

26. 11. 1915

Nochmals: der Schuhmann als Sprachreiner

Man wird sich noch der Zeitungsnotiz erinnern, die von einer Versammlung der Reklame-Fachmänner berichtete. Es sollen dort von den verschiedensten Seiten — sogar von einem Vertreter des Deutschen Sprachvereins — Bedenken gegen die Absichten der Polizei geäußert worden sein, zangsweise eine Abänderung der Fremdwörter auf Firmen- und Reklameschildern herbeizuführen. Das ganz hübsche Schlagwort vom „Schuhmann als Sprachreiner“ fiel. Nun hat ja das Polizeipräsidium inzwischen geäußert, es werde mit „tunlichster“ Milde verfahren und auf wirtschaftliche Bedingungen weiteste Rücksicht nehmen. Die Geschäftsleute, die schon fürchteten, sie müßten nun für teures Geld und unter sonstigen Mühen (denn Arbeitskräfte sind selten) sich neue Schilder anschaffen, werden sich ja fürs erste bedeutend erleichtert fühlen. Es ist aber sehr zu bezweifeln, ob sie nach dem Kriege, wenn die Polizei sie nicht ohne weiteres mehr dazu zwingen kann, ihre Schilder ändern werden. Denn Geschäft ist Geschäft. Somit wäre im Grunde die ganze „Aktion“ ins Wasser gefallen.

Und das ist vielleicht gut so. Die Aeußerung des Herrn vom Sprachverein auf jener Versammlung zeigt ja, wie das angekündigte Vorgehen der Polizei gerade bei denen, die sich von jeher für die Sache eingesetzt hatten, ein gewisses Unbehagen erzeugt hat. Reinheit der Sprache ist eine Sache des Denkens und Fühlens. Niemand ist nun mehr von der Notwendigkeit der Polizei und ihres Wirkens überzeugt als ich: aber von Angelegenheiten geistiger und gefühlsmäßiger Natur, bei denen soviel Unwägbares mitspricht, soll sie sich „tun-

lichst“ fernhalten. Denn das „leise Unbehagen“, von dem wir vorher sprachen, das ihre Tätigkeit bei ruhigen und einsichtsvollen Leuten manchmal zu weichen imstande ist, steigert sich bei cholertischen und grundsätzlich „oppositionellen“ Temperamenten zu einer Siedehitze, deren äußerste Erscheinungsform jene Krankheit ist, die man als „chronischen Blaukoller“ zu bezeichnen pflegte. Von dieser Krankheit sind auch jetzt — trotz des Krieges — zahlreiche Zeitgenossen nicht völlig genesen. Es steht zu erwarten, daß diese Elemente der Sache der Sprachreinigung einen höchst bemerkenswerten Widerstand leisten werden, sowie sie etwas von polizeilichem Zwang dahinter wittern. Es mögen sonst Leute sein, die vernünftig genug sind, die übermäßige Fremdwörterei für unnütz und schädlich zu halten.

Die Sache muß anders angepackt werden. Zwang nützt hier nicht dauernd. Geschäft ist, wie gesagt, Geschäft; und dem Geschäftsmann wird nur auf die Dauer das einleuchten, was in seinem Geschäftsinteresse liegt. Sobald der Zwang aufhört, würden sich doch überall wieder fremde Bezeichnungen auf den Schildern einschleichen, wenn die Geschäftswelt sich davon einen Vorteil verspräche. Es gilt also, alle Geschäftsleute davon zu überzeugen, daß alle unangebrachte, entbehrliche Fremdwörterei ihnen mehr schadet als nützt. Warum mußten verschiedene große Kaffeehäuser bei Beginn des Krieges ihren ausländischen Namen abändern? Weil sie wußten, der alte Name „zog“ nicht mehr, sondern schreckte ab.

Sollen sich nun dauernd die Verbraucher etwa zu einem „Kartell“, einem „Ring“, einem „Trust“ zusammentun, um jeden Geschäftsmann, der sich berechtigten Sprachforderungen nicht fügt, in Verruf zu tun, zu „boykottieren“, wie man früher sagte? Nein, das wäre zu grobschlächtig. Man muß feiner vorgehen, vorsichtiger, weniger gewaltsam. Nicht die Verbraucher sollen hier den ersten Schritt tun, sondern die Geschäftsleute selbst. Sie müssen als empfängliche Nervenmenschen fühlen, wo ihr Vorteil liegt.

