Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 53 (1997)
Heft: 6

Rubrik: Wörter und Menschen

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 05.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Aufgeschnappt

Aktion gegen den Pfupfdu

Gewiss, ohne Werbung läuft nichts in unserem komplizierten Wirtschaftsgeflecht. Sie spielt eine grosse Rolle in bezug auf den sehnlichst erwarteten Aufschwung und ist darüber hinaus eine tragende Säule unserer Pressefreiheit. Je mehr Inserate eine Zeitung aufweisen kann, desto umfangreicher ist auch ihr Informationsangebot. Das scheint der arglose Leser manchmal nur allzu leichtfertig zu vergessen.
Allerdings ist die Werbung auch immer wieder für eine Überraschung gut. Wir verdanken ihr eine Reihe *pflegeleichter* Adjektive und Sprachneuschöpfungen, die sich in unserm Unterbewusstsein ablagern. Nur so ist es zu erklären, dass man sich zuweilen ein *Figugegl* leistet oder sich einen Stumpen zum *Gnössli* macht, was sich auf eine bekannte Stumpenmarke reimt. In dieser Hinsicht ist uns die Werbung *«immer ein Schritt voraus»*, wie jener Grossverteiler, der das auf grossflächigen Plakaten und in doppelseitigen Inseraten unter Vernachlässigung des Akkusativs von sich behauptet. Neuerdings hat ein bekanntes Thermalbad sogar eine «Aktion gegen den Pfupfdu» gestartet und erklärt dazu verheissungsvoll: «Wenn Stress und Hektik überhand nehmen, ist der Badeplausch im attraktiven Fliessbecken das gesündeste Vergnügen. Auch gegen den *Pfupfdu*.»
Für all jene, die im ersten Augenblick vielleicht etwas konsterniert sein mögen, weil sie mit dem *Pfupf*, der im Schweizerdeutschen einen leicht anrüchigen Beigeschmack hat, nichts anzufangen wissen, heisst es in einer erläuternden Fussnote, der *Pfupfdu* verstehe sich als Kurzform von «dä *Pfupf* isch *du*ssä». Überdies könne, wer an der Kasse jenes Bades verlauten lasse, er habe den *Pfupfdu*, ein Nachtessen im angeschlossenen Hotel gewinnen.
Dem unbeteiligten Beobachter des ausgelassenen Badelebens ist dabei manches nicht klar. Angenommen, beim *Pfupfdu* handle es sich tatsächlich um eine Art Pfropfen, der die Geheimgänge der Psyche verstopft, so wäre nicht einzusehen, weshalb sich jemand ins Thermalbad begeben sollte, wenn er selbst davon überzeugt ist, er habe den *Pfupfdu*, will sagen: den Pfupf bereits dussä. Da scheint mir ein Widerspruch vorzuliegen. Aber vermutlich bedürfen Werbesprüche keiner logischen Begründung. Wo kämen wir auch hin mit einer solchen Forderung?! Der Preis wären leere Plakatwände, wo volle das Leben doch nachweislich bunter machen.
Hauptsache: der Pfupf isch dussä – und ich bin meinen Ärger los. Und statt ins Thermalbad begebe ich mich unter die Dusche in den eigenen vier Wänden.

Peter Heisch

Wörter und Menschen

Was soll es bedeuten...?

«Du bist echt ein Kamuffel!» – «Was bitte?» – «Ein Kamuffel!» Was als Beleidigung gedacht war, verfehlt seine Wirkung. Der so als «Dummkopf» Bezeichnete erkennt das Schimpfwort nicht, kann ihm die treffende Bedeutung auf Anhieb kaum zuordnen – höchstens Vermutungen darüber anstellen; er wird aus der gegebenen Gesprächssituation den unbekannten Begriff mit Sinn zu füllen versuchen – und damit wohl gar nicht mal schlecht liegen.
Normalerweise brauchen wir bei Alltagsgesprächen keine Reparaturmechanismen zu bemühen, um unsere Dialogpartner zu verstehen. Logisch, denken wir uns, sprechen wir doch alle dieselbe Sprache. Wo kämen wir denn hin, wenn wir jedesmal (nach-)fragen müssten, was geäusserte Worte zu bedeuten haben?

