

Bayern & Region

„BE HARD, DRINK SOFT“

Die Denglisch-Plage

Denglisch ist in der Behördensprache schier unausrottbar. Um es in Stoiber-Deutsch zu sagen: Es clustert fröhlich vor sich hin. Wenigstens bei einer englisch-sprachigen Kampagne hat das Gesundheitsministerium jetzt ein Einsehen.

VON DIRK WALTER

München – Als er von „Be hard, drink soft“ hörte, riss Franz Aschenbrenner aus Cham der Geduldsfaden. Er ist Mitglied im Verein Deutsche Sprache. „Hält Ihr Ministerium die deutsche Sprache für nicht tauglich, das Anliegen des Bayerischen Gesundheitsministeriums auf Deutsch auszudrücken?“, pflaumte er Minister Markus Söder an. Und: „Könnte es sein, dass es den Entwicklern der Aktion an hinreichender Ausdrucksfähigkeit in der deutschen Sprache mangelt, so dass sie auf Englisch ausweichen?“

Kein Einzelfall: Englisch feiert in Behörden fröhliche Urständ – allen Ermahnungen zum Trotz. „BSE“ – „Bad Simple English“ nennt Sepp Obermeier vom Förderverein Bairische Sprache und Dialekte diese „Unsitte“, mit der sich vor allem Ministeriumsbeamte offenbar bei Jugendlichen anbieten wollen. In Obermeiers Archiv finden sich etliche Beispiele dieses „chronischen Denglisch-Fiebers“.

Unvergessen zum Beispiel, dass der einstige Bundeskanzler-Kandidat Edmund Stoiber sein Wahlkampf-Team als „Headquarter“ titulierte – erst nach Protesten wurde daraus ein „Team 40 Plus“. Überhaupt Stoiber: Cluster, Benchmarking, Knowhow waren seine Lieblingsworte. Auch die damalige CSU-Generalsekretärin



Frei übersetzt nicht sanft, sondern hart: jugendliche Alkoholkonsumenten.

FOTO: DDP

Christine Haderthauer geriet sich vor der Landtagswahl 2008 modern – „meet und greet“ hieß eine ihrer Wahlveranstaltungen. Die Junge Union gewann 2008 sogar einen Preis als „Sprachverhunzer“ – für den Wahlslogan

„History award“ aufrief, steht freilich wenig dahinter zurück. Nicht, dass es keine Warnungen gegeben hätte. 2004 winkte der Landtag einen Antrag der CSU zur „Vermeidung fremdsprachlicher Begriffe“ einstimmig durch – die Staatsregierung wurde aufgefordert, in allen „Verlautbarungen, Vorschriften und Schreiben“ fremdsprachliche

Begriffe „auf ein Mindestmaß“ zu beschränken. Doch die Drucksache 15/1046, so scheint's, ist längst vergessen.

Wenigstens Söder hat ein Einsehen: Er habe veranlasst, dass „Be hard, drink soft“ bei „der anstehenden Aktualisierung einen deutschen Titel erhalten wird“, teilte er Aschenbrenner jetzt mit. Wer weiß – vielleicht wird's sogar ein bairischer Kampagnentitel? Sprachschützer Obermeier würde es freuen, denn er hat sogar die Trendsportart Canyoning eingebairisch: Schluchtln heißt das bei ihm.

Für „Kick it like Beckstein“ gab's einen Preis als Sprachverhunzer

„Kick it like Beckstein“. Die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Sabine Bätzing (SPD), schoss mit ihrer Anti-Trink-Kampagne „Don't drink too much – stay gold“ sogar ein Eigentor. Schließlich gibt es „Becks Gold“ – ein gerade bei Jugendlichen sehr beliebter Stoff. Ob nun „fit for work“, der „Girls' Day“, der „Equal pay day“ oder das Projekt „getAzubi“, das bayeri-

sche Sozialministerium scheint bei der Erfindung englisch-sprachiger Kampagnen führend zu sein. Das Kultusministerium, das 2008 für Schülerwettbewerbe wie „Earsinn – Ohren auf und durch“ warb und zu einem

„Liebe Leser, haben Sie einen Alternativvorschlag zu „Be hard, drink soft“? Bitte schreiben Sie uns: Münchner Merkur, Bayern-Teil, Paul-Heyse-Str. 2-4, 80336 München, oder: bayern@merkur-online.de