

Neusprech ist in

*Ein Redner steht auf dem Podest
Freut sich, dass man ihn reden lässt
Er fühlt dabei sich zwar ganz wohl
Doch was er sagt, das klingt recht hohl
Er produziert verbale Pest*

Die Themen des Kapitels

Warum einfache Sprache so verpönt ist
Lächerlichkeit durch Worthülsen und Slogans
Anglizismen kontra Verständlichkeit

2.1 Also sprach der Guru

Viele Redner haben etwas verlernt, falls sie es je beherrschten: einfach und verständlich zu reden. Seien es Politiker vor ihrer Zielgruppe, den unwissenden Wählern, seien es Marketinggurus vor andächtig Lauschenden oder seien es ganz einfach nur Chefs, die ihren Mitarbeitern eine frohe Botschaft verkünden. Verliebt in selbst gebaute Wortungetüme, endlose Schachtelsätze, bei denen am Schluss oft der Bezug zum Beginn fehlt – es ist eine Modekrankheit, Einfaches kompliziert auszudrücken. Wer ohne einen elaborierten, einen differenziert ausgebildeten Sprachschatz auftritt, der befürchtet oft, laienhaft zu wirken. Ein Beispiel lieferte der Vorstand eines Medienunternehmens, der seinen Mitarbeitern die neue Zeit ankündigte und dabei bestimmt fest davon überzeugt war, die richtigen Worte gewählt zu haben: „Dafür haben wir jetzt für den Bereich Verlage, Vermarktung und Vertrieb ein sehr komplexes Change-Programm angeschoben, dem wir die Überschrift ‚Concentrate –

Integrate – Innovate’ gegeben haben. Wichtigstes Ziel dieses Change-Programms ist es, den nationalen Verlagsbereich sicher durch die Rezession zu führen und ihn dabei trotz der dramatischen Erlöskrise konsequent auf eine konvergente Zukunft auszurichten.“ Wem da nicht vor Ehrfurcht die Gesichtszüge versteinerten, der hatte wohl kein Gefühl für sprachliche Feinheiten.

Aber unser Vorsteher war noch nicht am Ende. Er erklärte nun, was er eigentlich meinte: „Concentrate: Das Programm zielt auf Steigerung der Effizienz unseres Arbeitens und auf die klare Konzentration auf gesunde und zukunftssträchtige Geschäftsfelder und Objekte.“ Aha, das klingt irgendwie logisch, oder? Aber da fehlten ja noch zwei Zauberworte: „Integrate: Das Programm arbeitet darauf hin, unseren Verlag zu einer kompakteren Einheit zu integrieren, in der die zentralen Assets – Inhalt und Marken – ihre Stärken technologieunabhängig entfalten können.“ Nun, das versteht doch wohl jeder. „Innovate: Das Programm muss die strukturellen Voraussetzungen dafür schaffen, dass der Verlag die Verluste im Kerngeschäft durch neue Erlösquellen kompensieren kann – zumindest partiell.“

Klarer geht es wohl nicht mehr. Der Redner hat zwar informiert, Information ist aber nur, was verstanden wird.

Um das Publikum nun endgültig zu motivieren, kam noch ein Klassiker hinzu. „Das schaffen wir aber nur als Mannschaft, nur gemeinsam. Deshalb zähle ich im Change-Prozess auf Sie und baue auf eine starke Mannschaftsleistung.“ Ein bisschen widersprüchlich klang das schon im Kontext zu dem Teil der Ansprache, der echte Änderungen ankündigte: „Wir werden uns von Produkten verabschieden müssen, wir werden uns aber auch von Mitarbeitern, von Kollegen verabschieden müssen.“

Die Rede war nicht nur sprachtechnisch ein Flop, sondern auch inhaltlich keine Glanzleistung. Da wird einerseits an eine „starke Mannschaftsleistung“ appelliert und andererseits werden Entlassungen angedroht. Wer baut schon gerne an der Arche Noah mit, wenn er dann nicht mitfahren darf? Ein Kommentar in einer Wirtschaftszeitung: „Bullshit-Bingo vom Allerfeinsten.“ (Mehr über das Bullshit-Bingo im nächsten Kapitel.)