Warum nannte vor etlichen Jahren ein Mann sein riesiges Kaffeehaus „Piccadilly“? Weil das Wort dem Publikum, auf das er rechnete, nämlich den breitesten Volkstreffen, gewaltig imponierte. Hätte er nur auf „erste Kreise“, sagen wir lieber, die wirklich Gebildeten, gerechnet, so hätte er vielleicht weniger Erfolg gehabt. Gerade um jene Zeit nannte ein anderer seine Wirtsstätte, die nur auf das sogenannte gute Publikum rechnete, kühn, aber geschickt „Diele“, und das alte deutsche Wort in seiner neuen Anwendung hatte so großen Erfolg, daß es jetzt schon mindestens ein halbes Duzend „Dielen“ in Groß-Berlin gibt. Früher hätte man eine solche Stätte vielleicht als „Bar“ bezeichnet. Das war, wie gesagt, schon lange vor dem Krieg; ebenso stammen die „Guten Stuben“, die ein unternehmender Vorkörzerzeuger hier und da in Berlin einrichtete, und deren anheimelnder Name in hübschen, altertümlichen Frakturlettern recht traulich und einladend in die Straße hineinleuchten, aus der „voraugustlichen“ Zeit. Am vielgeschmähten Kurfürstendamm gab es ein Gartenkaffee, das sich etwas übertrieben, aber wenigstens echt deutsch „Blumenschloß“ nannte, und daneben befindet sich eine reizend eingerichtete Buchhandlung, die auf weißlackiertem Schild in schwarzen, alten Frakturbuchstaben die (ein wenig gewollt) altfränkische Inschrift trägt: „Der Buchladen Kurfürstendamm.“ Das sind ein paar Beispiele. Man könnte sie beliebig vermehren, besonders auf manche Plakate und Anzeigen hinweisen, die durch reines Deutsch, Frakturschrift und Vermeidung von Uebertreibungen zu wirken versuchten und wirkten.

Berufsgenossen um mehrere Nasenlängen voraus. Sie sahen ein, daß im Meere der prunkvollen Fremdwörter ein gutes, deutsches Wort viel mehr auffällt als wieder ein Fremdwort, und handelten danach. Sie merkten, wie verbraucht der ewige Superlativ in den Geschäftsanzeigen geworden ist, und so konnte es geschehen, daß — Wunder über Wunder! — eine Brauerei nicht mehr „das beste Bier der Welt“ anpries, sondern schlicht, aber darum desto einbringlicher an jeder Ecke „Das gute R.-Bier“ anzeigte. Und die Benutzung der Frakturlettern für Schilder und Inschriften beruht auch nur auf solchen Erwägungen. Ein Schild in alter, schöner Fraktur bildet einen viel größeren Genuß für das Auge, als eins in Antiqua, und zieht daher, und auch wegen seiner Seltenheit, viel mehr die Aufmerksamkeit auf sich. Auch die Frage: „Antiqua oder Fraktur?“ ge-

hört ja halbwegs hierher. Ich will gern bekennen, daß ich aus einem Antiqua-Saulus ein Fraktur-Paulus geworden bin, als ich im eidgenössischen Bern an einem alten Gebäude rechts in alten, aber trotzdem langweiligen lateinischen Lettern die französische Inschrift „Pharmacie“ und links davon hübsch, gotisch und verschnörkelt „Apothek“ las. Der Schönheitswert der gotischen Schrift ging mir damals auf.

Man wird mir wohl zugeben müssen: polizeilicher Zwang in der Geschäftsverdeutschung wird kaum viel nutzen; vielmehr wird sich voraussichtlich hier alles von selbst zum Guten entwickeln, weil die Geschäftswelt einsehen muß und einseht, daß nur möglichste Enthaltensamkeit von entbehrlichen Fremdwörtern ihr Vorteil bringt.

Und die unentbehrlichen Fremdwörter? Da kann nicht laut genug gefordert werden, daß diese Worte durch die amtliche Rechtschreibung, nicht durch Liebhaberversuche Unberufener, so eingebuchtet werden, daß möglichst aus dem Fremdwort ein Lehnwort wird. Aber das ist, wie man so gern zum Schlusse einer Abhandlung zu sagen pflegt, ein Kapitel für sich.

Dr. W. S. St.