

Man sollte etwas gegen das Grinsen der deutschen Touristen tun!

JOSÉ MANUEL PÉREZ PENA
Málaga

Aber heute klingt das Wort «Deutsch» nicht mehr so merkwürdig wie damals, als diese noch zu den schwierigen und exotischen Sprachen gehörte, wie Japanisch oder Swahilisch.

Als ich studierte, war eine Frage, die ich oft zu Ohren bekam: «Und was studierst du?», worauf ich erwiderte: «Philologie». «Englisch?», wollte daraufhin mein Gesprächspartner bestätigt haben. «Nein, Deutsch» musste ich stets korrigieren. Und zwar mit einer gewissen Eitelkeit meinerseits, denn ich kannte die typische Reaktion: Hochziehen der Augenbrauen, um in seinem Gesicht den großen Augen Platz zu machen. Aber heute klingt das Wort «Deutsch» nicht mehr so merkwürdig wie damals, als diese noch zu den schwierigen und exotischen Sprachen gehörte, wie Japanisch oder Swahilisch. Ich meine hier eine Zeit, als der interkulturelle Austausch zwischen Spanien und Deutschland vorwiegend Sache der Auswanderer und Diplomaten war, deren Aufgabe, nebenbei gesagt, nicht immer mit dem erwünschten Erfolg vollbracht wurde. Eine Zeit auch, als in den spanischen Buchhandlungen Ausgaben vom *Werther* zu finden waren, in welchen Emilia Galotti für eine Weinmarke gehalten wurde.

Vor noch nicht langer Zeit traf man in den geschriebenen Medien immer wieder deutsche Wörter, die nicht korrekt geschrieben waren (Substantive in Minuskeln, die Pluralform für den Singular *-elecciones en el* Länder *de Baviera-*, Umlaute, wo keine

hingehören und umgekehrt, usw.). Zu Zeiten des Bundeskanzlers Helmut Kohl habe ich seinen Nachmanen in so vielen Varianten lesen können, wie man sich nur vorstellen kann (Khol, Kolh, Köhl, Kölh). Ich weiß, ein Zeitungsartikel ist Tagesware und ich kann verstehen, dass unter dem Zeitdruck, unter dem die Redakteure oft arbeiten müssen, manchmal die Aufmerksamkeit darunter leidet oder die Zeit fehlt, um sich bei einem Kundigen beraten zu lassen. Vor zwanzig Jahren hätte dies vielleicht noch entschuldigt werden können, heute aber nicht.

Bestand der deutsche Grundwortschatz eines Durchschnittsspaniers vor zwanzig Jahren lediglich aus «Bier», «Fräulein» und «kaputt», hat sich dieser in den letzten Jahren mit etlichen neuen Fremdwörtern wie «Sauerkraut», «Kanzler» und «Bundesbank» erweitert. Für viele Spanier sind Wörter wie «Mecklenburg-Vorpommern» und «Nordrhein-Westfalen» keine lustigen Zungenbrecher mehr, sondern Namen von Bundesländern; die meisten wissen inzwischen, was hinter dem Akronym BMW versteckt ist; Eigennamen wie «Potsdamer-Platz» oder «der Untergang» sind ein Begriff geworden und Witze wie *Suben-empujen-estrujen-bajen* kommen längst nicht mehr so gut an, wie es früher der Fall war. Um nur einige Beispiele zu nennen.

Heute leben wir aber in einer anderen Welt: In einem mehr oder weniger vereinten Europa, in dem Geschäftsleute und Legionen von Erasmus-Studenten die Aufgabe der Diplomaten und der Auswanderer übernommen haben und in dem der kulturelle Austausch intensiver und reichhaltiger geworden ist.

Nun, mit der Entwicklung des europäischen Binnenmarktes trifft man immer mehr auf in Spanien hergestellte Produkte, die in mehreren Sprachen beschriftet sind. Auch in der deutschen Sprache

Und es fällt immer wieder ins Auge, wie rücksichtslos die spanischen Unternehmer mit der Sprache Goethes umgehen. Man könnte hier von einem echten Massaker der deutschen Sprache sprechen. Ich persönlich habe das Gefühl, dass, wenn schon mal was richtig geschrieben wird, dies eher dem Zufall als der Absicht zu verdanken ist.