Warum einfach, wenn es auch kompliziert geht? Ein Musterbeispiel für gewundene, komplizierte, verwirrende, diplomatisch klingende, aber nichtssagende Sätze ist der folgende Dialog zwischen Vater und Sohn anlässlich der Zeugnisausgabe:

„Papa, unser Lehrer hat mir heute zu verstehen gegeben, dass er nicht ausschließen will, dass ich das angestrebte Klassenziel unter den derzeit gegebenen Umständen möglicherweise nicht voll erreichen könnte. Er hat dabei angedeutet, dass dieses besonders im fremdsprachigen Bereich auch durch einen Mangel an gezielten Maßnahmen meinerseits verstärkt worden sei. Außerdem hat er

durchblicken lassen, auch andere Lehrer hätten ihm signalisiert, meine verbale Beteiligung sei noch außerordentlich ausbaufähig.“

Der einigermaßen erschütterte Vater verlor schnell die sonst übliche Zurückhaltung. „Soll das heißen, dass du sitzen bleibst, weil du in Englisch und Latein nichts getan hast und dich insgesamt zu wenig am Unterricht beteiligst?“

„Diese Formulierung, Papa, ist sicher überspitzt. Ich würde meinen, dass die auf uns zukommenden Probleme auch durch eine sehr undifferenzierte Analyse meiner Zurückhaltung seitens der mich unterrichtenden Lehrer zu erklären ist. Natürlich übersehe ich dabei nicht, dass mir unreflektiertes Auswendiglernen von fremdsprachigen Wörtern, die völlig beziehungslos nebeneinander stehen, nicht eben liegt.“

„Du hast also keine Vokabeln gelernt?“

„Ich bin der Auffassung, dass man mit dieser sehr pauschalen Fragestellung dem doch sehr komplexen Problem kaum gerecht wird. Diese Ansicht wird übrigens von allen meinen Freunden geteilt. Wir sind auch der Meinung, dass die anstehende Problematik nicht durch unglaubliches Moralisieren oder gar Drohen gelöst werden kann. Dagegen versprechen wir uns eine motivationsfördernde Wirkung von finanziellen Anreizen, die natürlich nur langsam greifen würden. Wir überschätzen die bildungspolitischen Auswirkungen solcher finanziellen Stimulanzien durchaus nicht, sehen zum gegenwärtigen Zeitpunkt aber keine praktikableren Möglichkeiten.“

„Du möchtest also nicht nur deine Ruhe, sondern auch noch eine Erhöhung des Taschengeldes?“

Es ist zu vermuten, dass der Sohn irgendwann in der Politik landet, die verbalen Voraussetzungen sind bereits vorhanden.

2.2 Inhaltliche Leere muss gefüllt werden

Es sind aber nicht nur die abgehobenen, verschachtelten Satzungenetze, die das Verständnis erschweren, sondern auch die vermeintlichen „Fachbegriffe“, mit denen Redner ihr Publikum zu blenden versuchen. Je mehr beeindruckende Schlagworte in die Runde geworfen werden, umso faszinierter ist die Zuhörerschaft: „Boah, der kennt sich aber aus.“ Wenn man die Aufnahmebereitschaft und Intelligenz seines Publikums einmal testen möchte: Hier ist das „automatische Schnellformuliersystem“ von Philip Broughton. Broughton, ein Beamter im US-Gesundheitsdienst, entwickelte das aus einer Liste von 30 Schlüsselwörtern bestehende „System“.

Um dem naiven Publikum zu imponieren, sucht man eine beliebige dreistellige Zahlenkombination aus – und gibt dann den pseudowissenschaftlich klingenden

Superbegriff mit ernster Miene von sich. Das klingt nach Autorität und enormem Fachwissen.

Spalte 1	Spalte 2	Spalte 3
0. konzentrierte	0. Führungs-	0. -struktur
1. integrierte	1. Organisations-	1. -flexibilität
2. permanente	2. Identifikations-	2. -ebene
3. systematisierte	3. Drittgenerations-	3. -tendenz
4. progressive	4. Koalitions-	4. -programmierung
5. funktionelle	5. Fluktuations-	5. -konzeption
6. orientierte	6. Übergangs-	6. -phase
7. synchrone	7. Wachstums-	7. -potenz
8. qualifizierte	8. Aktions-	8. -problematik
9. ambivalente	9. Interpretations-	9. -kontingenz

So ergibt zum Beispiel die Zahl 123 die „integrierte Identifikations-Tendenz“. Keiner weiß zwar, wovon Sie reden, aber niemand wird wagen, es zuzugeben. Ihr Status als kompetenter Fachmann (oder Fachfrau) wirkt auf jeden Fall beeindruckend. Sollte es im Publikum aber tatsächlich jemanden geben, der sich nicht scheut, den Sinn Ihrer Begriffe zu hinterfragen (auch solche Leute gibt es tatsächlich), dann sollten Sie eine für jeden verständliche Erklärung parat haben.

