Wir wohnen in der Schweiz!

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Sprachspiegel : Zweimonatsschrift**

Band (Jahr): **12 (1956)**

Heft 5

PDF erstellt am: **04.08.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-420460

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Wir wohnen in der Schweiz!

Wir wohnen in der Schweiz. Wir sprechen deutsch, hie und da französisch und sehr selten italienisch. Warum aber so und so viele Inserate und Prospekte von englischen Ausdrücken nur so strotzen, ist mir unerfindlich. Ich möchte behaupten, daß zwei Drittel aller Leserinnen einer Modezeitschrift mit Ausdrücken wie „Last but not least" oder „New Look" nichts anzufangen wissen. Und dennoch tauchen diese Ausdrücke immer und immer wieder auf. Sie machen sich halt furchtbar gut in einem Inserat!

Kürzlich sah ich in einem Inserat die mächtige Schlagzeile „Safety first". Wenn dieses Inserat im Vereinsorgan der Englandschweizer erschienen wäre, würde ich es nicht kritisieren. Es erschien aber ausgerechnet in einer Zeitung, die sich rühmt, unsere Bauersame zu erreichen!

Als ich mich vor langer Zeit ins Reklamegebiet wagte, sagte mir mein Chef einmal: „Schreiben Sie so, daß es der Dümmste versteht!" Gilt dieser Satz heute wohl nicht mehr? Niemand kann mir weismachen, daß zum Beispiel die Käufer eines Autos der Preisklasse zwischen 7000 und 10000 Franken nur den oberen Zehntausend angehören. Heute werden Autos auch von einfacheren Leuten gekauft, die aber mit Ausdrücken wie „Last but not least" oder „Safety first" nicht um sich werfen können.

Und noch etwas. Viele Importeure geben sich enorme Mühe, ihre Ware, die sie in den USA oder in England einkauften, bei uns abzusetzen. Wenn dann jemand diese Ware kauft und die Gebrauchsanweisung lesen will, so ist er arg enttäuscht. In den meisten Fällen ist der Text englisch — und das Englische ist noch keine neue Landessprache.

Viele Kunden haben nicht immer Zeit, Gebrauchsanweisungen zu übersetzen (oder sind auch nicht in der Lage dazu). Wäre es nicht möglich, diesen Kunden entgegenzukommen und für diese Leute eine Übersetzung der Gebrauchsanweisung zu beschaffen? Stellen Sie sich einmal vor, wenn wir unseren Käse mit schweizerdeutscher Beschriftung in den USA verkaufen wollten!

„Textil-Revue", Zürich