltoffen“ und „aufgeschlossen“ gemeint sein, berücksichtigt nicht die inzwischen etwas andere Bewusstseinslage des deutschen Volkes. Bei der Weltmeisterschaft und auch schon beim WJT hat man gesehen, dass jede Nation ohne irgendwelche Bedenken mit eigener Fahne und auch den entsprechenden Trikots anmarschierte, um zu zeigen, dass man sich in seiner Nation zu Hause fühle. Egal, ob da noch Hunger und Elend herrsche.

Die Deutschen haben doch allmählich gesehen, dass wir eine (respektable) Nation sind - wir waren gute, freundliche Gastgeber und haben es keineswegs nötig, mit einem Ausdruck auf Nation und Sprache herabzusehen, der bedeuten könnte: *"Entschuldigt bitte, dass ich als Deutscher geboren bin - aber wenigstens drücke ich mich doch auf Englisch aus!"*

Das würde auch von den Ausländern als „**unterwürfiges Selbstgefühl**“ angesehen und jedenfalls nicht respektiert. Viele sagen sogar, dass Deutschland seine Nation als Heimat wiederentdeckt habe - aufgrund der beiden Großereignisse. Man möchte sich, vor allem angesichts der nicht mehr zu stoppenden "Globalisierung", irgendwo in dem ganzen Getriebe "zu Hause fühlen", nämlich in Deutschland.- die ist da, wo man sich nicht zu erklären braucht – vor allem wegen seiner Sprache.

Dieser Werbespruch der Kölnmesse wirkt auf mich wie die „liegende Schrift“, die wir in einer Graphologie-Übung, die ich in München mitgemacht habe, einmal vorgeführt bekamen: Der Dozent sagte, das sei die typische Schrift eines sich anbietenden, umsatzgierigen, schleimigen "Koofmichs". Wenn man weiß, dass Engländer die den Deutschen zugeschriebene Haltung des unterwürfigen, übertriebenen, auch noch mit „Denglisch“ abgetönten Entgegenkommens als „linguistic submissiveness“ einstufen, dann sollte man doch, vor allem angesichts der in Deutschland inzwischen gewandelten Bewusstseinslage, allmählich solche Übertreibungen meiden - sie erzeugen nicht Wohlwollen, sondern Kopfschütteln - und steigern jedenfalls nicht den Umsatz.

Die KölnMesse sollte diese Gedanken neu in die Diskussion einzuführen, um den Spruch dann zu ändern. Zumindest ist er nicht mehr aktuell. Der Deutsche vermerkt zunehmend mit Unwillen, wenn man ihn mit "Denglisch" erreichen will (merke: Wir vom VDS haben unsere Mitgliederzahl im Bundesgebiet in einem Jahr um 15% auf 27.000 gesteigert). Auch die Ausländer wollen zuerst Originalität (Charakter! Seriosität!) ihres Partners sehen, danach natürlich auch Geschäfte machen.

Freundliche Grüße
Ulrich Bonse

- „10. Der Pfadfinder ist rein in Gedanken, Worten und Werken.“ -