Eine andere Methode, verblüffende imponierende Begriffe zu produzieren, ist die Phrasen-Dreschmaschine von Klaus Birkenhauer. Sie sieht aus wie eine Parkscheibe, allerdings mit drei Scheiben, die auf der Vorder- und Rückseite mit jeweils 15 eigentlich unverfänglichen Wörtern bedruckt sind. Die Mischung der Begriffe ergibt die (humoristische) Wirkung. Von der „grenzüberschreitenden Individualverkehrs-Gerechtigkeit“ über die „plebiszitäre Organisations-Sabotage“ bis hin zur „unausgegorenen Motivations-Verweigerung“ sind jede Menge Kombinationen möglich. Auch hier wird Ihnen das Publikum fasziniert zuhören.

Einen Beitrag zur Pflege der Sprachkultur kann übrigens jeder leisten, der die Wortwahl in seinem Umfeld (einschließlich der eigenen Worte) genauer betrachtet. Zum Beispiel mit dem Bullshit-Bingo. Nun ist jedes dieser Worte aus der folgenden Tabelle „nichts Schlimmes“. Wenn jedoch ein Redner eine gewisse Anzahl erreicht hat, dann sollten Sie stutzig werden. Wie funktioniert das Bullshit-Bingo?

Jedes Mal, wenn Sie das entsprechende Wort während einer Besprechung, eines Seminars oder einer Konferenz hören, kreuzen Sie das zugehörige Kästchen an.

Synergie	Commitment	E-Mail	Corporate Identity	Audit
Kompetenz	Critical	Team	Management	Benchmark
Milestone	Visionen	Global Player	Risikoanalyse	ToDo-List
Themenspeicher	Globalisierung	Brainstorming	Report	Fokussieren
Eigendynamik	SAP	Destination	Step	Problematik

Quelle: www.humor.ch

Wenn Sie horizontal, vertikal oder diagonal fünf Kästchen in einer Reihe haben, stehen Sie auf und rufen laut: „BULLSHIT!“ Es mag am Anfang ein paar Sympathiepunkte kosten, aber der Mahnruf wird die Sprachkultur nachhaltig verbessern.

Und wie im Märchen „Des Kaisers neue Kleider“ stellt man fest, dass der „Kaiser des Wortes“ sich mit nichts umhüllte – außer mit leeren, durchschaubaren Floskeln.

2.3 Englisch für everybody

Nun wird es aber immer wieder Menschen geben, die davon überzeugt sind, ohne einen Hauch von Internationalität nicht genügend Beachtung zu finden. Deshalb umgeben sie sich gerne mit Begriffen, die aus der Werbung und dem Showbusiness stammen – Hauptsache, es klingt nicht Deutsch.

Paul S. ist einer dieser Menschen, denen die „Normalsprache“ abhandengekommen ist. Er ist Key-Account-Manager bei einem Global Player im Fashion-Bereich. Er plant gerade einen Event, bei dem die Performance der Customer Relationship improved werden soll. Seine PowerPoint-Presentation hat er bereits upgedated, die aktuellen Files aus dem Department Procurement downgeloaded und beim Printshop die neuen Flyer und Handouts geordert. Das Target der Show: den Benefit für Shareholder und Stakeholder zu highlighten, den Relaunch der letzten Product Range zu promoten sowie die Opportunities und Skills der Company den Endusern zu präsentieren. Er will über die geplanten Roll-out-Phasen sowie über die aktuellen Outtasking-Verträge berichten sowie über die Challenge, die durch eine neue Competition entstanden ist. Er wird kurz auf das neue Forecast-Programm eingehen, invented von einem Freelancer, mit dem der estimated Added Value genauer kalkuliert werden kann. So lassen sich Bottlenecks eher vorhersehen. Als Location hat er ein Wellness-Hotel im City-Bereich ausgesucht. Im Briefing beschloss er mit seinen Kollegen, dass es einen Brunch gibt und als Teaser erhält jeder Visitor ein kleines Give-away. Vom Human Resource Department wurden ihm noch zwei Bachelor-Studenten, echte High Potentials, zur Verfügung gestellt, denen er allerdings noch den Dresscode beim Event erklären musste, damit sie nicht over- oder underdressed erscheinen. Die Roadmap für den Event steht und über das Wording bei Fragen aus der Audience herrscht auch Klarheit. Das Ganze soll ein Kick-off für die neue Company-Philosophie werden, zumal das Board of Directors ein Going Public avisiert.