Aber wie für vieles in unserem Leben gilt auch für die Sprache: Was auf den ersten Blick klar erscheint, erfährt bei genauerer Betrachtung manche Trübung. Machen Sie einen Test und beschreiben einmal jemandem, was *«blau»* ist. Oder fragen Sie Ihren Partner: «Was meinst du eigentlich damit, wenn du sagst ‹Ich bin *glücklich*› oder ‹Ich bin *wütend*›?»
Vielleicht stellen Sie beim Experiment nur fest, dass Ihr Gesprächspartner die Begriffe anders erklären würde als Sie, andere Bedeutungsaspekte betonen würde. Möglicherweise gelangen Sie beide aber in Beschreibungsnotstände.
Doch nicht allein Bedeutungsaspekte differieren, sondern auch die Vorstellungen, die Wörter in uns hervorrufen. Während Sie über Bäume redeten, dachte Ihr Partner vielleicht an eine kronenlichte Tanne im Wald, Sie dagegen an den blühenden Apfelbaum im Garten. Während er beim Stichwort «Arbeit» mit Schrecken an die stressige Tätigkeit in der Versicherungsgesellschaft denkt, versetzen Sie sich in Gedanken liebend gerne in Ihr Architekturbüro. Trotzdem: Sie können sich erstaunlicherweise ganz gut miteinander verständigen! Und vor allem: So lange Sie beide unter «Liebe» annähernd dasselbe verstehen, ist Ihre Partnerschaft noch nicht akut gefährdet.
PS: Es wäre wohl sinnvoll, Wörter, die ja Träger unserer Gedanken sind und bestimmte Vorstellungen beim Gesprächspartner hervorrufen, grundsätzlich bewusster zu verwenden – vielleicht entstehen dann gewisse Beziehungsprobleme erst gar nicht!

Roman Looser

Elsass

Chevènement alias Schwendimann

In der elsässischen Zeitschrift «Rot un Wiss» ist ein Artikel unter dem Titel «Mit Chevènement regiert die Jakobinerorthodoxie» erschienen, der sich gegen die Haltung und Aussagen des gegenwärtigen französischen Innenministers wendet:
«Im französischen Parlament war er es, der sich trotz Isolation im sozialistischen Lager bis zum letzten der Anerkennung des korsischen Volkes widersetzte. Heute verdächtigt er Regionalisten bzw. Föderalisten weiterhin, ‹Frankreich kaputtmachen zu wollen›. Mit Chevènement im Innenministerium werden die Völker Frankreichs – die es für ihn gar nicht gibt – um so vorsichtiger sein müssen.»
Verschiedene Beispiele aus der Geschichte zeigen unmissverständlich den grossen kulturellen Schaden, der sich für eine Kultur und ein Volk einstellt, wenn mit unnatürlichen Mitteln, sprich Machtpolitik, eine andere Sprache aufgezwungen wird. In Nordfrankreich ist das Flämische ein Beispiel. Die Sprache wurde ursprünglich nicht nur im heutigen Norddepartement gesprochen, sondern reichte über bekannte Orte wie Kales/Calais, Bone/Boulogne bis Berg/Berck hinab. Nachweislich eignete sich zuerst die Oberschicht das Französische an. Durch geschickte Vergabe von Ämtern und Posten drang das Französische in Stellen vor und eroberte die Städte, während auf dem Land Flämisch vorherrschte, bis dann das gleiche Schema auch hier Oberhand gewann und das Flämische verdrängte.
Um in diesem System weiterzukommen, sprich aufsteigen zu können, musste man die fremde Sprache erlernen, und Leute, die dies nicht wollten, wurden in die Ecke gedrückt. Dabei entstand eine gewollte Eigendynamik, die jene mit Ämtern und Funktionen sich noch stärker ans Französische anlehnen und ihre eigene Abstammung vertuschen liess.
Solche Abtrünnige setzten deutsche Namen ins Französische um. Hauptsache, es tönt französisch! So ist urkundlich belegt, dass der Ort *Ligneuville* in Wallonien ursprünglich deutsch war. Das sieht man dem Namen heute nicht mehr an; man braucht ihn jedoch bloss von hinten her zu lesen und entdeckt den alten Namen *Engelsdorf*! Auch die Familiennamen wurden so verändert. Gerade in der Burgundischen Pforte, die geschichtlich zum Elsass gehörte, waren deutschsprachige Bewohner keine Seltenheit. Auch aus der Schweiz wanderten durch die