

Sprache 3.0

Manche sprechen deutsch, denglisch oder marketing

Die Grenze zwischen Kunst und Kitsch – in der Malerei ist sie kaum auszuloten. Wann wird Gesang Geschrei? Manchmal (vor allem bei Bands extremer Stilrichtungen) ist der Unterschied nur eine Winzigkeit. Wann aber Sprache Müll wird, lässt sich gut nachvollziehen: an den Türen und Tasten vieler Marketing-, PR- und so mancher Werbe-Abteilung oder -Agentur. Vor allem aber in den Hirnen derjenigen, die glauben, substanzielle und sinngebende Inhalte seien durch beliebige Metaphern zu ersetzen. Bei aller Präferenz für eine lebendige, mutationsreiche Sprache mit (persönlich praktizierten) kreativen Wort-Erfindungen und pirouettenhaften Formulierungen: wenn die Lust und fröhliche Laune an differenzierenden Begriffen ins würgende Erbrechen phrasierender Anglizismen umschlägt, dann wird's peinlich. Dann schmerzt es beim Lesen.

Aus dem digitalen Eingangskorb der Redaktion, Originaltext: „(Auf der remix09 ... am 12./13.6. 2009 in Hamburg ...) Dabei soll vor allem ein *professioneller und persönlicher interdisziplinärer Austausch* zwischen Mitarbeitern aus dem klassischen *Marketing-Umfeld* mit *Web 2.0-Aktivist* stattfinden. *Feste Kongerenzelemente verbinden sich* bei der Veranstaltung mit *adhoc-Strukturen von BarCamps und Open Space*. Auf der remix09 *mischen sich Unternehmerinnen und Unternehmer, Vorstände, Freelancer und Angestellte, von U-30 bis Ü-60* eine breite Wissens- und Erfahrungsbasis aus klassischem Marketing und Web 2.0 – ganz ohne *Peergroups, Selbstreferenzialität und Tunnelblick*. ... Die Remix09 unterstützt mit einem festen Workshop zudem das Hamburger Sozialprojekt ... in welchem sich *interessierte Teilnehmer kreativ mit ihrer eigenen Person einbringen können*. ... welche mit ihrem *klassischen Ambiente einen passenden Kontrast zu den aktuellen Themen* der remix09 bilden. ... Veranstalter & Pressekontakt: werbeblogger & friends ... eine der führenden verlagsunabhängigen Online-Fachpublikationen für die *Kommunikationswirtschaft* im Deutschen Sprachraum. Mit einem festen Redaktionsteam begleitet werbeblogger.de täglich kritisch und *meinungsgeprägt das Branchengeschehen*.“

Arg geschüttelt, nicht gerührt

Solche Arten von Meldungen gibt es täglich. Insofern steht die zitierte eigentlich nur für ein ganzes Genre. „Shake, rattle and roll“ rockte einst die Legende Bill Haley generations-prototypisch und alle Teenager zuckten seinerzeit im Stakkato des suggestiven Beats. Es traf den Nerv der Zeit. Ob solche Sprache, wie Lesern in der PR-Meldung zugemutet, auch auf aktuellen Bedarf nach authentischer Identität trifft, bezweifle ich stark. Will sagen: kann gut sein, dass so etwas selbst die Abgefücktesten nervt; mich jedenfalls shaket und rattelt und rollt solch ein PRMarketing-Geschwafel.

Denn was wollte uns die Dichterin, der Dichter mit dem Presstext sagen, wort-wörtlich genommen?

- ▶ „professioneller und persönlicher interdisziplinärer Austausch“ = alle reden durcheinander, jeder hält sich für besonders wichtig, keiner hat vom jeweils anderen (und dessen Job) eine Ahnung.
- ▶ „Marketing-Umfeld“ = man redet am Thema vorbei.
- ▶ „Web 2.0-Aktivisten“ = Fanatiker, denen es nur ums Prinzip geht (vulgo: Fachidioten).
- ▶ „Feste Kongerenzelemente ... mit adhoc-Strukturen von BarCamps und Open Space“ = die an Dreistigkeit nicht zu überbietende Aufforderung, Leute, scheißt auf das Gequatsche im Saal, sauft Euch stattdessen einen und setzt Euch in den Park zum Qualmen. Macht Euch einen schönen Tag!
- ▶ „mischen sich Unternehmerinnen und Unternehmer“ = wir nannten das früher „Rudelbums“.
- ▶ „von U-30 bis Ü-60“ = mathematisch-logisch sind das „alle“, warum also nicht „alle“ sagen??? Es sei denn, man will sagen: „Es dürfen auch junge Menschen mitmachen und mitreden. Und die Alten werden gnädigerweise akzeptiert.“
- ▶ „Peergroups“ = die, die immer zusammenhocken (und sich einen saufen), Cliques, Grüppchen, neudenglisch: communication-cluster.
- ▶ „Selbstreferenzialität“ = eitler Pfau, egoistischer Dummschwätzer, Meinungs-Narziss; oder auf volks-deutsch: der ekelhafte Immer-recht-haber (Selbstreferenz: „Ich hab’ doch schon immer gesagt, ...“)
- ▶ „Tunnelblick“ = Zustand fortgeschrittener Trunkenheit oder mentale Blödeheit (kommt aufs gleiche raus).
- ▶ „interessierte Teilnehmer kreativ mit ihrer eigenen Person einbringen“ = mach, was du willst, vor allem unausgegoren, aber lass’ andere damit in Ruhe. Überhaupt: Ich liebe das Wort „einbringen“, weil ich seit jeher wirtschaftlicher Ausbringung (offizielle Vokabel!) verpflichtet bin.
- ▶ „klassischen Ambiente ... passenden Kontrast zu den aktuellen Themen“ = Gelaber, das heute (noch) keiner versteht, in einer „location“, die Schrott von gestern ist.
- ▶ „Kommunikationswirtschaft“ = Eckkneipe mit Tresen und Stammtisch, an denen permanent geschwätzt wird.
- ▶ „meinungsgeprägt“ = voll von Vorurteilen.

▶ **Merke: versende nie eine PR-Meldung, die Du nicht selbst dummgeschwätzt hast.**