Auf dem Weg nach Hause hält Paul noch im Drugstore und shopped dort für seine Partnerin eine Packung Antiaging-Creme. Auf dem Dashboard in seinem SUV flashed das Control Light, er stoppt also schnell an der Gas Station für einen Refill. An seinem PC at home aktualisiert er dann noch sein Asset-Management, bevor er seine Chill-Out-Phase beginnt. Er zapped mit der Remote Control dank moderner Technologie während der Prime Time durch die verschiedenen Channels und bleibt dann bei einer Soap Opera hängen. Er genießt nun das Cocooning, bevor es am nächsten Tag wieder Stress und Business as usual gibt.

Menschen wie Paul können sich nie sicher sein, ob jeder mit ihrer Sprachwelt klar kommt. Die typischen Beispiele für „Zweischprachigkeit“, die nur von einer Seite verstanden wird, liefert regelmäßig die Werbewelt. So kam der Slogan eines Telekommunikationsunternehmens „Make the most of now“ bei einigen an als die

Aufforderung „Mach Most draus“ und der Slogan einer Drogeriekette „Come in and find out“ wurde wörtlich übersetzt „Komm rein und sieh zu, wie du wieder rauskommst“. Krampfhaftige Versuche der Marketingakrobaten, international und weltoffen zu wirken, führen zu unfreiwilligen kabarettreifen Formulierungen. „Feel the drive“ – so machte ein Hersteller auf sein Produkt aufmerksam, eine Standheizung. „Wärm dich auf“ hätte da wohl eher gepasst.

Aber selbst wenn wir strikt bei der deutschen Sprache bleiben gibt es auch hier Möglichkeiten, sprachlich „hervorragend“ zu sein, nämlich bei der weiblichen Anrede. Politiker nutzen gerne die Ansprache an die „Wähler und Wählerinnen“, „Parteifreunde und Parteifreundinnen“. So kann man geschickt die Redezeit mit Leerformen füllen. Da gibt es die Christen und Christinnen, die Partner und Partnerinnen, die Emigranten und Emigrantinnen, die Soldaten und Soldatinnen – es fehlen nur noch die Deutschen und Deutschinnen. Allerdings wird wohl keiner seine Hausärztin mit Frau Doktorin anreden wollen. Und irgendwann wird der Feminismuswahn noch zum Eröffnungssatz „Liebe Anwesende und Anwesendinnen“ führen, denn Sprache lebt ja bekanntlich.

Dabei wäre das Thema ganz einfach dank des „generischen Maskulinums“. Der Begriff geht davon aus, dass bei Personenbezeichnungen, vor allem bei Berufsbezeichnungen und Hauptworten, die den Träger eines Geschehens bezeichnen, die männliche Form auch weibliche Personen einbezieht. Zum Beispiel beim unbekannten „Spender“, der (die) durchaus auch eine unbekannte Spenderin sein kann. Dass die Trennung in männliche und weibliche Form nicht unbedingt zur Klarheit führt, zeigt eine Statistik. In Afrika gibt es 10.000 Löwen und 5.000 Löwinnen. Wie viele Löwen gibt es dort also insgesamt? Zuviel „Sprachgerechtigkeit“ kann also zur Verwirrung führen.

Fazit

Sie werden als glaubwürdige Person, oder sogar Persönlichkeit, wahrgenommen und in Erinnerung bleiben, wenn Sie auf unnötige Schlagworte und Anglizismen verzichten. Eine klare, eindeutige Ausdrucksweise zeugt von Selbstvertrauen. Der Sprachwissenschaftler Walter Krämer stellte fest, dass die renommiertesten Experten häufig das beste Deutsch sprechen. Wer brillant ist in seinem Fach, der kleidet komplizierte Zusammenhänge in einfache prägnante Worte. Wer viel zu sagen hat, der braucht wenig Worte. Wer sich Reden des jüngeren Helmut Schmidt im Bundestag anhört, der spürt förmlich den Unterschied zwischen einer Rede und Geschwafel. Der Stern-Gründer Henri Nannen brachte das Thema auf den Punkt mit dem Stichwort „Küchenzuruf“. Die Botschaft soll so knapp und einprägsam formuliert sein, dass man sie ohne weiteres dem Partner in der Küche zurufen kann. Er bezog sich als Journalist dabei zwar auf das geschriebene Wort, den „Küchenzuruf“ sollte man aber auch im Gespräch einsetzen.

Selber denken kostet nichts

Wie Sie leere Parolen entlarven und lernen, sich selbst
zu vertrauen

Goldfuß, J.W.

2013, XV, 115 S. 1 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00846-8