Von Unternehmen, die sonst viel Geld in Design und Werbekampagnen investieren, ließe sich schon etwas mehr Sorgfalt mit dem Umgang des Deutschen erwarten. Diese können es sich schon leisten, die in deutscher Sprache verfassten Texte von einem professionellen Übersetzer revidieren zu lassen, bevor die Produkte an den Konsumenten gelangen und somit auch auf das Image ihrer Produkte ein bisschen mehr Acht geben. Behüte uns Gott!, wenn diese Unternehmen sich bei der Herstellung ihrer Produkte die gleiche Mühe geben und dasselbe Interesse zeigen wie bei der Verfassung deutscher Texte.

Die Beispiele, die ich hier anführe, sind nicht etwa das Ergebnis einer ausführlichen Studie, auch nicht ihrer Krassheit oder Beispielhaftigkeit wegen auserwählte Fälle, sondern ganz einfach Beispiele, die einem Tag für Tag zufällig in die Hände fallen können und die einem Germanisten in den Augen und vor allem im Herz schmerzen.

So findet man bei Mineralwasser-Marken wie **Fonter**, **Sousas** oder **Fuente Primavera** Sachen wie:

NATÜRLICHES MINERALWASSER MIT KOHLENSÄURE

GERINGEM MINERALGEGHALT
Vor Sonnenlicht und Geruchseinwirkung schützen – Mindestens haltbar bis Ende

Mineral Wasser mit Kohlensäure;

bei Konserven-Unternehmen wie **Ramón Peña**, **Luou Terra**, oder **Albo Perlen** wie:

KLEINEN SARDINEN IN OLIVENÖL
Zutaten: Kleinen Sardinen, Olivenöl und Salz

EIS VON SEEIGEL
ZUTATEN: Eis von Seeigel, Kochsalz und Wasser

Und es fällt immer wieder ins Auge, wie rücksichtslos die spanischen Unternehmer mit der Sprache Goethes umgehen. Man könnte hier von einem echten Massaker der deutschen Sprache sprechen.

POLYPFISCH MARINIERTER;

bei Schokoladenherstellern wie **Valor** oder **Delaviuda**:

MILCHSCHOCOLADE OHNE ZUCHER

Kann Spuren von anderen Nüssen enthalten;

und sogar im Reiseführer von **El País Aguilar** stößt man im Anhang auf Attentate wie:

Soy español - *Ich bin Spanischer*
El aeropuerto? - *der Flugplatz?*
El consulado español? - *das Spanischer Konsulat?*

Entradas: *Hauptspeisen*
Langostino: *Languste*
Rodaballo: *Rotbarsch*
Empanada de carne: *Frikadelle*

Ich bin der Meinung, dass das Goethe-Institut, vielleicht in enger Zusammenarbeit mit der FAGE, etwas dagegen machen könnte/müsste. Gehört zu den Aufgaben des Goethe-Instituts schließlich

nicht auch die Pflege der deutschen Sprache?

Vielleicht genügte es mit einem Schwarzen Brett Online, wo man solche Funde anzeigen könnte. Danach würde ein einfacher Brief an die Verantwortlichen des betroffenen Unternehmens genügen, mit dem Hinweis auf die verzeichneten Rechtschreibfehler und deren Korrektur. Die Kosten von solcher Initiative wären für beide Institutionen ertragbar, und der Arbeit- und Zeitaufwand sind meines Erachtens wert.

Beispiele aus Gebrauchsanweisungen und Speisekarten habe ich absichtlich nicht angeführt, weil ich befürchte, dass hier die Lage hoffnungslos ist. Man muss nur einen schnellen Blick auf irgendeine der mehrsprachig verfassten Speisekarten der Cafeterias, Kneipen und Restaurants des Touristenlandes Spanien werfen, um zu sehen, dass diese Texte sprachlich gesehen eine zwanghafte Vorliebe für eine Art Gore-Ästhetik aufweisen.

Das Centro de Linguas Modernas der Universität Santiago de Compostela überreichte vor einigen Jahren der *Asociación de Hosteleros de Santiago* ein Glossar mit rund 1500 Eintragungen auf Französisch, Englisch und Deutsch, damit dieser Verband vorerst seinen Mitgliedern, aber nebenbei auch den Sprachen Molières, Shakespeares und Goethes einen guten Dienst leisten konnte, aber die Lage hat sich kaum verbessert: In den Kneipen der *Rúa do Franco* in Santiago de Compostela ist das Grinsen der deutschen Pilger und Touristen beim Bestellen der Gerichte so fest in das Bild der Stadt verwurzelt, wie die Fassade der Kathedrale oder das Schwingen des *Botafumeiros*.

Kann dagegen wirklich nichts getan werden? ■